|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Всеукраїнська громадська організація***“Українська Асоціація Маркетингу”***пр. Перемоги, 54/1, м. Київ, 03057 тел./факс 38 (044) 456-2416http://uam.in.uaE-mail: for.good.ad@gmail.com | logo-UAM | All-Ukrainian civil society organization***“Ukrainian Marketing Association”***54/1, pr. Peremogy , Kyiv, 03057tel./fax 38 (044) 456-2416http://uam.in.uaE-mail: for.good.ad@gmail.com |

 |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № 35-2019Від 5 серпня 2019 р. |  | Начальнику Головного управління Держпродспоживслужби в Івано-Франківській областіГурському Р.Й.вул. Берегова, 24м. Івано-Франківськ, 76019 |

**ЕКСПЕРТНИЙ ВИСНОВОК**

Експертний Висновок надано ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (21708654, ) та Індустріальним Ґендерним Комітетом з Реклами (ІҐКР) до складу якого входять представники асоціацій, які підписали Стандарт «Недискримінаційна реклама за ознакою статті» СОУ 21708654-002-2011 (надалі - Стандарт). Представники/ представниці асоціацій – члени ІҐКР: генеральний директор Громадської організації «Українська Асоціація Маркетингу», національний представник ESOMAR в Україні у 2005-2016 роках – ***Ірина*** ***Лилик***, (освіта вища економічна, кандидат економічних наук, доцент, стаж роботи в сфері маркетингу 20 років)***,*** Голова Київського Регіонального Представництва ІГКР – ***Олена Бучинська*** (освіта вища економічна, кандидат економічних наук, стаж роботи в сферах маркетингу та ПР 10 років); експерт ІГКР – ***Ольга Максименко*** (президент Експертної Міжгалузевої Асоціації України), освіта вища, стаж роботи в сфері маркетингу та реклами 5 років).

ГО «Українська Асоціація Маркетингу» (21708654) зареєстрована Міністерством Юстиції України (Опис додається. Статут, нова редакція, затверджений Конференцією ВГО «Українська Асоціація Маркетингу 30 листопада 2016 року, оприлюднено на порталі електронних сервісів відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» (Реєстраційний номер справи: 1\_074 \_ 004285 \_ 04 Код:231422125653). Відповідно до пункту 3.3.7 Статуту ГО «Українська Асоціація Маркетингу», завданням організації є проведення відповідної експертизи у сфері реклами: «3.3.7. Участь у запровадженні заходів щодо встановлення стандартів якості у роботі маркетологів та рекламістів, сприяння усуненню недобросовісної конкуренції, проведення відповідних експертиз у сфері маркетингу, менеджменту, реклами та консалтингу;». В той же час, статтею 29 Закону України «Про рекламу» передбачено право об’єднань громадян здійснювати незалежну експертизу реклами щодо відповідності її вимогам законодавства України. Таким чином, ГО «УАМ» має право проведення незалежної експертизи реклами, в тому числі на вимогу державних органів влади.но в

 Експертиза щодо наявності дискримінації в рекламних матеріалах проведена на підставі звернення Головного управління Держпродспоживслужби в ІваноФранківській області № 06.2/1972-19 від 26.07.2019 року (копії листів, фотоматеріал реклами, що підлягає експертизі, додаються).

 В якості об'єкту експертизи виступає зовнішня реклама закладу громадського харчування «Kapusta» (заклад розміщується за адресою: вул. Максимовича, 13, м. Івано-Франківськ), розміщена на біл-борді по вулиці Надрічна, м. Івано-Франківськ, з можливими ознаками дискримінації.

Експертна комісія уважно вивчила наданий фотоматеріал. Наданий на експертизу рекламний контент покликаний привернути увагу споживача до міської їдальні із нестандартною назвою «Kapusta».

Реклама розміщена на рекламному носії типу біл-борд. Композиція виконана в зелених кольорах та складається із фотографічного зображення та текстової частини.

Поданий на експертизу рекламний контент зпродукований українською мовою, проте, назва закладу пропимана англійською. Рекламодавець позиціонує заклад громадського харчування «Kapusta» як «нову їдальню», що допоможе «подолати авітаміноз», про що написано у лівій частині біл-борду. Нижче зазначається адреса та відстань до закладу: «вул. Максимовича, 13 ← 350 м ←».

Праву половину рекламної площі займає фотографічне зображення молодої дівчини. Дівчина зображується вище поясу. Видно, що модель оголена, зону грудей прикривають два качани капусти, які вона тримає лівою рукою. Правою рукою вона частково прикриває відкритий рот, за допомогою якого автори рекламного контенту намагалися передати емоцію здивування чи соромʼязливості. З елементів одягу на дівчині можна побачити лише пекарський ковпак.

