

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 44-01.06.2022
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Нижегородской области

Запрос рассмотрен 7 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): 01.06.2022 — 14.06.2022.

Описание рекламного продукта

Размещение на рекламных щитах г.Н.Новгорода информации следующего содержания: «Реклама без денег Бартер.НН 200-37-30».

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области (далее - УФАС), где находится на рассмотрении обращение заявителя по факту распространения вышеуказанной информации.

По мнению заявителя, рекламное сообщение вводит жителей города в заблуждение, поскольку за услуги фактически надо заплатить.

В связи с тем, что ООО "РА МОСТ" является кандидатом в члены СРО АМИ РС (член АКАР), УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Отклик

Позиция рекламодателя выразилась в следующем мнении:

1. Коммерческое обозначение не является фирменным наименованием и не подлежит обязательному включению в учредительные документы. В гражданском праве Российской Федерации отсутствует обязанность по обязательной регистрации прав на коммерческое обозначение. Законодательство РФ прямо не указывает, в какой форме может существовать коммерческое обозначение.

Верховный Суд Российской Федерации в Постановлении Пленума от 26 марта 2009 г. No 5/29 разъяснил, что право на коммерческое обозначение возникает с момента начала фактического использования такого обозначения для индивидуализации предприятия, т.е. с первого факта использования данного обозначения в предпринимательской деятельности.

«Бартер НН» - коммерческое обозначение, используемое с начала 2020 г. ООО «РАМОСТ» для работы по направлению распространения (размещения) рекламных материалов по сделкам на условиях бартера, с отдельным сайтом <https://barternn.ru/>.

Реклама данного коммерческого обозначения как направления деятельности (именно в целях повышения его узнаваемости и запоминаемости потребителями) активно осуществляется в регионе на радио, наружной рекламе, в сети «Интернет».

Объектом рекламирования спорного рекламного сообщения является услуга осуществления рекламы. ФЗ «О рекламе» не содержит требования и обязанности рекламодателя указывать фирменное и/или юридическое наименование лица, оказывающего рекламируемую услугу, при рекламе услуг по осуществлению рекламы (распространению рекламы).

Таким образом в спорном рекламном материале *отсутствуют признаки нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».*

2. Понятие «бартер» в словарях толкуется, как прямой обмен товарами/услугами без участия денег.

В качестве оплаты услуг агентства по размещению, распространению рекламных материалов рекламодателей не используются деньги, а производится обмен собственными товарами/услугами, которыми рекламодатели располагают и которые от них не требуют дополнительных расходов по их приобретению, т.е. денежные средства как способ оплаты услуги агентства не используются, что и указано в рекламном сообщении фразой «Реклама без денег».

Расчет в денежном выражении, в том числе в виде доплат не применяется, поскольку «обмен» происходит на равноценные по стоимости услуги/товары.

Таким образом в спорном рекламном материале *отсутствуют признаки нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».*

3. ФЗ «О рекламе» не содержит толкования понятия «существенная информация».

Отсутствие в спорном рекламном сообщении фирменного и/или юридического наименования лица, оказывающего рекламируемую услугу, не является однозначным свидетельством того, что реклама является ненадлежащей и нарушает требования ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В спорном рекламном сообщении фраза «Реклама без денег» и фраза «Бартер НН» выполнены одинаковым по высоте шрифтом (1,7 мм для заглавных (прописных) букв). Более того фраза «Бартер НН» выполнена в ярко-цветовом исполнении для усиления эффекта ее заметности и восприятия потребителем.

Следовательно, рекламное сообщение воспринимается рядовым потребителем как единое целое фразой «Реклама без денег. Бартер НН».

С учетом вышесказанного единственно верным пониманием фразы «Реклама без денег. Бартер НН» является следующее: рекламные услуги оказываются на условиях бартера как прямого обмена товарами или услугами между сторонами сделки без

участия денег как всеобщего универсального средства обмена, обращения, используемого как платежное средство в рублях или иностранной валюте для оплаты приобретаемой услуги.

Следовательно, информация, отраженная в рекламном сообщении, воспринимаемая потребителем в целом, как единый объект, понимаемая потребителем в буквальном и широко распространенном смысле значений использованных в ней слов и выражений, не способна обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой.

Таким образом в спорном рекламном материале *отсутствуют признаки нарушения п. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».*

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 нарушения требований п.4 ч.3 ст.5 ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%).

Вопрос № 2. Имеются ли нарушения требований п.20 ч.3 ст.5 ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Имеются ли нарушения требований ч.7 ст.5 ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%).

Вопрос №4. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос №5. 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 большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты согласились с доводами ООО "РА МОСТ", что бартер подразумевает возмездность отношений, но без участия денег как универсального средства платежа.

Бартер является договором мены, который предусмотрен ст.567 Гражданского кодекса РФ.

В рекламе содержится очевидное и недвусмысленное сообщение об условиях сделки: возмездно, но не на финансовой основе.

"Без денег" не означает "бесплатно". Рекламный материал не содержит информации, которая могла бы ввести в заблуждение.

Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение о том, что реклама содержит признаки нарушения закона о рекламе (отсутствие части существенной информации, введение в заблуждение) т.к. не любой товар/услуга может быть объектом бартерной сделки.

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 (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

