



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

ПРОТОКОЛ

**заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при
Волгоградском УФАС России**

27.05.2021

№ 08

Председательствовала:

Никуйко Ирина Борисовна - заместитель руководителя Волгоградского УФАС России

Присутствовали:

Члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Волгоградском УФАС России:

Брагина Альбина Мидхатовна,
Клонова Светлана Ивановна,
Кириченко Олег Викторович,
Крапивенский Анатолий Соломонович,
Меркулов Михаил Александрович,
Овсянникова Татьяна Владимировна,
Усанова Виктория Александровна,
Черепяхин Вячеслав Игоревич,

Ответственные работники Волгоградского УФАС России:

Алимова Елена Владимировна – заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

Члены Совета Кожемякин Дмитрий Владимирович, Супрун Василий Иванович представили в письменном виде мотивированную позицию по вопросам повестки, а также ответы на вопросы для голосования.

ПОВЕСТКА:

1. Итоги рассмотрения рекламных и административных дел по рекламе, ранее оцененной на Экспертном совете.
2. Оценка наружной рекламы шашлык-бара «Пиратская гавань» на предмет использования непристойного выражения.
3. Оценка наружной рекламы телевизионного реалити-шоу «Беременна в 16».
4. Разное.

СЛУШАЛИ:

По 1 вопросу. Итоги рассмотрения рекламных и административных дел по рекламе, ранее оцененной на Экспертном совете.

Председателем Экспертного совета были озвучены итоги рассмотрения рекламных и административных дел по рекламе, цененной на предыдущем заседании Экспертного совета.

- По наружной рекламе ТРК «Мармелад» с текстом *«Господин назначил меня любимой женой и ведет в Мармелад!»* вынесено решение по делу № 034/05/5-1320/2019 о признании рекламы ненадлежащей, нарушающей ч. 6 и ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе. На рекламодателя ООО «Аргус» наложен штраф 50т.р. (снижение ниже минимума по ст. ч. 1. Ст. 14.3. КоАП РФ). Решение и Постановление не обжаловались.

- По наружной рекламе фитнес-клуба «Griff» с текстом *«ХОЧУ ТЕБЯ пригласить в фитнес-клуб GRIFF ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ фитнесом вместе...»* вынесено решение по делу № 034/05/5-40/2020 по ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе (использование непристойного выражения в совокупности с образом). Рекламодателю ИП вынесено предупреждение.

- По рекламе магазина самогонных аппаратов «Колба» с текстом *«Черная пятница лишь три дня, Акция в «Колбе» не ***ня»* вынесено решение по делу № 034/05/5-39/2020 о признании в рекламе нарушения ч. 6 ст. 5 (бранное выражение). Рекламодателю ООО «Колба» вынесено предупреждение (СМП).

- по рекламе в соцсетях услуг по перетяжке рулевого колеса автомобиля «Автошкура» с текстом *«Я шкура! Натяни меня... НА СВОЙ РУЛЬ»* вынесено решение по делу № 034/05/5-83/2020 по ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе (непристойное и оскорбительное выражение в совокупности с образом). На рекламодателя гражданина наложен штраф 2 т. р..

- по рекламе в виде штендра с текстом *«1ХСТАВКА приходи сам приводи друга ставка каждому 500 р. Дам обоим...»* вынесено решение № 034/05/27-67/2020 о признании в рекламе нарушений пп. 8 ч. 1, ч. 2-2.2, ч. 5 ст. 27, ч. 6 ст. 5 (непристойный образ и выражение и нарушение норм о рекламе азартных игр). На рекламодателя и рекламодателя ООО «Букмекер Паб» (Г. Брянск) наложен штраф 150 т. р. Постановление о наложении штрафа обжаловано (судебное дело №А12-27005/2020), в снижении штрафа судом отказано.

- по наружной рекламе строящегося ТЦ «Медведица» с незаконным использованием обозначения, сходного до степени смешения с товарным знаком «*СтолплитХоум*» вынесено решение о нарушении п. 7 ч. 3 ст. 5, п. 3 ч. 3 ст. 5, п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе. Рекламодателю ООО «ТЦ «Орион» вынесено предупреждение (СМП).

В 2021 году без предварительно обсуждения рекламы на Экспертном совете Управлением вынесено одно решение по ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе (дело № 034/05/5-1409/2020). Рекламодателю и рекламодателю индивидуальным предпринимателям вынесено предупреждение (СМП).

Текст рекламы:

Битва магазинов
ВАСАБИ VS суши VIP
ЖУЙ **ПОЛУЧИ**
суши и роллы *10000 Р*
подробности в (значок INSTAGRAM)»

Фото рекламы продемонстрировано. Эксперты выразили согласие с вынесенным решением.

С полным текстом упомянутых решений можно ознакомиться на сайте УФАС в разделе «Решения» (поиск удобно осуществлять по номеру дела).

По 2 вопросу. Оценка наружной рекламы шашлык-бара «Пиратская гавань» на предмет использования непристойного выражения.

Для оценки членам Совета представлено фото наружной рекламы шашлык - бара «Пиратская гавань» со слоганом «Насаживаем и жарим». По мнению заявителя данный слоган имеет устойчивый сексуальный подтекст, поэтому реклама является неэтичной и оскорбительной.

При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие мнения.

Большинство членов Экспертного совета выразило мнение, что данная реклама не воспринимается как непристойная или пошлая, так как помимо выражения «Насаживаем и жарим» в рекламе присутствует изображение шашлыка на шампурах, а также перечислен ассортимент шашлык-бара: шашлык, стейк, люля-кебаб с указанием цены. Глаголы употреблены в своём прямом значении, а картинка не вызывает сексуальных ассоциаций.

