

## **РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 104-2020**

Жалоба рассмотрена 12 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): 30.10.2020-03.11.2020.

### **Описание рекламного продукта**

Размещение рекламного баннера в сети магазинов "Детский мир" (Москва, улица Декабристов, 1) с изображением девочки и надписью "Принцы любят красивых и недоступных ... Пойду покрашусь и спрячусь в шкаф!" и изображением мальчика и надписью "Когда я вырасту, ... буду собой!".

### **Суть запроса**

В адрес СРО поступила прямая жалоба потребителя № 104-2020 относительно размещения вышеуказанной рекламы. Заявитель полагает, что данная реклама является оскорбительной, в которой: "девочки, во-первых, должны ориентироваться на чужое-мужское мнение, во-вторых, сама по себе девочка считается некрасивой, надо покраситься, в-третьих, девочка должна быть недоступной! Ребенку на фото вообще сколько лет, чтобы говорить о доступности или недоступности? Недоступно - это о сексе? Или есть какие-то другие значения, которые применимы к девочкам?"

### **Отклик**

Позиция рекламодателя была запрошена, отклик не получен.

### **Оценка экспертов**

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО 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 обращений потребителей, эксперты высказались следующим образом:

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили ДА (16,7%).

*Вопрос № 2. Причиняет ли данная реклама вред несовершеннолетним?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили ДА (16,7%).

*Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили ДА (16,7%).

*Вопрос № 4. 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 НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили ДА (16,7%).

Эксперты мотивировали свою позицию тем, что признаков нарушения законодательства о рекламе не обнаружено.

### **Особое мнение**

От двух экспертов поступили особые мнения о том, что реклама не только неэтична, но противоречит законодательству РФ, провозглашающему, начиная с Конституции РФ и ратифицированных международных правовых актов, равенство граждан по половому признаку не только в правах, но и в их реализации. Навязывание малолетним несовершеннолетним лицам столь явно сексистской позиции недопустимо в 21 веке в развитом демократическом государстве.

### **Решение**

1. Нарушения положений 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 Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП не выявлены.

