РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 136-2020
Управления федеральной антимонопольной службы России по Курской области

Запрос рассмотрен 13 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): 23.11.2020 — 04.12.2020.

Описание рекламного продукта

Размещение в социальной сети "ВКонтакте" информации о предоставляемых услугах рекламного агентства "Smm агентство Курск" с текстом следующего содержания: "Разработка стратегий, создание контента, коммуникация с клиентами. ДОРОГО! КАЧЕСТВЕННО! КРЕАТИВНО! Сайт: smmdevelop.com. Делаю глубокий таргет для вашего проекта".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Курской области (далее - УФАС), где рассматривается обращение Центрального Комитета КРОД СПО "Вектор" по вопросу распространения в вышеуказанной рекламной информации.

УФАС просит дать оценку данной рекламы, а именно тексту "Делаю глубокий таргет для вашего проекта", на предмет наличия в ней непристойных и (или) оскорбительных сравнений и выражений.

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, 5 экспертов ответил НЕТ (38,5%).

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

Эксперты большинством голосов ответили ДА, 5 экспертов ответил НЕТ (38,5%).

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, 4 эксперта ответили НЕТ (30,8%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Данная реклама с учетом совокупности текста и визуального образа девушки, никак не связанной с объектом рекламы, представляет собой сексуальную объективизацию женщины, что является неэтичным в силу моральной максимы недопустимости позиционирования человека в качестве объекта. Соответственно, такая реклама нарушает ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

В предложенном к рассмотрению рекламном продукте содержится явно читаемый намек на порнографическую информацию с использованием английского слова “target” (в переводе на русский – цель, задание, назначение, задача). Даже если оставить в стороне откровенный намек сексуального характера, необходимо помнить, что согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации» (далее - Закон о государственном языке в РФ) государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе. В части 2 статьи 3 Закона о государственном языке в РФ указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

Кроме того, использование и особое выделение фразы "глубокий таргет" в сочетании с бананом намеренно использовался рекламодателем для привлечения внимания к рекламе с использованием сексуального подтекста и ассоциаций, при этом ни банан, ни слово "глубокий" не имеют какого-либо отношения к рекламируемой услуге.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что в представленном макете рекламного сообщения нет: бранных слов; непристойных/оскорбительных образов; непристойных оскорбительных сравнений в отношении пола, расы и пр.

Данная реклама эксплуатирует сексуальную тематику, но это не является нарушением. Тем более, что сама по себе идея выражена умеренно. Хотя исполнение - возможно просто пошлое (субъективно), с намеком на контекст, но формальных признаков нарушения п. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» нет.

Решение

1. Выявлены нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выявлены нарушения этических норм, изложенных в ст. 4 Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в ст. 3 Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.
3. Рекомендовать УФАС проинформировать рекламодателя о принятом решении с целью прекращения распространения данной рекламы.

Секретариат
Саморегулируемой организации
Ассоциация маркетинговой индустрии
«Рекламный Совет»

саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой индустрии