

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 83-14.11.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России по Ямало-Ненецкому автономному округу

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): 14.11.2025 – 21.11.2025.

Описание рекламного продукта

Распространение в кабине лифта жилого дома рекламы услуг по доставке еды из кафе «Шашлычная СССР» с образом девушки с шампуром шашлыка в руке и надписью «50 сантиметров удовольствия».

Суть запроса

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

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений ч.6 ст.5 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 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 ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

4 эксперта ответили ДА, а 2 эксперта ответили НЕТ

Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (если имеются, то какие статьи)?

4 эксперта ответили НЕТ, а 2 эксперта ответили ДА

Вопрос №3. Имеются ли нарушения иных законодательных актов Российской Федерации (если имеются, то какие)?

5 эксперта ответили НЕТ, а 1 эксперт ответил ДА

Вопрос № 4. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

4 эксперта ответили ДА, а 2 эксперта ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

На основании проведенного анализа большинство экспертов пришли к заключению, что в спорной рекламе есть нарушения требований ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В спорной рекламе использован образ женщины в легкой открытой одежде – коротком топике на бретельках и мини-юбке, волосы женщины распущены. Очевидно, что эта одежда не может быть униформой сотрудницы шашлычной, предполагающей соблюдение определенных санитарных норм. Вместе с тем, маловероятно, что изображенная женщина является потребительницей рекламируемых услуг, поскольку на её топике присутствует коммерческое обозначение шашлычной. Указанные детали одежды, яркий макияж придают образу явную сексуальность. Таким образом, женский образ в спорной рекламе использован исключительно для привлечения внимания, имеется сексуализация рекламного сообщения, не связанная с характеристиками объекта рекламирования. Указанные признаки характерны для оскорбительных образов.

Особое мнение

От двух экспертов поступило особое мнение о том, что также присутствуют нарушения требований п.1 ч.2 ст.5 и п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Утверждение «Самые низкие цены в городе» не подкреплено доказательствами и не может истинным по определению, поскольку во время распространения спорной рекламы в городе может открыться новая шашлычная с более низкими ценами.

Решение

1. Выявлены нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Предлагается учесть особое мнение о наличии нарушения требований п.1 ч.2 ст.5 и п.4 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

3. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

**Секретариат
Саморегулируемой организации
Ассоциация маркетинговой индустрии
«Рекламный Совет»**



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии