

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 53-14.04.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России по Ямало-Ненецкому автономному округу

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): 14.04.2025 — 12.05.2025.

Описание рекламного продукта

Распространение в одном из домов г. Новый Уренгой рекламы магазина по продаже цветов и подарков «Клевер» с текстом: «Утром захотел омлет? Закажи ты ей букет!», контактными данными и изображением омлета с хлебом на тарелке.

Фото омлета при этом выступает в форме мужского полового органа.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Ямало-Ненецкому автономному округу (далее — УФАС), где рассматривается обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной рекламной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений 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 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. Имеются ли нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты единогласно ответили ДА

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

Эксперты единогласно ответили ДА

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

Эксперты единогласно ответили ДА

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты единогласно признали рекламу неприличной, нарушающую общественные нормы.

Спорная реклама очень грубая, явный перебор с игрой в метафоры. Многим будет неприятно ее видеть.

Кроме того - еще одна реклама, унижающая достоинство женщин, которые представляются как объект примитивной манипуляции и/или как поставщики услуг для мужчин.

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 ч.4 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
- 3.Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

