

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 142-27.12.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Челябинской области

Запрос рассмотрен 4 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 — 12.01.2024

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы организации «GIGASCHOOL» на рекламной конструкции типа сити-формат, расположенной возле Южно-Уральского государственного университета, по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, д. 87, с изображением части лица с языком и двух пальцев в форме "V", на которых присутствует надпись "<Hello World>", с QR-кодом и надписью следующего содержания: "GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее — УФАС), где возбуждено дело по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАСом установлено, что по данным 2ГИС рядом с рассматриваемой рекламной конструкцией расположены: сквер, парк, поликлиника, стадион, торговый комплекс и т.д., что свидетельствует об ознакомлении с данной рекламой широкого круга граждан.

Оценка содержания данной рекламы была вынесена на Экспертный совет по применению законодательства о рекламе.

По результатам опроса большинство экспертов посчитало наличие непристойных образов, жестов, сравнений, выражений в рассматриваемой рекламе.

Кроме того, большинство экспертов посчитало отсутствие связи между изображенным жестом и образовательными онлайн-курсами организации "GIGASCHOOL".

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений 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. Использовано ли данной рекламе изображение части лица с языком и двух пальцев в форме "V", являющееся неприличным, непристойным?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (25%)

Вопрос № 2. Создается ли впечатление, что в данной рекламе пальцы в форме "V" с надписью "<Hello World>" символизируют победу над сложной задачей в программировании или освоение нового навыка в программировании, формулировка "<Hello World>" является традиционным тестовым сообщением в сфере программирования (используемым с 1972 года), а язык имеет значение языка программирования?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (25%)

Вопрос № 3. Допустимо ли в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение данной рекламы, содержащей изображение части лица с языком и двух пальцев в форме "V", рядом с государственным высшим учебным заведением?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (25%)

Вопрос № 4. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" ?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 5. Имеются ли 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 1 эксперт ответил НЕТ (25%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Данный жест символизирует сексуальную практику. Подобные жесты табуированы для общественного использования.

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 Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

