

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 14-14.02.2023**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Свердловской области**

Запрос рассмотрен 11 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): 14.02.2023 — 20.03.2023.

**Описание рекламного продукта**

Распространение наружной рекламы службы доставки суши и роллов "BIG RUSSIAN ROLLS" с текстом следующего содержания: "Сочная разведёнка стучится в твой дом! Набор "Разведёнка" 599р 1 кг", "Ролл в подарок по промокоду ПРОСТОФИЛЯ", телефоном, адресом сайта bigrussianrolls.ru и изображением набора роллов.

**Суть запроса**

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

По мнению заявителя, информация, содержащаяся в рекламе, преподносится таким образом, что формируется непристойный образ женщины, создается двусмысленный контекст: либо к заказчику привезут вкусный и сочный набор суши и роллов, либо к заказчику едет женщина в разводе. Слово "сочный" подразумевает, по мнению заявителя, что набор роллов может ассоциироваться с женщиной как с сексуализированным объектом.

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. Используется ли в рассматриваемой рекламе непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола (ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе) ?*

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 4 эксперта ответили НЕТ (36,4%)

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 3 эксперта ответил ДА (27,3%)

*Вопрос № 3. Имеются ли в данном материале 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 4 эксперта ответили НЕТ (36,4%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов высказали точку зрения, что в данном рекламном материале присутствуют оскорбительные характеристики женщин, таким образом есть нарушения ч.6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

В целом ассоциация слишком явная, сексуальный контекст не настолько явный, но само по себе слово "разведенка" имеет достаточно негативный оттенок, чтобы рекламный креатив нарушал требования закона и кодексов.

Слово "разведенка" в современном русском языке означает разведенную женщину. В том числе именно это значение закреплено в Словаре русского языка РАН. Пометка "просторечное" не меняет смысла слова, однозначно понимаемого потребителем рекламы.

В бытовой речи словосочетание "сочная разведенка" звучит фривольно, нарочито эротизированно, воспринимается, как оскорбительное по отношению к неопределенному кругу лиц женского пола, расторгших брачные отношения, унижающем их достоинство человека и гражданина по половому признаку, по признаку принадлежности к группе лиц, расторгших брачные отношения. Это недопустимо в соответствии со статьей 19 Конституции РФ, создающей базовый запрет на пути неравного отношения по признаку пола, а также КоАП РФ статьи 5.61. Оскорбление "1. Оскорбление, то есть унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в неприличной или иной противоречащей общепринятым нормам морали и нравственности форме. 2. Оскорбление, содержащееся в публичном выступлении, публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации либо совершенное публично с использованием

информационно-телекоммуникационных сетей, включая сеть "Интернет", или в отношении нескольких лиц, в том числе индивидуально не определенных."

В первой фразе рекламного сообщения слово "разведенка" использовано без кавычек, прилагательное "сочная" согласовано с ним, а не со словом "набор (роллов)", вся конструкция предложения указывает на субъекта женского пола – поскольку набор роллов не может стучаться. Таким образом, женщина в спорной рекламе приравнивается к неодушевленному объекту – набору роллов под названием "Разведенка".

Женщина в рекламе описывается как "сочная", что обычно означает определенные физические характеристики, обладающие сексуальной привлекательностью для ряда мужчин. Сексуализация никак не связана с объектом рекламирования и способом его использования, поэтому в данном контексте представляется неуместной, то есть представляет классический случай оскорбительного образа.

Налицо нарушение ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе"

### Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение, что в государственном русском языке нет слова "развѣденка" в смысле упомянутом заявителем. При этом, взятие данного слова в кавычке позволяет квалифицировать его как название сета роллов, то есть не означающего индивидуализацию живого человека, а именно женщины.

Еще один эксперт высказал мнение, что не очень корректно используется слово "разведенка".

### Решение

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

