

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 62-18.06.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Тюменской области

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): 18.06.2025 – 07.07.2025.

Описание рекламного продукта

Распространение в лифтах г.Тюмени рекламы стоматологической клиники «Ультра-Дент» с изображением образа девушки, указывающей пальцем на открытый рот, в котором отсутствуют передние верхние зубы, и текстом следующего содержания: «ВСТАВЬ МНЕ. Протезирование. Имплантация»

Суть запроса

В Тюменское УФАС России (далее - УФАС) поступили обращения граждан о размещении в лифтах многоквартирных домов непристойной рекламы стоматологии «Ультра-Дент».

Было возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе и решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе от 07.10.2024г. по делу No072/05/5-554/2024 признана ненадлежащей реклама стоматологии «Ультра-Дент» поскольку в ней нарушены требования ч.6 ст.5 и ч.7 ст.24 Федерального закона от 13.03.06 No 38-ФЗ «О рекламе».

Решение Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе от 07.10.2024г. по делу No072/05/5-554/2024 обжалуется в Арбитражном суде Тюменской области.

В настоящее время у УФАС возникла необходимость в получении комплексного заключения экспертов на предмет соответствия спорной рекламы требованиям законодательства о рекламе.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений ч.6 ст.5 и ч.7 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 No38-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. Формирует ли использованное изображение интерес к сексу?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 3 эксперта ответили НЕТ (37,5%)

Вопрос №2. Привлекается ли внимание к объекту рекламирования за счет сексуальных намёков?

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

Вопрос №3. Имеют ли данные элементы сексуальный подтекст?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос №4. Является ли реклама непристойной?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос №5. Если да, то за счет каких элементов и приемов?

Ответы экспертов: определения и термины; призыв к действиям сексуального характера; сочетание изображения открытого рта и словесного призыва вставить; изображение девушки с открытым ртом в сочетании с фразой; за счет грубого намека на оральный секс, в котором женщина используется как объект удовлетворения мужских желаний; намек; за счет намека на оральный секс.

Вопрос №6. Имеется ли в рекламе нарушения ч.6 ст.5 Закона о рекламе?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос №7. Имеется ли в рекламе нарушения ч.7 ст.24 Закона о рекламе?

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

Вопрос №8. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 3 эксперта ответили НЕТ (37,5%)

Вопрос №9. 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.

Изображенная в спорном материале девушка представляет потенциальную пациентку стоматологической клиники: на это указывает отсутствие передних зубов и явный призыв вставить ей импланты/протезы, который может быть обращен только к врачу-стоматологу. Вместе с тем, размещение рассматриваемого материала в лифте жилого дома, в котором живут люди разных профессий, свидетельствует об адресованности сообщения не стоматологам. Кроме того, материал содержит адреса кабинетов и телефон клиники Ультра-Дент.

Таким образом, материал адресован неопределенному кругу лиц и направлен на привлечение внимания, формирование интереса и продвижение на рынке услуг клиники, то есть является рекламой, которая должна соответствовать требованиям Закона «О рекламе», в частности, ст.24. В соответствии с адресованностью рекламы в призыве вставить воспринимается второй смысл помимо явного.

В соответствии со сложившимися в настоящий момент стереотипами рассматриваемый визуальный образ в сочетании со словесным сообщением формирует у потребителя информации ассоциацию с оральным сексом (то есть не формирует интерес к сексу, но эксплуатирует его). Призыв к любому незнакомому человеку заняться сексом не соответствует общепринятым представлениям о должном поведении. Кроме того, использование откровенно сексуальных образов в публичном пространстве считается непристойным в современной российской культуре.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1.В рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2.В рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения ч.7 ст.24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

3. В рассматриваемой рекламе имеются нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

