

Секция «8. Проблемы правового регулирования в сфере финансов»

Неадекватное исполнение обязательств в сфере рекламы

Севостьянова Ольга Александровна

Студент

Финансовый университет при Правительстве РФ, Юридический факультет,

Москва, Россия

E-mail: olga.sevostyanova1@yandex.ru

Научный руководитель

к. ю. н. Короткова Мария Владимировна

Становление рыночных отношений в России способствует все большему возрастанию роли рекламы в современных экономических отношениях. Реклама стала действенным инструментом убеждения потребителя приобрести тот или иной товар (услугу) организации в условиях жесткой конкуренции на рынке. В связи с этим усиливается необходимость правового регулирования данной сферы. В области рекламной деятельности могут заключаться различные договоры (например, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, договор на производство наружной рекламы, договор на размещение наружной рекламы и т.д.), однако основным и важнейшим договором в данной сфере является договор возмездного оказания рекламных услуг (или рекламный договор). В соответствии с таким договором исполнитель (рекламопроизводитель, рекламодатель) обязуется выполнить по заданию заказчика (рекламодателя) определенную работу и (или) оказать услуги, связанные с производством, размещением или распространением рекламы заказчика и (или) производимых им товаров (работ, услуг, иных результатов деятельности), а заказчик обязуется оплатить выполненные работы и оказанные услуги. Данный договор двусторонний, консенсуальный и возмездный. Существенными условиями являются предмет (работы и услуги, оказываемые исполнителем), срок и иные условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Особенностью рекламного договора является его «смешанный» характер. Это обусловлено тем, что он содержит в себе элементы договора возмездного оказания услуг, договора подряда, а иногда и лицензионного договора. Таким образом, рекламный договор, как правило, включает в себя элементы договора рекламного подряда и договора возмездного оказания рекламных услуг. По договору рекламного подряда подрядчик по заданию заказчика обязуется выполнить работу по созданию рекламного материала и сдать ее результат заказчику, а тот, в свою очередь, обязуется принять и оплатить выполненную работу. По договору возмездного оказания рекламных услуг исполнитель обязуется оказать заказчику услуги рекламного характера в соответствии с заказом, а заказчик обязуется оплатить эти услуги. Таким образом, на рекламный договор распространяется действие статей 702-729 (общие положения о договоре подряда) и главы 39 (договор возмездного оказания услуг) Гражданского кодекса Российской Федерации. Как правило, рекламным договором на заказчика возлагаются следующие обязанности: направить исполнителю заказ на изготовление и размещение рекламного материала; предоставить необходимую информацию для изготовления рекламного материала; предоставить документы, под-

тверждающие его право заниматься лицензируемой деятельностью; принять и оплатить услуги исполнителя; не передавать предоставленные исполнителем рекламные площади и материалы третьим лицам; письменно информировать исполнителя об изменении сроков и объемов размещения рекламных материалов. При этом заказчик имеет следующие права: корректировать рекламный материал до момента его утверждения; контролировать процесс его создания; получать от исполнителя письменные и устные объяснения. В свою очередь, исполнитель по рекламному договору обязан: изготовить и разместить в установленные договором сроки и в установленных договором объемах рекламный материал; не передавать и не разглашать третьим лицам документацию, предоставленную заказчиком. Исполнитель имеет право приостановить размещение рекламного материала заказчика в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения его обязательств, отказать в изготовлении или распространении рекламного материала, содержащего сведения и информацию, противоречащую законодательству Российской Федерации, а также самостоятельно выбирать формы и методы изготовления и распространения рекламного материала в соответствии с законодательством Российской Федерации. Одной из актуальнейших проблем в правовом регулировании общественных отношений в сфере рекламы является проблема отсутствия проработанного института рекламного договора. На настоящий момент Гражданский кодекс Российской Федерации не дает понятия рекламного договора. В связи с этим, интересным и актуальным вопросом в сложившейся практике является вопрос об ответственности рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя за неисполнение или ненадлежащее исполнение принятых по рекламному договору обязательств. В большинстве случаев стороны сами устанавливают пределы ответственности в заключаемом договоре. Однако если ответственность не установлена сторонами в рекламном договоре, то необходимо руководствоваться положениями Гражданского кодекса Российской Федерации. В частности, поскольку рекламный договор содержит в себе элементы рекламного подряда и элементы возмездного оказания рекламных услуг, к нему применяются общие положения о подряде (статьи 702-729 Гражданского кодекса Российской Федерации), если это не противоречит статьям 779-782 Гражданского кодекса. Если рекламопроизводитель нарушил установленные рекламным договором сроки выполнения работ, а рекламодатель (заказчик) из-за такой просрочки утратил интерес в исполнении, то последний может отказаться от принятия исполнения и потребовать возмещения причиненных ему убытков (в соответствии с пунктом 2 статьи 405 Гражданского кодекса Российской Федерации). Если рекламопроизводитель вовремя не приступил к изготовлению рекламного материала (к оказанию рекламных услуг) или выполняет работу так медленно, что становится очевидной невозможность выполнения работы в указанный в договоре срок, заказчик также имеет право отказаться от исполнения договора и потребовать возмещения убытков. Если в ходе выполнения рекламных работ и оказания рекламных услуг обнаруживается, что они выполняются или оказываются ненадлежащим образом, заказчик имеет право назначить исполнителю срок для устранения недостатков, а, если исполнитель не устранит их в указанный срок, заказчик вправе отказаться от исполнения договора или поручить исправление работ третьему лицу за счет исполнителя, а также возмещения причиненных убытков. Если исполнитель своевременно и обоснованно предупредил заказчика о непригодности предоставленных им материалов, документации, информации, о недостатках выполнения работы указанным им способом

