

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 60-19.07.2022
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Калининградской 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): 19.07.2022 — 27.07.2022.

Описание рекламного продукта

Трансляция в торговых залах магазина «Виктория» (ООО «Виктория Балтия»), расположенного по адресу: 238580, Калининградская область, пгт. Янтарный, ул. Советская, 79, аудиорекламы такси «Комфорт»

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Калининградской области (далее - УФАС), где рассматривается обращение администрации муниципального образования «Янтарный городской округ» по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС просит дать оценку рассматриваемой рекламной информации на предмет наличия/отсутствия нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Отклик

Позиция рекламораспространителя:

ООО «Виктория Балтия» проведена служебная проверка, в ходе которой получены объяснения, изучены договорные документы, прослушан аудиоролик рекламы. По результатам проведенной проверки выяснено, что в аудиоролике не содержатся слова о том, что такси «Комфорт» является партнером администрации муниципального образования «Янтарный городской округ».

В рекламном аудиоролике используется слово «официальный». Согласно толкованию слова «официальный», Ефремова Т.Ф. «Толковый словарь русского языка» приводит объяснение: официальный, то есть связанный с соблюдением установленных норм, формальностей. На официальность осуществления деятельности такси «Комфорт» указывает тот факт, что заказчиком рекламы получены разрешения на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси на территории Калининградской области от Министерства развития инфраструктуры Калининградской области.

При осуществлении телефонного звонка по номеру, озвученному в рекламном аудиоролике (тел. 555088), получена информация о возможности оказания услуг перевозки такси «Комфорт», лишь в случаях, когда одной из точек маршрута (начальная, конечная) является населенный пункт муниципального образования «Янтарный городской округ».

По результатам проведенной проверки установлено, что трансляция рекламного аудиоролика такси «Комфорт» осуществляется с соблюдением требований ст. 5 и ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-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. Является ли такси «Комфорт», получившее официальное разрешение на осуществление деятельности по перевозке пассажиров и багажа легковым такси, «официальным» такси пгт. Янтарного?

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

Вопрос № 2. Содержатся ли в аудиорекламе такси «Комфорт» признаки нарушения п. 9 ч. 3 ст.5 Закона о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (28,6%).

Вопрос № 3. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (28,6%).

Вопрос № 4. 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 2 эксперта ответили ДА (28,6%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов согласились с позицией рекламодателя.

Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнения о том, что в разъяснениях ООО «Виктория Балтия» производится сознательное искажение информации о значении слова «официальный», а именно: из двух или трех значений, приводимых в различных толковых словарях, в т.ч. словарях С.И. Ожегова и Т.Ф. Ефремовой, выбирается одно, условно обосновывающее позицию рекламодателя: «соблюдающий все правила, формальности». Представляется, что и это значение не может оправдать использование слова «официальный» в спорной рекламе: любая служба такси должна получать необходимые разрешения, указание на их наличие не может служить отличительным признаком. Именно в связи с отсутствием содержательности слова «официальный» как отличительного признака значительно более вероятно восприятие указанного слова в ином значении – как «исходящего от правительства или администрации». Именно в этом значении слово

«официальный» не только воспринято администрацией муниципального образования «Янтарный городской округ» (Письмо от 16.05.2022), но и использовано самим рекламодателем: «На официальность осуществления деятельности такси «КОМФОРТ» указывает тот факт, что мы имеем официальное разрешение на осуществление деятельности...» (Письмо от 01.07.2022). Рекламодатель подчеркивает, что официальное – это исходящее от органов власти, а далее совершает логическую ошибку отождествляя разрешение на осуществление деятельности с самой деятельностью (официальное – официальная). В общественном сознании особая - «официальная» - поддержка со стороны органов публичной власти обычно воспринимается как преимущество поддерживаемого субъекта. А поскольку служба такси «Комфорт» не имеет особых договоров с органами местного самоуправления, отличающими эту службу от других, спорная реклама должна быть квалифицирована как нарушающая п. 1 ч. 3 ст. 5 и п. 9 ч. 3 ст. 5.

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.
3. Рекомендовать УФАС направить рекламодателю и рекламораспространителю экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

