РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 32-14.03.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России по Калининградской области

Запрос рассмотрен 9 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): 14.03.2025 — 01.04.2025.

Описание рекламного продукта

Распространение в г.Калининград на наружной рекламной конструкции рекламы сетевого магазина по продаже электроники "Kdmarket.ru" с изображением образа девушка со смартфоном в руках и текстом: "Порадуй не только жену Второй айфон со скидкой 8%".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Калининградской области (далее — УФАС), где рассматривается жалоба потребителя по факту распространения вышеуказанной рекламной информации.

По мнению Заявителя, рассматриваемая реклама унижает всех женщин, является "пошлой и мерзкой".

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений требований 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 Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Можно ли из содержания рекламы (текст и изображение) сделать вывод, что данная реклама унижает всех женщин?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 4 эксперта ответили НЕТ (44,4%)

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

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

Вопрос № 3. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

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

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов считают, что в спорной рекламе эксплуатируется сексуальный образ женщины в уничижительной и намекающей форме, не связанной с продвигаемым товаром, то есть присутствуют признаки нарушений ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Спорная реклама содержит образ молодой женщины, прикладывающей палец к губам и прикрывающей лицо смартфоном. Жест и мимика женщины указывают на её приглашение сохранить в тайне некоторое действие/событие. В рекламе содержится информация об одном конкретном действии, к которому может быть отнесен призыв сохранения тайны, – одаривании айфоном. То есть предполагается, что при покупке двух айфонов приобретение мужчиной одного из аппаратов с последующим одариванием кого-то, кроме жены, должно оставаться в секрете. Одежда женщины видна плохо, но судя по изображенным деталям, на ней пеньюар (комбинация) и спущенный с плеча халат. То есть наряд женщины предполагает её тесную близость с мужчиной, которому адресовано послание. Сочетание двух описанных знаков (соблюдение секретности и близкие отношения) создает однозначное указание на то, что изображенная женщина является любовницей мужчины, которому адресована рекламное сообщение.

Слоган "Порадуй не только жену" в контексте визуального образа женщины с интимной мимикой (приглашение к секрету, сексуализированная поза) создаёт двусмысленную и провокационную интерпретацию, в которой женщина используется как намёк на любовницу или объект "второй радости", иными словами — товар или "наградной" образ. Это объективация женщины и восприятие её как "бонуса", что способно оскорбить достоинство женщин как социальной группы.

Следует сказать, что использованный kdmarket.ru рекламный прием банален, в отношении его уже сложилась правоприменительная практика: Постановление ФАС РФ о наложении штрафа по делу РЦ.08.12.29 об административном правонарушении; Решение УФАС по Кабардино-Балкарской Республике №06/4861 по делу от 28 ноября 2022 г. Из указанных документов можно позаимствовать аргументацию.

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

Секретариат
Саморегулируемой организации
Ассоциация маркетинговой индустрии
«Рекламный Совет»

саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой индустрии