

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 05-30.01.2024
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Бурятия

Запрос рассмотрен 8 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): 30.01.2024 — 22.02.2024

Описание рекламного продукта

Распространение в г.Улан-Удэ на рекламной конструкции рекламы сети магазинов «Вегос-М» со следующим текстом: «Отомсти соседям. Шуруповерт всего за 2990 руб.» и содержащей образ шуруповерта.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее — УФАС), где рассматриваются материалы Прокуратуры Республики Бурятия и Комитета по архитектуре и градостроительству г.Улан-Удэ, по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС информирует, что из представленных материалов следует, что жители г.Улан-Удэ в местном паблике «Весь Улан-Удэ» во «ВКонтакте» обсуждают провокационную уличную рекламу сети магазинов «Вегос-М», где продают стройматериалы, сантехнику и мебель.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений ч.6 ст.5 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. Используются ли в вышеуказанной рекламе слова непристойного и двусмысленного содержания?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 2. Имеются ли нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (25%)

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (25%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты в спорном материале не увидели непристойного или оскорбительного ни в лексике, ни в композиции.

Слоган может быть воспринят по-разному, но он неплох для привлечения внимания молодежи.

Двусмысленности часто могут быть художественным приёмом, в том числе, в рекламе, но далеко не всякая двусмысленность является непристойностью.

Особое мнение

Два эксперта высказали особое мнение, что в соответствии с п. 2 ч. 4 ст. 5 реклама не должна призывать к насилию и жестокости. В данном случае в рекламе содержится прямой призыв к совершению действия, направленного на причинение вреда другому человеку.

Хотя шуруповерт в сравнении с рядом других инструментов для ремонта способен нанести лишь минимальный вред, сам по себе призыв к мести не является этичным в рамках христианской и постхристианской культур.

Решение

1. Нарушения ч.6 ст.5 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.
3. Рекомендовать УФАС направить рекламодателю экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

