

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 95-09.08.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Челябинской области

Запрос рассмотрен 7 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): 09.08.2023 — 21.08.2023

Описание рекламного продукта

Размещение на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, пересечение просп. Ленина и ул. Советской Армии, рекламы следующего содержания: "spa-салон "Красивая жизнь" Массаж. 22-98-38. Круглосуточно. ул.Уральская, 36, 18+" .

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее — УФАС), где рассматривается дело по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАСом установлено, что из буквального толкования информации, указанной в рекламе "Массаж", "Круглосуточно", "18+", создается впечатление, что объектом рекламирования выступают круглосуточные услуги массажа спа-салона "Красивая жизнь" для лиц, совершеннолетнего возраста. Спа-салон "Красивая жизнь" также оказываются и иные услуги, в том числе не связанные с массажем, а именно: прокат кукол, эротические программы, эротический массаж.

Рассматриваемая реклама с указанием названия спа-салона позволяет без особых усилий найти сайт данной организации (www.9angelov.ru), что свидетельствует о том, что объектом рекламирования в рекламе являются средства индивидуализации лица, осуществляющего деятельность в спа-салоне "Красивая жизнь", поскольку в рекламе прямо указано обозначение данного лица.

При переходе по указанному адресу сайта на главной странице присутствуют сменяющиеся слайды, содержащие фотографии женщин и мужчин в нижнем белье и непристойных позах, а также текст содержания: "SPA салон для леди, джентльменов и пар Эротический и расслабляющий массаж". На сайте также присутствуют разделы, в том числе: - "мастера", где представлены фотографии частей тела женщин с указанием имени, роста, веса, размера груди, мужчин с указанием возраста и города; - "прокат"; - "спектакль программы".

На рассматриваемом сайте также присутствует указание: "Услуги не являются медицинскими. Все процедуры носят исключительно оздоровительный, гигиенический и комплексный уход за телом. Мастер работает обнаженным если данная услуга осуществляется дополнением к эротическому спектаклю. Мастер работает топлес если услуга осуществляется как самостоятельная" (раздел "Спектакль программы", вкладка "Гигиенический и комплексный уход за телом").

Необходимо отметить, что при аналогичном поиске данного адреса на дату 03.08.2023, при открытии во вкладке СПА-салона "Красивая жизнь" адрес сайта организации изменен. Так, в поисковой системе Яндекс.Карты сайт www.9angelov.ru изменен на сайт www.spa-74.ru. В поисковой системе 2GIS к сайту www.9angelov.ru добавлены сайты spa-74.ru, антиотель74.рф, что также подтверждается ответом ООО "ДубльГИС" от 01.08.2023 № 640/и-23.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений ч.6 и ч.7 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 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. Содержит ли данная реклама непристойные образы, сравнения, выражения, что свидетельствует о наличии признаков нарушения ч. 6 ст. 5 закона "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 2. Создается ли впечатление, что рассматриваемая реклама вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно объекта рекламирования, что свидетельствует о наличии признаков нарушения ч. 7 ст. 5 закона "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%)

Вопрос № 3. Создается ли впечатление, что объектом рекламирования в указанной рекламе выступают и иные услуги, оказываемые СПА-салонами "Красивая жизнь", в том числе эротического характера?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%)

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

Эксперты единогласно ответили НЕТ

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 НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

В представленной для экспертизы наружной рекламе нарушений нет.

Большинство услуг эротического характера в Российской Федерации не запрещены (в том числе эротический массаж, эротический спектакль, работа обнаженным),

Поскольку эксперты УФАС усмотрели неприличные и/или вводящие в заблуждение образы на сайте рекламодателя, то стоит дать оценку сайту, а не этой наружной рекламе.

Усматриваются нарушения п. 2 ст. 5 (если под видом рекламы услуг круглосуточного спа-салона рекламируются услуги публичного дома)

Фактически в материалах предлагается оценить а) наружную рекламу (билборд) + б) какой-то сайт + в) материалы проверок. Невозможно осуществить экспертизу этого одновременно.

Особое мнение

Один из экспертов высказал особое мнение, что данный кейс противоречивый. Не известно, какие именно услуги там предоставляются фактически. Таким образом могут рекламироваться услуги сексуального характера, которые запрещены нашим законом.

Решение

1. Нарушения положений ч.6 и ч.7 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 (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП не выявлены.
3. Эксперты рекомендуют рассмотреть сайт спа-салона "Красивая жизнь" на предмет нарушений положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"

