

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 57-05.08.2024**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Санкт-Петербургу**

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): 05.08.2024 — 10.09.2024

**Описание рекламного продукта**

Распространение рекламы цирка на наружной рекламной конструкции перед входом в здание Большого Санкт-Петербургского государственного цирка на Фонтанке, по адресу: г.Санкт-Петербург набережная реки Фонтанки, 3, с образами героев программы "Принц цирка"

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение физического лица по факту размещения вышеуказанной информации.

Суть жалобы: "... Ребенок обратил внимание на "даму с высунутым языком" и обратился к отцу: "Папа – а ты меня ругаешь, когда я язык показываю"..."

Заявитель просит повлиять на рекламу цирка для детей, "...чтобы не показывали языков, страшных масок и не видно было голых грудей и ягодиц (цирк это не кордебалет и не фильм ужасов)..."

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений 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. Имеются ли нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. 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 НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты единогласно признали в спорном материале этических нарушений нет.

В представленных материалах не наблюдается упомянутых заявителем "голых грудей и ягодич".

Высунутый язык может быть частью сценического образа в ходе представления.

Высунутый язык в рекламе никак не противоречит тезису родителей о том, что обычно показывать язык нехорошо. Кроме того, есть такие места, где показывать язык выглядит вполне уместно и пристойно. И некоторые цирковые представления вполне допускают и даже приветствуют "показывание языка" в том числе и зрителями, включая детей. И это очень легко объяснить шестилетним детям.

### Особое мнение

Особых мнений не поступило.

### 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 (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

