

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 51-21.06.2022
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Московской области

Запрос рассмотрен 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): 21.06.2022 — 28.06.2022.

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы ЖК «Миниполис 8 Кленов» на рекламной конструкции, установленной по адресу: Московская область, мкр. Опалиха, д. 5, следующего содержания: «Квартиры со своим парком и прудами/офис продаж 1,2 км».

Суть запроса

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

По мнению заявителя не допустимо в данной рекламе указывать на наличие своего пруда, поскольку пруд является местом общего пользования.

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 7 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 данных материалах нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Правовая оценка рекламного текста как оферты должна осуществляться по правилам ст. 431 ГК РФ, т.е. буквально. Буквальное толкование фразы "квартиры со своим прудом" приводит к выводу, что данная фраза бессмысленна. Пруд не может являться предметом договоров об участии в долевом строительстве. То есть квартиры с прудом не может быть ни в реальной, ни в правовой природе. Между тем, данная формулировка не может вводить в заблуждение и считаться ненадлежащей рекламой, если фактически пруд будет находиться в непосредственной близости от рекламируемого жилого комплекса. То есть потребитель будет, говоря данным рекламным языком, владельцем квартиры и пользователем пруда. Фактически данная фраза является примером достоверного преимущества (аналог реклама масла с пометкой "не содержит холестерина"), которое не информативно, а стало быть она не может вводить в заблуждение.

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

