

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 141-27.12.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Хабаровскому краю

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): 27.12.2023 — 10.01.2024

Описание рекламного продукта

Размещение на задних дверях кузова грузового автомобиля текста следующего содержания: "Что смотришь? Арендуй меня!!! Рифрежераторы до -20С, категория "В", микроавтобусы 77-05-13 ул. Луговая, 29, 8-914-191-44-81. С авто полная ж..а? Тогда тебе к нам, сделаем из г..а конфетку! 77-05-13 ул. Луговая, 29"

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю (далее — УФАС), где при осуществлении государственного надзора за соблюдением рекламного законодательства была отследжена вышеуказанная информация.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения 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 непристойные и (или) оскорбительные образы, сравнения и выражения, бранные слова (ч. 6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе")?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (16,7%)

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

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.

В спорном материале видны распространённые в частном общении непристойности, которые не вправе претендовать на навязывание себя неопределённому кругу лиц через рекламу.

Графическое изображение непристойных слов можно приравнять к их использованию, ассоциации однозначны. Прецедентов с непристойностями в практике ФАС масса, если говорить конкретно о слове "жопа" или "задница" - вот один из них <https://samara.fas.gov.ru/news/3913>

Особое мнение

Один эксперт выразил особое мнение, что данные визуальные символы не имеют однозначных вербализаций - это разные семиотические системы. Тем более если визуальный образ употреблен в ироническом, шутовском контексте (ср. с карикатурами, комиксами, табличками о запрете выгула собак и т.п.). Это необязательно ж...а, возможно и "полная попа". Слово попа не относится к оскорбительным или бранным, оно имеет помету "разговорное", фразеологизм зафиксирован в "Толковом словаре русской разговорной речи" без пометки "бранное". Это примеры визуальной эвфемизации.

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 (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

