

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 130-22.11.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Московской области

Запрос рассмотрен 6 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): 22.11.2023 — 08.12.2023

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы ЖК "Мечта" на рекламной конструкции, установленной по адресу: Московская область, Одинцовский г.о., ш.Новорижское, д.Раздоры, следующего содержания: "Время заглянуть под елку! Таунхаусы и коттеджи с новогодними скидками", изображением женской фигуры в юбке с новогодними шарами.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения 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 данном изображении непристойные и (или) оскорбительные образы, 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 (33,3%)

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

Эксперты единогласно ответили НЕТ

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 (33,3%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Использование образа человека, не связанного непосредственно с объектом рекламирования, является классическим случаем использования оскорбительного образа, так как человек используется исключительно для привлечения внимания к объекту рекламирования, то есть только как средство. Следовательно, спорная реклама нарушает требования ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Стилизация юбки на модели под наряженную к Новому году и Рождеству ёлку замещает в сознании потребителя информации предложение "заглянуть под ёлку" предложением "заглянуть под юбку". Однако наступило ли время кому-то заглянуть под юбку, решает только тот человек, на котором эта юбка надета. Таким образом, утверждение рекламодателя "Время заглянуть под елку" в сознательно созданном самим рекламодателем контексте следует воспринимать как к призыв к нарушению границ персонального пространства. Следовательно, спорная реклама нарушает требования ст. 4 и ст. 5 Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Выявлены нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".
2. Выявлены нарушения ст.4 и ст. 5 Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.)

