

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 93-01.11.2024
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Саха (Якутия)

Запрос рассмотрен 5 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): 01.11.2024 — 09.11.2024

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы ресторана "Гриль Хаус" и магазина "Арктик хантер" на наружной рекламной конструкции, размещенной на фасаде дома, следующего содержания: "ГРИЛЬ ХАУС здесь вы найдете вкусное мясо ЯКУТ ТРАВУ НЕ ЕСТ арктик ХАНТЕР и товары чтоб его добыть".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Республике Саха (Якутия) (далее — УФАС), где рассматривается обращение прокуратуры города Якутска по факту размещения вышеуказанной информации.

Прокуратура г.Якутска инициировала проверку после публикации в телеграм-канале "Якутск вечерний" (https://t.me/yakutsk_vecherniy/50534) сообщения "Интересно, есть какие-нибудь критерии для рекламы? Или вседозволенность порождает пошлость".

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений части 6 статьи 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 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. Воспринимается ли рекламный слоган "ЯКУТ ТРАВУ НЕ ЕСТ" на рекламной конструкции как содержащий смысловые ассоциации неэтичного, непристойного характера?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 2. Содержит ли реклама признаки нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 4. 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, что в спорной информации нет смысловых ассоциаций неэтичного, непристойного характера, таким образом отсутствуют нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

"Якут траву/травы не ест" известная поговорка не являющаяся пошлой.

Нет оснований полагать, что утверждение о том, что человек не употребляет в пищу тот или иной продукт, само по себе может рассматриваться как оскорбительное. (Оскорбительным иногда бывает утверждение об употреблении.) Таким образом, как спорное высказывание, так и иные элементы анализируемой рекламы соответствуют требованиям ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Первый вопрос, заданный в телеграм-канале "Якутск вечерний" – "есть какие-нибудь критерии для рекламы?", – имеет очевидный для УФАС ответ и не нуждается в высказывании экспертного мнения: да, есть.

На второй вопрос – "Или вседозволенность порождает пошлость" – на мой взгляд, ответ противоположный. Нет, вседозволенность сама по себе не порождает пошлость. Запреты и их проведение в жизнь тоже могут быть пошлыми. Пошлость порождается низким уровнем образования.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Нарушения ч. 6 ст. 5 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.

