

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 26-30.05.2024
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Удмуртской Республике

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): 30.05.2024 — 10.06.2024

Описание рекламного продукта

Распространение на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г.Глазов, ул. Кирова, д.46, информации следующего содержания: «ПОХЕРИЛ* Законное списание кредитных долгов**. ЗАРЯ федеральная юридическая компания. Бесплатная консультация юриста ПОЗВОНИ 8(800)550-69-98, ул. Пряженникова, д. 67, 2 этаж, офис 4. Гибкая рассрочка без переплат и %***. Кодовое слово «Заря». Скидка 10 000 руб. ****» и образами людей.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Удмуртской Республике (далее — УФАС), где рассматривается 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 (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Имеет ли представленный на рекламной конструкции текст аморальное, непристойное и/или оскорбительное содержание?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос №2. Содержится ли в данной рекламе бранное выражение?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответил ДА (33,3%)

Вопрос № 4. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТПП?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответил ДА (33,3%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты в спорном материале нарушений не обнаружили.

Слово "похерил" не является бранным или непристойным согласно существующим словарям русского языка.

В современном русском языке глагол имеет разговорную окраску (Большой толковый словарь русского языка, Толковый словарь русской разг. речи - 2020 г.) Значение: Разговорное. Убрать или спрятать; воспрепятствовать ходу, осуществлению, реализации чего-либо. Похерил изобретение. Похерил последний абзац. Справка где-то похерена. Разговорная речь является одной из функциональных разновидностей (подсистемой) русского языка.

Особое мнение

Два эксперта высказали особое мнение.

Один эксперт предположил нарушение норм п.2 ст. 28 закона "О рекламе": привлекающее внимание "похерил" (то есть отменил, обнулil долг) является обещанием успеха рекламируемой финансовой услуги, и при этом умалчиваются условия, без которых успех невозможен и которым не соответствует подавляющее большинство ее потенциальных клиентов.

Другой эксперт высказал мнение, что есть признаки нарушения п.7 ст.5 закона "О рекламе" (введение в заблуждение, достоверность, необходима дополнительная проверка информации макета) и п. 11 ст. 5 закона "О рекламе"(законодательство о государственном языке, слово - разговорное, в рекламе должен быть использован государственный язык)

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.

2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

3. Эксперты рекомендуют дополнительно проверить информацию макета на предмет нарушений п.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"

