

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 01-10.01.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Московской области

Запрос рассмотрен 5 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): 10.01.2023 — 25.01.2023

Описание рекламного продукта

Квитанция за жилищно-коммунальные услуги, на обороте которой размещена следующая информация: "Выиграй с Умной платежкой денежный приз 3999.99 руб! Оплати в личном кабинете МосОблЕИРЦ на сайте или в мобильном приложении "МосОблЕИРЦ Онлайн" всю задолженность или текущие начисления в счете за декабрь 2022г. по строке "ИТОГО К ОПЛАТЕ" до 30.12.2022г. Это твой шанс выиграть 3999,99 рублей! Подробности на сайте мособлеирц.рф и по QR-коду".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее — УФАС), где рассматривается обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения ч.10.3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС 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 УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения части 10.3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" ?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

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

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

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

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Конституционный суд в Постановлении № 4-П от 04.03.1997 г. определил, что отношения по распространению рекламы являются гражданско-правовыми, именно поэтому их регулирует федеральный законодатель. Обратившись к ст. 437 ГК РФ, мы увидим, что гражданское законодательство определяет рекламу как приглашение делать оферты, если в ней не указаны все существенные условия договора, или как публичную оферту, если в ней указаны все существенные условия. Таким образом, рекламной является информация, которую стороны получают в преддоговорный период, поэтому с момента вступления сторон в договорные отношения, информация, которую они получают в рамках исполнения договора о порядке его исполнения не может считаться рекламной, поскольку из нее исчезает сущность оферты. Соответственно, информация, адресованная конкретному потребителю коммунальных услуг, имеющему договор с ресурсоснабжающей организацией о порядке исполнения договора, в том числе стимулирующих мер (таких как розыгрыши), не является рекламой, так как потребитель и поставщик коммунальных ресурсов уже связаны договорными отношениями.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.
2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

