

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 81-2020
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Хабаровскому краю

Запрос рассмотрен 10 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): 12.08.2020-14.08.2020.

Описание рекламного продукта

Рекламное изображение у входа в пекарню булок "ХлебоМясь", сопровождаемое фаллическим символом, содержащее призыв "100% мраморная говядина в каждом бургере".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы России по Хабаровскому краю (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение потребителя относительно вышеуказанной рекламы, которая является на его взгляд непристойной и оскорбительной.

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

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, 3 эксперта ответили НЕТ (30%).

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, 3 эксперта ответили НЕТ (30%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе 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, 3 эксперта ответили НЕТ (30%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Демонстрируемый жест обозначает табуированное выражение и является непристойным, непонятно как соотносящимся с рекламируемым товаром. Поэтому данная реклама нарушает требования, предусмотренные ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" и нормы российского и международного кодексов.

В иной ситуации можно было бы усомниться в том, что перед нами реклама, но при столь вопиющем поведении не хочется искать аргументы в поддержку владельца пекарни.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Выявлены нарушения положений, предусмотренных ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Выявлены нарушения норм, изложенных в ст. 4 Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в ст. 3 Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

