

РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 51-17.05.2023

Жалоба рассмотрена 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): 17.05.2023-01.06.2023

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы сети станций технического обслуживания автомобилей "SPOT" на наружной рекламной конструкции, размещенной по адресу: г.Санкт-Петербург, Большеохтинский пр-кт, д. 12, с текстом следующего содержания: "SPOT. Замена масла четко и без палева. 603-44-80 Заневский 77, Индустриальный, 47 к.1".

Суть запроса

В адрес СРО поступила прямая жалоба потребителя относительно размещения вышеуказанной информации.

По мнению заявителя, данная реклама неэтична, в ней используются выражения нарушающие культурный облик города.

Отклик

Ответ от рекламодателя, ЗАО "Постер", не поступил.

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 обращения потребителя, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Допустимо ли использование подобных слов и выражений в наружной рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%).

Вопрос № 2. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные сравнения и/или выражения?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%).

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

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (16,7%).

Вопрос № 4. 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 ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (33,3%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Слово "палево" относится к сленгу, т.е. ненормативной лексики, не входящей в состав русского языка как государственного языка РФ, соответственно, его использование в рекламе нарушает ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

В рекламе усматривается признак нарушения п.1 ч.2 ст.5 Федерального закона №38-ФЗ "О рекламе" - в части некорректного сравнения рекламируемого товара (в данном случае услуги) с находящимися в обороте, которые оказываются иными продавцами. Применительно к рассматриваемому случаю "без палева" может трактоваться в отношении иных продавцов, оказывающих аналогичные услуги на рынке. В соответствии с разъяснениями ФАС России: "При некорректном сравнении рекламы товара с товарами других юридических лиц конкурирующие товары могут не называться. Сравнение может производиться со всеми другими представленными на данном рынке однородными товарами"

Особое мнение

Один из экспертов высказал особое мнение, что спорное выражение относится к сленгу и жаргону, но не является неприличным.

Решение

1. Выявлены нарушения п.1ч.2 и ч.11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
2. Выявлены нарушения Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.
3. Направить экспертное решение в Управление федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу для принятия мер к рекламодателю, в соответствии с законодательством о рекламе РФ.
4. Сообщить о данном решении ЗАО "Постер"
5. Проинформировать заявителя о принятом решении.

