

РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 64-08.08.2024

Жалоба рассмотрена 4 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): 08.08.2024-11.10.2024

Описание рекламного продукта

Размещение с помощью самоклеящейся пленки на поверхности остекления второго этажа здания, расположенного по адресу: г.Санкт-Петербург, ул.Планерная, д.47, к.3, изображения логотипов операционных систем: андроида и яблока.

Суть запроса

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

Заявитель считает, что "... на окне изображение с испражняющимся андроидом, больше похоже на вандализм, чем на рекламу".

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

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 (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения потребителя, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Имеются ли нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос № 2. 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 ДА

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Спорный материал следует рассматривать в совокупности с расположенными в непосредственной близости от него, выполненными в той же стилистике и цветовой гамме и воспринимаемыми как единое смысловое целое надписями: SONY, ремонт телефонов, аксессуары и т.д.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и формирование интереса к объекту рекламирования - услугам мастерской Петси. При этом данная информация не соответствует требованиям к вывескам Закона "О защите прав потребителя", обычаям делового оборота по размещению вывесок, нормативам, установленным для вывесок в Санкт-Петербурге. То есть, спорный материал является рекламным.

В нем содержатся изображения, сходные до степени смешения со знаками операционных систем android и apple. При этом Bugdroid Android мочится на надкушенное яблоко. Во многих культурах, в том числе современной российской, мочеиспускание на другого субъекта является актом унижения последнего в неприличной форме (оскорблением). По размеру изображение Bugdroid Android значительно превосходит изображение Apple. Таким образом, в рассматриваемой рекламе содержится сравнение двух операционных систем, одной из которых отдано явное, но никак не обоснованное преимущество.

Судя по рекламе, мастерская Петси осуществляет ремонт устройств, работающих на системе Android, и не ремонтирует гаджеты, произведенные Apple. Следовательно, нарушается п.1 ч.2 ст.5 Закона "О рекламе".

Мочеиспускание в непредназначенных для этого местах не считается в современной российской культуре надлежащим поведением, в связи с этим изображение данного акта в несоответствующей ему обстановке является непристойным образом. Его использование в рекламе нарушает ч. 6 ст. 5 Закона "О рекламе".

Также спорная реклама, нарушая общепринятые принципы морали и выражая пренебрежение к ОС Apple, содержит нарушения статей 4 и 8 Российского кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций.

Особое мнение

Один из экспертов высказал особое мнение, что необходимо провести анализ на предмет квалификации объекта рекламирования, если изображение попадает под определение "вывеска" - тогда нормы закона о рекламе не применимы.

Решение

1. Выявлены нарушения п.1 ч.2 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
2. Выявлены нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
3. Выявлены нарушения норм статей 4 и 8 Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024).
4. Направить экспертное решение в Управление федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу для принятия мер к рекламодателю, в соответствии с законодательством о рекламе РФ.
5. Проинформировать заявителя о принятом решении.

