

РЕШЕНИЕ

по делу № 070/05/28-194/2022

Оглашена резолютивная часть 11 июля 2022 года

Изготовлено в полном объеме 14 июля 2022 года

г. Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя - Абдурахманова Азамата Фархадовича, Врио
комиссии: руководителя Томского УФАС России,

Членов комиссии: - Безбородовой Марины Александровны,
заместителя начальника отдела контроля
монополистической деятельности;

- Солодчука Егора Олеговича, главного
специалиста-эксперта отдела контроля
монополистической деятельности;

при участии представителя рекламодателя ООО «Тимбермаш Байкал» - М.
по доверенности.,

без участия иных лиц, участвующих в рассмотрении дела, уведомленных
надлежащим образом о месте и времени рассмотрения дела,

по факту размещения обществом с ограниченной ответственностью
«Тимбермаш Байкал» (664035, Иркутская область, г. Иркутск, ул. Рабочего
Штаба, д. 29, литер Е; адрес филиала в г. Томске: 634027, г. Томск, пер. 1-й
Мостовой, 1 а, стр. 3; ИНН 3812073921) (далее – ООО «Тимбермаш Байкал»)
рекламы с отсутствием указания лица, осуществляющие финансовые услуги,
а также информации о полной сумме расходов, которые понесут лица,
обратившиеся за получением финансовой услуги, содержащей признаки
нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»

УСТАНОВИЛА:

Должностными лицами Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области в ходе наружного мониторинга рекламных конструкций на территории г. Томска были выявлены признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившиеся в размещении ООО «Тимбермаш Байкал» рекламы с отсутствием указания лица, осуществляющие финансовые услуги, а также информации о полной сумме расходов, которые понесут лица, обратившиеся за получением финансовой услуги.

Актом осмотра от 28.03.2022 установлено, что на автодороге Р-255 в районе моста через реку Томь размещена рекламная конструкция с плакатом следующего содержания: «ГИДРОМАНИПУЛЯТОР Rotobec Elite 910 за 180 тыс.руб. в месяц*. *аванс 20%, срок лизинга 36 месяцев. ТБ Тимбермаш Байкал» Данная информация указана крупным хорошо читаемым шрифтом. Мелким плохо читаемым шрифтом на рекламной конструкции размещена следующая информация: «Применение приведенных условий финансирования возможно на следующих условиях договора лизинга: аванс 20%, срок лизинга 36 мес., равные платежи, размер удорожания зависит от фактической стоимости техники, не включает расходы на страхование и рассчитывается индивидуально. Количество оборудования в соответствии с приведенными условиями ограничено. Финансирование осуществляется на усмотрение ООО «Джон Дир Файнэншл» по результатам оценки лизингополучателя. Настоящая информация не является юридически обязывающей офертой или акцептом и не может рассматриваться в качестве обязательства ООО «Джон Дир Файнэншл» заключить договор. В акции участвуют гидроманипуляторы Rotobec. Срок акции до 01.03.2022. ООО «Тимбермаш Байкал» официальный дилер оборудования Rotobec. Адрес: 634027, г. Томск, пер. 1-й Мостовой, 1 а, стр. 3. 8 (3822) 99-54-99. ОГРН 1033801754370».

Согласно положениям пп. 1 абз. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) реклама направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и продвижение на рынке.

Объектом рекламирования по смыслу п. 2 ст. 3 Закона о рекламе выступает акция на финансовую услугу – финансовая аренда (лизинг) – на условиях ежемесячного платежа от 180 тысяч рублей, распространяющей свое действие на гидроманипуляторы Rotobec.

Положения пп. 4 п. 3 ст. 5 Закона о рекламе указывают, что недостоверной является реклама, в которой сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара не соответствуют действительности.

В соответствии с п. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в

которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности и добросовестности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Согласно п. 1 ст. 28 Закона о рекламе, если объектом рекламирования выступают банковские, страховые и иные финансовые услуги, и финансовая деятельность, то такая реклама должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В положениях ст. 28 Закона о рекламе, а именно в пп. 2 п. 2 названной статьи указано, что реклама финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В письме ФАС России от 13.08.2010 N АК/26483 "Об усилении контроля за рекламой финансовых услуг" указано, что в случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми финансовыми услугами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

В соответствии с абз. 1 ст. 665 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ по договору финансовой аренды (договору лизинга) арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца и предоставить арендатору это имущество за плату во временное владение и пользование.