В контексті вищезазначеного, варто наголосити, що рекламна діяльність в Україні регулюється Законом України "Про рекламу" (далі – Закон).

Статтею 1 Закону визначено, що «Реклама - це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару».

Відповідно до ст. 8 Закону України «Про рекламу» у рекламі забороняється вміщувати твердження, що є дискримінаційними.

 У ч.3. статті 7 Закону зазначено, що реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності.

 Разом з цим, звертаємо увагу на те, що частиною першою статті 24 Конституції України встановлено, що не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, **статі,** етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками.

 Відповідно до положень пункту 2 частини першої статті 1 Закону України “Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні” дискримінація - ситуація, за якої особа та/або група осіб за їх ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, **статі**, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, мовними або іншими ознаками, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними (далі - певні ознаки), зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами в будь-якій формі, встановленій цим Законом, крім випадків, коли таке обмеження має правомірну, об’єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними.

 Згідно зі статтею 5 Закону України “Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні” формами дискримінації є: пряма дискримінації, непряма дискримінації, підбурювання до дискримінації, пособництво у дискримінації, утиск.

 Форми дискримінації з боку державних органів, органів влади Автономної Республіки Крим, органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб, **юридичних осіб публічного та приватного права**, а також фізичних осіб, визначені [статтею 5](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#n37) цього Закону, забороняються (стаття 6 Закону України “Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні”).

 Також слід зауважити, що у рекламі забороняється вміщувати твердження, які є дискримінаційними за ознаками походження людини, її соціального і майнового стану, расової та національної належності, **статі**, освіти, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовними ознаками, родом і характером занять, місцем проживання, а також такі, що дискредитують товари інших осіб (стаття 8 Закону України “Про рекламу”).

 У 2011 році фахові асоціації, які об’єднують маркетологів та рекламістів прийняли Стандарт недискримінаційної реклами за ознакою статті (далі – Стандарт), **зареєстрований відповідним чином Державним Комітетом України з Питань Технічного Регулювання та Споживчої Політики, Державним підприємством «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості (ДП УкрДНЦ)»** **(Зареєстровано 30.07.2012 № 3259575212249)**, є **Стандартом організацій України (СОУ 21708654-002-2011)**. Стандарт виконує функції нормативного документа в деяких аспектах саморегулювання рекламної галузі.

 У п.5.2.8 (а) Стандарту зазначено, що «Реклама вважається дискримінаційною за ознакою статі та порушує добросовісну маркетингову практику, якщо зображує або описує жінку або чоловіка як прикрасу чи сексуальний об'єкт, включаючи натяки на статеві стосунки і сексуальність людей, які нічим не пов'язані з рекламованим продуктом, і не мають прямих асоціацій з споживанням рекламованого продукту, товару, послуг тощо; порушення посилюється, якщо сексуальність людини зображується або описується принизливо, зневажливо, наклепницьким чином (для людської гідності) через мову, позування, вербальні або невербальні натяки тощо)».

 Реклама, подана на експертизу містить ознаки саме такої дискримінації.

Зображення жіночого тіла у наданій на експертизу рекламі відіграє роль своєрідного тізеру з метою привернення уваги. Максимальний акцент при цьому робиться саме на жіночі груди. Таким чином, жінка в наданій на експертизу рекламі зображується в якості сексуального обʼєкту. Жіночі груди порівнюються із овочем, який був обраний для назви їдальні «Kapusta».

Експерти зазначають, що подібний підхід є свідченням непрофесійності та використання недобросовісних маркетингових практик. Зображення оголеного жіночого тіла, яке жодним чином не відноситься до обʼєкту реклами, порівняння його фрагментів із овочами є неприпустимим в сучасній рекламі.

Реклама визнана дискримінаційною та такою, що порушує Розділ II частини третьої статті 7 **Закону України «Про рекламу»** «Реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності»

 Реклама визнана дискримінаційною та такою, що порушує **Стандарт «Недискримінаційна реклама за ознакою статті» СОУ 21708654-002-2011** Пункт 5.2.9.

**Висновки**

* Реклама закладу громадського харчування «Kapusta» є дискримінаційною та порушує вимоги частини третьої статті 7, частини першої статті 8 Закону України «Про рекламу», а також пункту 5.2.9, та пункт 5.2.8 (а) статті 5 Стандарту «Недискримінаційна реклама за ознакою статі» – СОУ 21708654-002-2011.

Президент Громадської організації «Українська Асоціація Маркетингу»,

Голова Індустріального Ґендерного Комітету з Реклами Ірина Лилик

Голова Київського Регіонального Представництва ІГКР Олена Бучинська

Президент Експертної Міжгалузевої Асоціації України Ольга Максименко