Ряд экспертов указали, что намек в данном слогане определенно присутствует, но нельзя согласиться с заявителем, что этот намек явный, а выражение имеет устойчивый характер. Указано, что намек на сексуальный подтекст в данном выражение может быть понятен только определенной категории людей, тогда как остальные потребители рекламы ничего пошлого не заметят. Картинка не призывает к действиям сексуального характера, но может вызвать определенные ассоциации у подростков пубертатного возраста.

Также было отмечено, что при вводе в поисковую строку словосочетания «Насаживаем и », результаты поискового запроса только у отдельных пользователей выдают в первых пунктах выражение «Насаживаем и жарим» в значении действий сексуального характера (анекдоты типа «Шашлык должен жарить мужик, потому что только мужик умеет насаживать и жарить»).

Само наружное распространение в центре города рассматриваемой рекламы не вызвало у экспертов негативной оценки.

После обсуждения на открытое голосование поставлены следующие вопросы:

- 1) Использовано ли в указанной рекламе непристойное выражение («Насаживаем и жарим»)?
 - А) Да
 - Б) Нет
 - В) Затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

Да - 0 голосов;

Нет - 8 голосов;

Затрудняюсь ответить - 3 голоса.

- 2) Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности распространение данной рекламы в данном месте?
 - А) ДА

Б) Нет

В) Затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

ДА - 10 голосов

Нет - 0 голосов

Затрудняюсь ответить - 1 голос

Решили:

Признать, что в рассматриваемой рекламе выражение «Насаживаем и жарим» не является непристойным.

Признать, что размещение в рекламе использованных образов допустимо с точки зрения действующих нормам морали и нравственности.

По 3 вопросу. Оценка наружной рекламы телевизионного реалити-шоу «Беременна в 16».

Для оценки членам Совета представлено на экране компьютера продемонстрированы фотографии рекламы телевизионной передачи, содержащий изображение молодой беременной девушки, лежащей на диване, с текстом следующего содержания: «Новый сезон Беременна в 16, премьера реалити с 1 марта 17.30 на телеканале Ю, 16+».

При обсуждении спорной рекламы экспертами были высказаны следующие мнения.

С точки зрения уголовного права, название телепередачи не нарушает норм законодательства, так как из названия телепередачи следует, что беременной девушке исполнилось 16 лет. 16 лет – это возраст сексуального согласия, с которым закон связывает возможность вступления в брак, а также в сексуальные отношения по согласию.

Различную оценку у экспертов вызвал вопрос о том, поощряет и/или пропагандирует ли данная реклам раннюю беременность в 16-летнем возрасте.

Один эксперт высказал крайнюю позицию, указав, что реклама явно нарушает законодательство о запрете пропаганды сексуальных отношений среди несовершеннолетних, и является, по сути, рекламой педофилов и прочих растлителей.

Отдельные эксперты увидели в использованном образе девушки, делающей селфи, элемент поощрения, хвастовства, а, следовательно, возможного побуждения несовершеннолетних с ранней беременности. По их мнению, у подростков, при просмотре рекламы формируется отношение к беременности в 16 лет как к нормальному явлению.

Вместе с тем, большинство экспертов не усмотрели в рекламе нарушение моральных норм. Беременные шестнадцатилетние девушки не пропагандируют что-то незаконное, поэтому нельзя говорить, что показывать этих девушек в телепередачах аморально.

Высказана позиция, что в беременной девушке, даже 16 лет, нет ничего непристойного ни с этической, ни с правовой точки зрения. Подростковая беременность тема сложная, в том числе и из-за неоднозначной общественной реакции на нее. Тем не менее, она возможна, и нет ничего этического в осуждении людей, оказавшихся в подобной ситуации. Запрет рекламы телевизионного сериала,

посвященного данной проблеме - это табуирование общественного обсуждения данной темы, чем заниматься не должно.

Сам по себе образ не является оскорбительным, не содержит нецензурного подтекста. Подростковый секс есть, спорить с существованием данного явления бессмысленно, рассматриваемая реклама его явно не пропагандирует. Скорее она в юмористическо-саркастическом жанре предупреждает о возможных последствиях.

После обсуждения на открытое голосование поставлены следующие вопросы:

- 1) Использовано ли в указанной рекламе непристойное выражение (в совокупности с образом)?

- А) Да
Б) Нет
В) Затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

Да – 2 голоса;
Нет – 8 голосов;
Затрудняюсь ответить – 1 голос.

- 2) Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений в совокупности с образом?

- А) Да
Б) Нет
В) Затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

Да – 4 голоса;
Нет- 4 голоса;
Затрудняюсь ответить- 3 голоса.

- 3) Считаете ли Вы, что данная реклама с использованием образа несовершеннолетней девушки побуждает несовершеннолетних к ранней беременности?

- А) Да
Б) Нет
В) Затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

Да – 1 голос;
Нет – 6 голосов;
Затрудняюсь ответить – 4 голоса.

Решили:

Признать, что в наружной рекламе телевизионного реалити-шоу «Беременна в 16», содержащей изображение молодой беременной девушки, лежащей на диване и текстом «Новый сезон Беременна в 16, премьера реалити с 1 марта 17.30 на

телеканале Ю, 16+» не использовано непристойное выражение в совокупности с образом.

Данная реклама не побуждает несовершеннолетних к ранней беременности.

Вопрос о допустимости рекламы с точки зрения действующих нормам морали и нравственности однозначно не разрешен. Мнения членов экспертного совета разделились поровну.

По 4 вопросу. Разное.

Члены Экспертного совета обсудили отдельные вопросы работы Совета.

Председатель Экспертного совета

И.Б. Никуйко

Протокол составил

А.М. Брагина