Положения п. 1 ст. 4 Федерального закона от 29.10.1998 N 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» устанавливают не только субъектный состав

лизинговых правоотношений, но дают понятие каждого субъекта, а именно:

- лизингодатель - физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных и (или) собственных средств приобретает в ходе реализации договора лизинга в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга;
- лизингополучатель - физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга;
- продавец - физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором купли-продажи с лизингодателем продает лизингодателю в обусловленный срок имущество, являющееся предметом лизинга. Продавец обязан передать предмет лизинга лизингодателю или лизингополучателю в соответствии с условиями договора купли-продажи.

На основании вышеприведенных норм законодательства и исходя из текста рекламного объявления можно сделать вывод, что лизингодателем (лице, осуществляющем финансирование приобретения гидроманипулятора) выступает ООО «Джон Дир Файнэншл». Эта информация, в силу п. 1 ст. 28 Закона о рекламе является существенной для конечного потребителя и должна быть размещена с использованием крупного, хорошо читаемого текста. В противном случае данная реклама является недобросовестной.

Также, в нарушение пп. 4 п. 3 и п. 7 ст. 5, а также пп. 2 п. 2 ст. 28 Закона о рекламе мелким нечитаемым шрифтом размещена информация об условиях акции и сроках ее проведения. Срок проведения акции согласно рекламному объявлению установлен до 01.03.2022 г. Информация о продлении срока проведения акции отсутствует, иных источников, благодаря которым можно уточнить данную информацию не указано. Таким образом, информация, указанная в рекламном объявлении является недостоверной.

В материалы дела поступили письменные пояснения ООО «Тимбермаш Байкал» (исх. от 25.04.2022 г. № 092/22) в которых общества считает себя не нарушившим требования законодательства о рекламе.

Общество полагает, что на баннере размещена вся необходимая информация, укрупнение шрифта текста, по мнению общества, нарушало бы положения п. 4.2 ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений», а также создавало бы опасность отвлечения водителя от дорожной обстановки, что привело бы

к риску возникновения аварийных ситуаций. Также общество пояснило, что реклама рассчитана на целевого потребителя, то есть на людей, занимающихся лесозаготовительными работами и знакомыми с ООО «Тимбермаш Байкал». Также, в случае заинтересованности потребитель мог остановиться на обочине дороги и подробнее ознакомиться со всеми условиями.

Также ООО «Тимбермаш Байкал» полагает, что из спорной рекламы четко следует, что финансовые услуги оказываются ООО «Джон Дир Файнэншл», в связи с чем положения статьи 28 Закона о рекламе не применимы, в обоснование своей позиции общество приводит Письмо ФАС России от 08.11.2007 г. № АК/21149 «О разъяснении применения Закона «О рекламе» (далее – Письмо ФАС № АК/21149).

Дополнительно обществом представлены акт о демонтаже баннера с рекламной конструкции, согласно которому спорная реклама была демонтирована 01.04.2022 г., договор б/н от 07.05.2022 г., заключенного между ООО «Тимбермаш Байкал» и ИП У. на размещение рекламы, уведомление ИП У. от 28.02.2022 г. об одностороннем отказе от исполнения договора от 07.05.2022 г. начиная с 01.03.2022 г.

Также представлена объяснительная руководителя отдела маркетинга и рекламы ООО «Тимбермаш Байкал» Е., исходя из которых в нарушение внутреннего регламента общества, спорный макет рекламы был размещен без предварительного согласования с юридическим отделом.

От ИП У. в материалы дела поступили письменные пояснения из которых следует, что в результате многолетней работы между ним и обществом сложились доверительные отношения, в связи с чем работник индивидуального предпринимателя, Е. не усмотрела в спорном макете рекламы нарушений законодательства. Также индивидуальный предприниматель пояснил, что об изменениях макетов, сроков проведения рекламных акций и иных обстоятельств их уведомлял заказчик (ООО «Тимбермаш Байкал»).

Дополнительно от ИП У. поступили разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции от 23.12.2016 г. № 16892 и от 28.01.2022 № 111/2022, а также акты сверки взаимных расчетов между индивидуальным предпринимателем и обществом за 2021 и 2022 гг.

С учетом поступивших в антимонопольный орган пояснений, а также исходя из позиции, изложенной в Письме ФАС № АК/21149, Комиссия пришла к выводу о необходимости отложить рассмотрение дела, вывести из состава лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ИП Удалова С.В. и привлечь его к участию в деле в качестве лица, обладающего сведениями.

Изменена квалификация рассматриваемого нарушения по п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7

ст. 5 Закона о рекламе, ООО «Тимбермаш Байкал» предложено представить письменные пояснения с учетом изменившейся квалификации.

Вопрос о читаемости или не читаемости шрифта на рекламном баннере был вынесен Комиссией на экспертный совет по рекламе, состоявшийся 07.07.2022 г.

По итогам голосования 6 членов экспертного совета указали, что условия являются не читаемыми, 1 член совета указал, что условия являются читаемыми и 2 члена экспертного совета указали иной вариант ответа.

На заседании Комиссии результаты голосования были оглашены представителю общества. С указанными результатами представитель не согласился, ранее изложенные доводы в пояснения поддержал.

С учетом поступивших в материалы дела документов и пояснений Комиссия Томского УФАС России не находит оснований для прекращения дела о нарушении законодательства о рекламе по следующим причинам.

Согласно Письму ФАС № АК/21149 в случае, если реклама указывает на предоставление финансовых услуг: "кредит", "автокредит", "лизинг" или же такие словосочетания, как "продажа в кредит", "предоставление кредита", "предоставление в лизинг", то такую рекламу следует рассматривать как рекламу финансовых услуг и на нее распространяются требования статьи 28 Закона о рекламе.

В силу статей 819 и 822 Гражданского кодекса РФ договор товарного кредита заключается с банками или кредитными организациями.

Поскольку торговые и сервисные организации не являются кредитными организациями, указание в их рекламе на возможность получения товарного кредита без сообщения сведений о кредитной организации, заключающей договор кредита, может быть признано нарушением пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Вместе с тем, ООО «Тимбермаш Байкал» настаивало на том, что информация о финансовой организации, оказывающей услуги лизинга, указана в тексте спорной рекламы, в связи с чем, согласно Письму ФАС № АК/21149 из рекламы четко следует, что кредитование покупок или услуг осуществляется не торговой или сервисной организацией, а иными лицами, например, банком или банками-партнерами, то на такую рекламу требования статьи 28 Закона о рекламе не распространяются.

Данный довод отклонен Комиссией ввиду следующего.

Согласно п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он

должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Вместе с тем согласно тому же пункту если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

На основании голосования членов экспертного совета по рекламе условия акции на рекламном баннере, в которых в том числе имеется информация об организации, осуществляющей финансовую услугу, признаны не читаемыми.

При этом ООО «Тимбермаш Байкал» не представило разумных доводов о том, почему на рекламном баннере наравне с наименованием общества, указанного крупным шрифтом, было невозможно разместить наименование организации, оказывающей финансовую услугу.

Таким образом, с учетом имеющихся в материалах дела доказательств, а также исходя из действующего законодательства в рассматриваемой рекламе имеются признаки нарушения п. 20 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 20 части 3 статьи 5 и частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Рекламодателем данной рекламы является ООО «Тимбермаш Байкал», ИНН 3812073921.

В материалах дела имеются доказательства устранения выявленных нарушений Федерального закона «О рекламе», отсутствуют основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», п. 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 "Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе",

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Тимбермаш Байкал», ИНН 3812073921 следующего содержания: «ГИДРОМАНИПУЛЯТОР Rotobec Elite 910 за 180 тыс.руб. в месяц*. *аванс 20%, срок лизинга 36 месяцев. ТБ Тимбермаш Байкал»; «Применение приведенных условий финансирования возможно на следующих условиях договора лизинга: аванс 20%, срок лизинга 36 мес., равные платежи, размер удорожания зависит от фактической стоимости техники, не включает расходы на страхование и рассчитывается индивидуально. Количество оборудования в соответствии с приведенными условиями ограничено. Финансирование осуществляется на усмотрение ООО «Джон Дир Файнэншл» по результатам оценки лизингополучателя. Настоящая информация не является юридически обязывающей офертой или акцептом и не может рассматриваться в качестве обязательства ООО «Джон Дир Файнэншл» заключить договор. В акции участвуют гидроманипуляторы Rotobec. Срок акции до 01.03.2022. ООО «Тимбермаш Байкал» официальный дилер оборудования Rotobec. Адрес: 634027, г. Томск, пер. 1-й Мостовой, 1 а, стр. 3. 8 (3822) 99-54-99. ОГРН 1033801754370», поскольку в ней нарушены требования пункта 20 части 3 статьи 5 и часть 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «Тимбермаш Байкал» не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии
Абдурахманов

А.Ф.

Члены Комиссии
Безбородова

М.А.

