

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 03-18.01.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Краснодарскому краю

Запрос рассмотрен 7 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): 18.01.2023 — 02.02.2023

Описание рекламного продукта

Наружная реклама компании "ДЕКОР" на рекламной конструкции с текстом следующего содержания: "БУДЬ МУЖИКОМ, СМЕНИ ПОЛЫ! ... а также обои и двери..." и контактными данными магазина

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Краснодарскому краю (далее — УФАС), где находится на рассмотрении направленное Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Южному федеральному округу обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС 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 обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Является ли информация: "БУДЬ МУЖИКОМ СМЕНИ ПОЛЫ! ... а также обои и двери ..." рекламой?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос № 2. Используются ли в вышеуказанной информации непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Представляет ли собой информация вышеуказанного содержания пропаганду ЛГБТ-сообщества?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 4. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 5. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Оценивая рекламу буквально, следует отметить, что в ней с учетом объекта рекламы (товаров для ремонта) идет речь о предложении замены полового покрытия. Данная спорная информация соответствует понятию рекламы, объектом рекламирования являются услуги магазина строительных товаров "Декор". Признаков оскорбительности в данной рекламе не обнаруживается. Пропаганды ЛГБТ, в частности трансгендерности, в ней также не усматривается.

Слово "пол" при его понимании в биологическом значении вносит внутреннее противоречие в слоган "Будь мужиком, смени пол(ы)". В силу композиции фразы слоган обращен к мужчинам: "Будь мужиком". С помощью специфической лексики – "мужик" – он призывает мужчин демонстрировать свою маскулинность. Вслед за этим следует призыв "сменить пол". То есть "будь мужчиной – не будь женщиной, демонстрируй маскулинность – демонстрируй феминность". В этом случае слоган просто теряет смысл.

По графической передаче слова "полы", по продолжению фразы после многоточия, по объекту рекламирования мы можем однозначно заключить, что слово "пол" используется в значении "нижнее покрытие в помещении". При такой интерпретации высказывание имеет смысл, а слоган должен быть интерпретирован как попытка сыграть на многозначности слова "пол".

Действующая редакция Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" (п. 6 ч. 4 ст. 5) запрещает пропагандировать или демонстрировать в рекламе смену пола, но не запрещает любое упоминание о такой возможности, в частности не запрещает шуток на данную тему.

Таким образом, спорная реклама не содержит призыва к совершению трансгендерного перехода или иных нарушений законодательства.

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 (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

