

РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 137 -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): 15.12.2020-26.12.2020.

Описание рекламного продукта

Плакат наружной рекламы, расположенный по адресу: Санкт-Петербург, пр.Культуры, д.7, с изображением стола, на котором стоит чугунок с едой, и текстом следующего содержания: "Всем по щам!!! #вресторане! живой ресторан Бараш-Лаваш. Мы открыты в Гранд Каньоне" и контактными данными рекламодателя.

Суть запроса

В адрес СРО поступила прямая жалоба потребителя относительно размещения вышеуказанной надписи.

В данной надписи заявитель видит аллюзию на жаргонное, ругательное, грубое выражение. По его мнению, фраза "Всем по щам!" выражает угрозу.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

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 единогласно ответили НЕТ.

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Вопрос № 3. 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 данном рекламном продукте оскорбительные образы отсутствуют, присутствует только игра слов. Налицо словесная игра с распространенным в молодежной среде выражением, которое само по себе не является ни грубым, ни ругательным. В данном контексте очевидно, что призыва к насилию спорное словосочетание не содержит.

Оценивая декларативную часть рекламного сообщения, поскольку только она может быть верифицирована на предмет наличия фактологических утверждений, необходимо констатировать, что буквально выражение "всем по щам" означает призыв накормить всех щами. Соответственно, такое выражение не может содержать призыва к насилию.

Признаков нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» 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.

