

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 102-2020
из Ленинградского УФАС по рекламе языковых курсов Community

Запрос рассмотрен 14 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): «16» сентября — «01» октября 2020 года.

Описание рекламного продукта

Плакат наружной рекламы об услугах языкового центра «Community» с текстом следующего содержания: "Если я знала английский. Я бы жила на Манхеттене, а живу в Мурино.... Не забивай на мечты!", а также с изображением задумавшейся женщины и контактными данными рекламодателя.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области (далее – УФАС), где находится на рассмотрении обращение потребителя по факту размещения плаката наружной рекламы об услугах языкового центра «Community»

Заявитель полагает, что данная реклама оскорбляет жителей г. Мурино, призывает к переезду в другую страну и просит провести проверку рекламы на предмет её этичности.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась (не поступила)

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. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения, в том числе, по отношению к жителям г. Мурино?

Эксперты большинством голосов (12 чел.) ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответил ДА (14%).

Вопрос № 2. Содержатся ли в данной рекламе изображения, сравнения и/или выражения, формирующие негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми услугами?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

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

Эксперты большинством голосов (12 чел.) ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответил ДА (14%).

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 большинством голосов (12 чел.) ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответил ДА (14%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Данная реклама является некорректной по форме, но не по содержанию. Жизнь в Мурино в спорной рекламе связывается исключительно с тем, что английский язык не является в данном районе языком повседневного общения. Этот признак не является оскорбительным. Призыв переехать в другую страну, даже если бы он содержался в спорной рекламе, не является нарушением законодательства Российской Федерации.

Более того, реклама направлена на формирование мотивации к изучению английского языка, овладение которым поможет осуществить мечту и не содержит ни оскорбительных образов, ни сравнений и выражений

Особое мнение

Два эксперта высказали мнение, что рассматриваемая реклама может являться оскорбительной, поскольку исходит из того, что жить в Мурино - это жизненная неудача, провал. Манхэттен же это образ лучшей жизни, достойного места для успешного человека. В предложенном к рассмотрению рекламном продукте содержится неэтичное высказывание о городе Мурино, при этом, говорить о формировании негативного отношения к лицам, не пользующимся услугами данной конкретной языковой школы нельзя, поскольку из смысла текста буквально это не следует.

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 в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

3. Рекомендовать УФАС направить рекламодателю экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

