

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 49-14.06.2022**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Санкт-Петербургу**

Запрос рассмотрен 5 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): 14.06.2022 — 20.06.2022.

**Описание рекламного продукта**

Размещение наружной рекламы на окне бара "NEBAR", расположенного по адресу: г.Санкт-Петербург, Литейный пр, д.57, с изображением языков пламени и следующим текстом: "Обменный пункт Меняем деньги на бухло", аккаунтами в социальных сетях Инстаграм и Телеграм.

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее - УФАС), где находится на рассмотрении обращение заявителя по факту распространения вышеуказанной информации.

По мнению заявителя, никто не имеет права оскорблять жителей города такими похабными словами, уголовным жаргоном. «МЕНЯЕМ ДЕНЬГИ НА БУХЛО» заявитель считает неприличным(нецензурным).

**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 в данных материалах нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

*Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (20%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Согласно Словарю современной лексики, жаргона и сленга (<https://argo.academic.ru/626/бухло>), слово "бухло" является жаргонизмом, сленговым. Жаргонизмы не входят в круг неприличных (нецензурных) слов. Данный жаргонизм изначально относился к лексике низших городских слоев, но сегодня имеет широкое распространение в российском обществе, почти утратил жесткую социальную привязку и вряд ли может оскорбить значительную часть населения Петербурга, хотя и вполне определяет целевую аудиторию рекламируемого заведения.

Использование подобной лексики в рекламе не добавляет уважения к авторам и объекту рекламирования.

Полагаем, что решение по подобным вопросам должно приниматься не юристами, этиками или маркетологами, а экспертами-филологами.

### Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение о том, что такая реклама нарушает культурные нормы культурной столицы.

### 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 (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

