

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 57-13.07.2022
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 — 26.07.2022.

Описание рекламного продукта

Размещения в интернете рекламного видеоролика с названием "Бесит!" компании "Домиленд" (разработчик мобильных приложений и CRM-систем для девелоперов, сайт компании <https://domyland.ru/>), представляющий собой монологи людей о проблемах рынка недвижимости с использованием нецензурной лексики, перекрываемой шумами

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.

ФАС обратилась в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламы на предмет использования в рекламе бранных слов, непристойных, оскорбительных, образов, сравнений и выражений.

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 в данной рекламе нарушения ч.7 ст.5 Закона о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (25%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения п.2 ч.4 ст.5 Закона о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (25%).

Вопрос № 4. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (25%).

Вопрос № 5. 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 большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (25%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

В рекламе имплицитно используется нецензурная брань в репликах персонажей, посылающих на х.й обстоятельства, а также оскорбительный жест, визуализирующий эту реплику (показ среднего пальца). В связи с этим имеются признаки нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

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 (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

