

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 60-07.08.2024
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Нижегородской 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): 07.08.2024 — 17.09.2024

Описание рекламного продукта

Размещение на фасаде здания, по адресу: Нижегородская область, г. Кстово, ул.40 лет Октября, д. 12, у входа в офис «Комиссионный магазин «КУПЛЮ ВСЕ.РФ» справа и слева, информации следующего содержания: «Куплю все, Продажа / Комиссия», «СКУПКА», «проще, чем КРЕДИТ выгоднее, чем ЛОМБАРД», «КОМИССИОННЫЙ МАГАЗИН «КУПЛЮ ВСЕ.РФ».

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области (далее — УФАС), где находится на рассмотрении дело по факту размещения вышеуказанной информации.

Из материалов дела:

Использование в рекламе терминов «проще, чем...» и «выгоднее, чем...» должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Таким образом, информация «проще, чем КРЕДИТ выгоднее, чем ЛОМБАРД» содержит некорректное сравнение и направлена на негативную оценку деятельности ломбардов и кредитных организаций.

Информация «проще...» и «выгоднее...» представлена мелким шрифтом, в то время как слова «КРЕДИТ» и «ЛОМБАРД» выполнены крупным шрифтом. При быстром прочтении или прочтении с большого расстояния указанной информации, расположенной на рекламной конструкции комиссионного магазина, потребитель может сделать вывод о том, что комиссионный магазин оказывает услуги ломбарда, а также предоставляет услуги по кредитованию.

Согласно пункту 7 статьи 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.

Перечень организаций, осуществляющих деятельность ломбардов, содержится в государственном реестре, который ведется Центральным Банком Российской Федерации.

Комиссионный магазин «КУПЛЮ ВСЕ.РФ» не является ломбардом, в реестре ломбардов не состоит.

В связи с тем, что на рассмотрении вышеуказанного дела представителем индивидуального предпринимателя, осуществляющего деятельность в комиссионном магазине «КУПЛЮ ВСЕ.РФ», заявлено ходатайство о проведении экспертизы, Нижегородское УФАС обратилось в

СРО с просьбой дать заключение на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений 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 (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Имеется ли в тексте «проще, чем КРЕДИТ выгоднее, чем ЛОМБАРД» прямое указание на какой-либо объект (-ы) или предмет (-ы), с которым сравнивается «кредит» по простоте с которым сравнивается «ломбард» по выгодности ?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос №2. Содержит ли текст «проще, чем КРЕДИТ выгоднее, чем ЛОМБАРД» негативную информацию о банках?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Если содержит, то почему только о банках, а не о микрофинансовых организациях?

Один из экспертов считает, что информация не конкретизирована и может быть отнесена к любому типу кредитов

Вопрос №4. Содержит ли текст «проще, чем КРЕДИТ выгоднее, чем ЛОМБАРД» информацию об отрицательной оценке деятельности ломбардов?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос №5. Если содержит, то каким критериям?

Эксперты считают, что не содержит информацию об отрицательной оценке деятельности ломбардов

Вопрос № 6. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 7. Имеется ли в данном материале нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Указанный рекламный лозунг смешивает понятия и таким образом вводит в заблуждение потребителя.

Признак «простоты» (независимо от сферы) является субъективным и вряд ли может быть основанием для объективного сравнения. Выгода может быть, по-видимому, определена каким-то способом, но в данном случае это сравнение должен делать потребитель с учетом своих потребностей, поскольку она имеет не единственное измерение (выгодно, потому что быстро; выгодно, потому что сразу получаешь деньги; выгодно, потому что берут все, и т.д.)

Особое мнение

Один эксперт считает эти претензии надуманными, возможно, исходящими от конкурентов.

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 (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