или о иных обстоятельствах, угрожающих выполнению работы и оказанию рекламных услуг надлежащим образом или в надлежащий срок, а заказчик не предпринял никаких действий по устранению указанных обстоятельств, исполнитель вправе отказаться от исполнения рекламного договора и потребовать возмещения причиненных этим убытков. Если заказчик не оказывает содействия исполнителю в выполнении работы и оказании услуг в объеме и порядке, установленных рекламным договором, исполнитель имеет право на возмещение убытков, вызванных задержкой (простоем) или вправе требовать увеличения срока выполнения работы или цены работы. Если заказчик не выполняет свои обязательства по рекламному договору (например, не предоставляет необходимые документы или информацию), исполнитель вправе не приступать к выполнению работ ли оказанию услуг или приостановить выполнение работ или оказание услуг. Если заказчик не исполняет свою обязанность по оплате произведенных работ и оказанных услуг, рекламопроизводитель (рекламораспространитель) имеет право на удержание в соответствии со статьей 359 Гражданского кодекса Российской Федерации. Если работа выполнена исполнителем с недостатками, делающими непригодным для применения ее результат, заказчик имеет право потребовать от исполнителя безвозмездного устранения недостатков, соразмерного уменьшения цены работы или же возмещения своих расходов на устранение недостатков. Исполнитель в данном случае имеет право безвозмездно выполнить работу с возмещением убытков за просрочку (вместо устранения недостатков). Если же недостатки не будут устранены исполнителем (или их невозможно устранить), заказчик имеет право отказаться от договора и потребовать возмещения убытков. При этом если в рекламном договоре содержалось условие об освобождении исполнителя от ответственности за те или иные недостатки, то оно не освобождает от ответственности исполнителя, если будет доказано, что недостатки возникли из-за его виновных действий (или бездействия). Стоит также отметить, что гражданским законодательством Российской Федерации предусмотрены основания освобождения от ответственности за неисполнение и ненадлежащее исполнение обязательств. Речь идет о неисполнении (или ненадлежащем исполнении) обязательства вследствие непреодолимой силы (см. п. 3 ст. 401 Гражданского кодекса Российской Федерации). В данном случае исполнитель будет освобожден от ответственности, если докажет, что неисполнение обязательства произошло вследствие непреодолимой силы. К обстоятельствам непреодолимой силы относятся чрезвычайные и непредотвратимые обстоятельства (стихийные бедствия, необъявленные забастовки и т.д.). Однако к таким обстоятельствам нельзя отнести отсутствие на рынке необходимых для исполнения обязательства товаров, отсутствие у должника необходимых денежных средств и нарушение обязанностей со стороны контрагентов должника (применительно к рекламному договору об этом свидетельствует Решение Арбитражного суда Пензенской области от 19.07.2012 года по делу № А49-3987/2012 и Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 28.09.2012 года по этому делу, оставившее решение суда первой инстанции без изменения). К сожалению, судебная практика свидетельствует о том, что зачастую судьи выносят противоречивые решения по вопросам рекламного договора. В частности, неоднозначно рассматривается вопрос о применении норм в договоре возмездного оказания услуг к рекламному договору. По данному вопросу в судебной практике существуют две позиции. Некоторые суды исходят из того, что к отношениями, регулируемым рекламным договором применяются нормы о возмездном

оказании услуг (об этом свидетельствуют Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 20.05.2010 по делу № А31-2174/2009, Постановление ФАС Волго-Вятского округа от 0.05.2010 по делу № А31-1817/2009, Постановление ФАС Московского округа от 25.10.2010 № КА-А40/12601-10 по делу № А40-176110/09-122-1255), другие же считают, что к таким отношениям нормы о возмездном оказании услуг не применимы (например, Постановление ФАС Уральского округа от 21.06.2012 № Ф09-4472/12 по делу № А07-17175/2011). Таким образом, очевидно, что из-за отсутствия должной проработанности и недостаточного нормативного правового регулирования рекламного договора при его применении и, в частности, при рассмотрении вытекающих из него споров на практике могут возникнуть проблемы. В связи с этим, возможно, на современном этапе, характеризующемся широким распространением рекламных отношений, стоит говорить о необходимости более точного и конкретного правового регулирования данного договора, в том числе необходимости разъяснений и установлений по поводу возможности применения к данному договору норм о подряде и возмездном оказании услуг.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013) // «Собрание законодательства РФ», 05.12.1994, № 32, ст. 3301;
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. N 14-ФЗ (ред. от 01.09.2013) // «Собрание законодательства РФ», 29.01.1996, № 5, ст. 410;
3. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе"(ред. от 21.10.2013) // «Собрание законодательства РФ», 20.03.2006, № 12, ст. 1232;
4. Зверева Е.С. Правовое регулирование информационного обеспечения предпринимательской деятельности в Российской Федерации: автореферат дисс. ... д-ра юрид. наук. С. 16, 44.;
5. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / А.В. Минбалеев / под ред. д.ю.н. В.В. Кваниной. – М.: ИД «Юриспруденция», 2010. – 224 с.