

**РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ**  
**№ 93-15.09.2022**

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): 15.09.2022-14.10.2022

**Описание рекламного продукта**

Баннер, размещенный на борту грузового автомобиля, с текстом: "ZAVOD-SPB.RU СТРОГО ДЛЯ РЫБАКОВ. ЗАЕ\*\*ИСЬ, ВНАТУРЕ, ЧЁТКО"

**Суть запроса**

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

Заявитель считает данную рекламу неэтичной.

**Отклик**

СРО было направлено обращение в адрес рекламодателя, ответ не последовал.

**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. Является ли данная реклама неэтичной?*

Эксперты единогласно ответили ДА

*Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили ДА

*Вопрос № 3. Имеются ли в данной информации нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили ДА

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Подобные попытки замаскировать бранные слова являются неэтичными. Слово-знак "зае\*\*ись" является гештальтом, то есть неполным, но наше сознание способно воспринять его целостно, то есть как мат, который запрещен к использованию в рекламе.

Очевидное нарушение ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе": "В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия".

### Особое мнение

Особых мнений не поступило.

### Решение

1. Выявлены нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"
2. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе 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. Проинформировать заявителя о принятом решении.

