

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 119-30.10.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Хабаровскому 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): 30.10.2023 — 09.11.2023

Описание рекламного продукта

Распространение в г.Хабаровске по телеканалу рекламы юридических услуг "Финансово - правовое бюро" с текстом следующего содержания: "Кредиторы требуют Капусту, а вы показываете им Хрен! За это они хотят вам дать в Тыкву! Звоните, поможем! Финансово - правовое бюро. 27-02-02 Кабачок кому-нибудь нужен?"

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю (далее — УФАС), где в порядке осуществления контрольных мероприятий было отслежено распространение вышеуказанной информации.

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. Имеются ли в ролике непристойные и (или) оскорбительные образы, выражения, бранные слова, то есть признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (28,6%)

Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (14,3%)

Вопрос № 3. Имеются ли в данных материалах нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (28,6%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Использование эвфемизмов в рекламе не является нарушением законодательства о государственном языке.

Главная проблема этого ролика (и многих ему подобных) - оскорбление по признаку профессии/виду деятельности - формирование негативного отношения к категории "кредиторы" - и физических лиц, и организаций: предлагается "показывать им хрен", то есть совершать унижающие их действия; предполагается, что в ответ на это кредиторы захотят прибегнуть к противоправному насилию. Таким образом, в рекламе нарушаются требования п.2 ч. 2 и ч. 6 ст. 5 Закона "О рекламе".

Также рекламодателем преднамеренно создается впечатление, что невыплата долгов по кредитам при использовании услуг рекламодателя может обойтись без негативных последствий для должника, то есть нарушаются требования ч. 7 ст. 5 Закона "О рекламе".

В качестве прецедента можно рассмотреть дело о формировании негативного отношения к профессии риэлтера в Красноярском УФАС, основанием для возбуждения которого послужило обращение Союза "Красноярский союз риэлторов". ООО "Дома и квартиры" в рамках проводимой рекламной кампании сайта "DK24.ru" использовало рекламные материалы, содержащие карикатурное изображение риэлтера (посредника) и текст следующего содержания: "Проверено! Посредников нет", "Агенты по недвижимости удалены", "Третий здесь лишний", "Скажи посредникам нет!".

Комиссия Красноярского УФАС России признала ООО "Дома и квартиры" нарушившим ст. 14 ФЗ "О защите конкуренции" и выдала предписание о прекращении нарушения.
<https://krsk.fas.gov.ru/news/6044>

Особое мнение

Один эксперт высказал особое мнение, что использование жаргонизмов хрен (ничего), тыква (голова), капуста (деньги) представляет собой нарушение ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе, а именно использование лексем, не соответствующим нормам государственного русского языка.

Решение

1. Выявлены нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
2. Выявлены нарушения п.2 ч.2 и ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
3. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

