

РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 119-2020

Жалоба рассмотрена 16 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка):
23.11.2020-04.12.2020

Описание рекламного продукта

Плакат наружной рекламы, размещенный на рекламной конструкции по адресу: Санкт-Петербург, проспект Испытателей д. 13, с изображением сидящей в шкафу женщины, голова которой скрыта за тканью, и текстом следующего содержания: "Мебель Сити mebelcity.ru Более 3500 моделей шкафов* от 14630 рублей** (*любая корпусная мебель **с подробностями акции можно ознакомиться на сайте mebelcity.ru. Сроки акции с 01 по 31 октября 2020 года) и внизу на всю длину баннера текст "ШКАФИРУЮЩЕ!" и адрес магазина.

Суть запроса

В адрес СРО поступила прямая жалоба потребителя относительно размещения вышеуказанной рекламы. Заявитель полагает, что в данной рекламе демонстрируется репрезентация женщин как предмета интерьера, без головы, данный образ сексуализирован.

Отклик

СРО было направлено обращение в адрес рекламодателя, ответ не получен.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращений потребителей, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 1 эксперт ответил — ДА (6,3%).

Вопрос № 2. Содержатся ли в данной рекламе признаки дискриминации по гендерному признаку или оскорбительного отношения к женщине?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 1 эксперт ответил — ДА (6,3%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Вопрос № 4. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

В данной рекламе отсутствуют признаки нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», поскольку нет оскорбительных или непристойных образов. Такое изображение женщины может символизировать усталость от разборки шкафа или отсутствие достаточного количества места, но оскорбления женщины здесь нет.

Хотя голова женщины прикрыта одеждой, оценить это изображение как представление женщины в качестве объекта интерьера невозможно, поскольку никакой функции такого объекта женщина в спорной рекламе не выполняет.

Не усматривается и представление женщины исключительно в качестве сексуального объекта - положение тела вызывает скорее ассоциации с усталостью, чем с сексуальным желанием. Признаков иных нарушений законодательства или профессиональной этики также не обнаружено.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.
2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП не выявлены.

