



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УЧАСТИЮ В БЕЗВОЗМЕЗДНЫХ КОНКУРСАХ (ТЕНДЕРАХ)

Одна из задач АБКР – разработка этических норм и правил ведения бизнеса для индустрии брендинга, поэтому Ассоциация считает нужным поделиться с брендинговыми агентствами рекомендациями по оценке безвозмездных (бесплатных) креативных конкурсов и участию в них. Множество организаций проводят креативные конкурсы. Часто они предусматривают обязательное для участников выполнение креативных работ без оплаты. Такое решение организаторы обосновывают наличием права устанавливать правила по своему усмотрению. Однако устанавливаемые правила не должны противоречить действующему законодательству. Право организаторов определять правила конкурсов не освобождает от необходимости соблюдать закон.

Согласно российскому законодательству конкурсы условно делятся на два вида.

I. К первому относятся «Публичные конкурсы» (ст. 1057 – 1061 Гражданского кодекса РФ). По закону участие в них может не предусматривать плату участникам за выполнение ими конкурсных работ. Однако публичный конкурс и его результаты всегда должны служить обществу в целом.

Кроме того, при таком конкурсе обязательно должна быть выплата денежного вознаграждения или выдача иной награды тому, кто признан победителем. Условия публичного конкурса должны предусматривать описание задания, критерии и порядок оценки результатов работы, место, срок и порядок их представления, а также порядок и сроки объявления результатов конкурса.

По умолчанию всем участникам конкурса должны быть возвращены представленные ими работы. Использование произведений какого-либо участника требует заключения отдельного договора с выплатой соответствующего вознаграждения.

Если конкурс отменен или его условия изменились, организатор обязан возместить участникам расходы на выполнение конкурсных работ.

II. Ко второму виду относятся конкурсы, условно именуемые «Конкурсы-торги» (ст. 447 – 449.1 Гражданского кодекса РФ). В международной практике их называют тендерами. Они проводятся с целью выбора контрагента для заключения договора.

Участие в них также допускает отсутствие выплат за выполнение конкурсных работ. Однако по закону такие конкурсы требуют создания конкурсных комиссий и публикации информации о конкурсе. Также должны быть опубликованы сведения об оформлении участия в конкурсе, критериях оценки и определении лица, выигравшего конкурс.

Важный момент: закон не предусматривает для организатора возможности использовать конкурсные работы и содержащиеся в них произведения. Победа в конкурсе требует заключения договора между организатором конкурса и его победителем. В случае отмены конкурса организатор обязан возместить участникам их расходы.

На практике встречаются случаи, когда при проведении конкурсов организаторы обозначают, что их мероприятие называется, например, тендером и не относится к вышеуказанным конкурсам. В рамках такого тендера организаторы предусматривают безвозмездное (бесплатное) выполнение креативных работ, результаты которых в той или иной степени могут использоваться в интересах организатора. Однако такая практика противоречит закону, и АБКР считает её недобросовестной.

Если организатор предлагает выполнить креативные работы и предоставить ему их результаты, а участник соглашается с этим, отношения должны регулироваться нормами о вышеуказанных конкурсах или договорными обязательствами. Если заключается договор, в силу закона возникает обязанность организатора тендера оплатить выполнение тендерного задания.

Попытка провести тендер с бесплатным выполнением тендерного задания представляет собой подмену инструмента выбора подходящего партнёра на бесплатное выполнение работ (подряда). По факту организаторы таких тендеров получают неосновательное обогащение, недопустимое в соответствии с положениями главы 60 Гражданского кодекса РФ.

Агентства, которые бесплатно выполняют тендерные задания и предоставляют свои работы, также могут рассматриваться как нарушители российского законодательства. С формальной точки зрения работа на таких условиях считается дарением, а по закону в отношениях между коммерческими организациями дарение недопустимо.

С учётом изложенного АБКР рекомендует:

- участвовать только в конкурсах, условия и порядок проведения которых соответствует действующему законодательству;
- внимательно знакомиться с конкурсной документацией;
- отдавать предпочтение конкурсам, документация которых опубликована и содержит информацию и целях конкурса, об оформлении участия в нём, о критериях конкурсной оценки и определения лица, выигравшего конкурс, а также иную обязательную по закону информацию;
- в целях соблюдения законодательства не участвовать в конкурсах, если они предусматривают безвозмездное выполнение работ, в том числе если результаты таких работ могут в той или иной степени могут использоваться в экономических интересах организатора;
- при участии в конкурсах требовать от их организаторов неукоснительного соблюдения законодательства и опубликованных условий конкурса.

АБКР признает право брендинговых агентств самостоятельно принимать решение, стоит ли участвовать в безвозмездных тендерах и на каких условиях. Однако наряду с этим Ассоциация советует учитывать разработанные рекомендации. Следование им поможет сформировать взаимовыгодный для агентств и организаторов конкурса формат сотрудничества, а также гарантировать соблюдение требований российского законодательства.