

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 56-12.07.2022
Федеральной антимонопольной службы России

Запрос рассмотрен 8 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): 12.07.2022 — 23.07.2022.

Описание рекламного продукта

Внутри торгового комплекса "Триумф" , по адресу: ул. Березовского 19/1, размещен напольный стикер сети магазинов одежды "lady & gentleman CITY" с текстом следующего содержания: "CITY НЕХ ИСКАТЬ ВСЁ ТУТ"

Суть запроса

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

По мнению заявителя не допустимо в рекламе использовать бранные слова.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе ФАС 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 ФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Используются ли в данной рекламе бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения (ч.6 ст.5 Закона о рекламе)?

Эксперты единогласно ответили ДА.

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

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (12,5%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данных материалах нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили ДА.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Данный стикер является рекламой. В нем использовано сокращенное бранное слово не в буквальном (словарном) значении, а дискурсивном, т.е. слово "нех" тождественно мату. При этом, выражение "тут всё" противоречит логике, поскольку всего в одном месте не может быть, а также положениям Закона о рекламе о достоверности рекламы относительно ассортимента товара.

Слово "нех" невозможно интерпретировать иначе, чем сокращение нецензурного слова, в связи с чем имеются признаки нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе". Кроме того, утверждение "здесь всё" может быть признано недостоверной рекламой (ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе")

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Выявлены нарушения ч.3 и ч.6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".
2. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

