

РЕШЕНИЕ

30 марта 2015 г.

г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 17 марта 2015 года

Решение в полном объеме изготовлено 30 марта 2015 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель: - руководитель управления А.А. Сешенов,

члены комиссии: - начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции Д.А. Шалестенко,

- специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции И.Г. Дубовская,

рассмотрев дело № 1, возбужденное по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» обществом с ограниченной ответственностью «Субару Мотор» <...>, в присутствии:

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе — ООО «Субару Мотор» по доверенности б/н от 23.12.2014 <...>,

УСТАНОВИЛА:

В г. Липецк 27.11.2014 на рекламной конструкции, установленной на пл. Мира (перед въездом на Петровский мост), распространялась реклама следующего содержания: «ЧЕСТНЫЙ КРОССОВЕР. SUBARU FORESTER. Я ЗА ГОРОД. SUBARU Уверенность в Движении КРЕДИТ ОТ 5.9% ЗАО «ЮниКредит Банк» <...>...» с изображением автомобиля Subaru Forester. Помимо указанной информации, в нижней части рекламы буквами очень маленького размера имеется информация, не подвергающаяся прочтению, невооруженным глазом, не воспринимаемая без применения специальных технических средств, предположительно содержащая все остальные существенные условия приобретения автомобиля в кредит.

Данная рекламная информация содержит признаки нарушения ФЗ «О рекламе» (далее – Закон).

Статья 1 ФЗ «О рекламе» в числе целей данного Федерального закона

устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В силу п. 1 ст. 3 Закона реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 ФЗ «О рекламе» говорит, что объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Указанная выше реклама содержит два объекта рекламирования — товар (автомобиль) и услугу по кредитованию (кредит).

п. 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе» гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных 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.

Часть 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» говорит: если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием им и погашением кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющие на неё.

С целью осуществления Управлением Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области (далее – Липецкое УФАС России, антимонопольный орган) своих полномочий по государственному надзору за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждению, выявлению и пресечению нарушений физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе были запрошены необходимые документы и информация.

В результате анализа поступивших в Липецкое УФАС России документов и

информации установлено, что рекламодателем указанной выше рекламной информации является общество с ограниченной ответственностью «Субару Мотор» <...>, а рекламодателем – индивидуальный предприниматель <...>. Рекламная информация размещалась на рекламной конструкции формата 12х5 метров, высотой 12 метров.

Из представленного ООО «Субару Мотор» (далее – общество) макета рекламы видно, что текст, размещенный в нижней части рекламы шрифтом очень маленького размера, звучит следующим образом: «программа осуществляется в сотрудничестве с ЗАО «ЮниКредит Банк», генеральная лицензия ЦБ РФ № 1 от 23.03.2012. Валюта кредита – рубли. Распространяется на автомобиль Subaru Forester 2014 года выпуска с максимальной стоимостью автомобиля 1 864 000 рублей. Процентная ставка в кредитном договоре с банком (годовых): 5,9% на срок кредита 12 месяцев, 10,99% на срок кредита 36 месяцев, минимальный первоначальный взнос – 50% от стоимости автомобиля. Минимальная сумма кредита – 100 000 рублей, максимальная сумма кредита – 50% от стоимости автомобиля, но не более 6 500 000 рублей. Возможно включение в сумму кредита страховых премий и продленной гарантии. Включение дополнительного оборудования в сумму кредита не предусмотрено программой. Обязательное ежегодное страхование рисков угона, ущерба и полной конструктивной гибели ТС (КАСКО) – в соответствии с тарифами страховой компании. Обеспечение по кредиту – залог приобретаемого автомобиля. Полное и частичное досрочное погашение возможно в любую дату без предварительного уведомления банка в течение первых 30 календарных дней с даты получения кредита, по истечении первых 30 дней с даты выдачи кредита при предварительном уведомлении банка за 3 рабочих дня. Неустойка за несвоевременное погашение задолженности 0,05% за каждый календарный день от суммы просроченной задолженности. Программа действует до 30.11.2014. за подробной консультацией обращайтесь к любому официальному дилеру Subaru. Данное кредитное предложение носит информационный характер, не является публичной офертой, определяемой положениями статьи 437 ГК РФ».

В виду того, что привлекательная для потребителя информация является читаемой и доступной (ЧЕСТНЫЙ КРОССОВЕР. SUBARU FORESTER. Я ЗА ГОРОД. SUBARU Уверенность в Движении КРЕДИТ ОТ 5.9% ЗАО «ЮниКредит Банк» <...>...), а информация, обязательная в силу закона, выполнена буквами маленького размера, исключая факт её восприятия, антимонопольный орган приходит к выводу, что, в размещаемой посредством использования рекламной конструкции 12х5 м рекламе, информация об остальных существенных условиях предоставления кредита, влияющих на его фактическую стоимость, отсутствует.

Делая вывод о невозможности прочтения информации, антимонопольный орган руководствуется совокупностью следующих обстоятельств размещения рекламы: месторасположение (рядом с проезжей частью на тротуаре, расстояние, на котором размещена реклама для неопределенного круга лиц); ограниченное время считывания информации из проезжающего мимо транспорта; информация, содержащая остальные существенные условия предоставления кредита, выполнена буквами очень маленького размера; высота рекламной конструкции 12 метров.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в

заблуждение потребителей. Информация об условиях приобретения автомобиля в кредит является существенной.

То обстоятельство, что законодательство не содержит понятия шрифта маленького размера, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым. Формальное присутствие в рекламе сведений об условиях приобретения автомобиля в кредит, напечатанных мелким, не читаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, не может рассматриваться как их наличие.

Также необходимо отметить, что технические условия размещения рекламы лишают возможности потребителей получить полный текст рекламы, делая доступным только основной ее текст.

Согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ № 58 от 08 октября 2012г., рекламодаделец 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 обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому, если соответствующая информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт, цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то такая информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» связано с не представлением потребителю обязательной в силу Закона информации об условиях приобретения автомобиля Subaru Forester в кредит.

Распространенная рекламная информация о возможности приобретения автомобиля в кредит направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, при этом существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие информации об условиях приобретения автомобиля Subaru Forester в кредит может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой. Закон обязывает формировать у потребителя рекламы правильное (достоверное) представление о соответствующем товаре, реклама должна носить понятный, не двусмысленный характер, и не должна вводить потребителя в заблуждение. При этом потребитель рекламы вправе рассчитывать на формирование неискаженного представления об услуге при восприятии конкретного рекламоносителя, а не совокупности всех распространенных к определенному моменту рекламных материалов.

В нарушение п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» реклама умалчивает об иных условиях оказания банковской услуги по кредитованию, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заёмщика

и влияющих на неё.

В соответствии со ст. 30 ФЗ «О банках и банковской деятельности» отношения между Банком России, кредитными организациями и их клиентами осуществляется на основе договоров, если иное не предусмотрено федеральным законом. В договоре должны быть указаны процентные ставки по кредитам, стоимость банковских услуг и сроки их выполнения, в том числе сроки обработки платёжных документов, имущественная ответственность сторон за нарушения договора, включая ответственность за нарушение обязательств по срокам осуществления платежей, а также порядок его расторжения и другие существенные условия договора.

Исходя из норм Гражданского кодекса РФ и ФЗ «О банках и банковской деятельности», существенными условиями кредитного договора являются: сумма кредита, срок и порядок его предоставления заёмщику, срок и порядок возврата полученного кредита, размер и порядок уплаты кредитору процентов. В соответствии с Постановлением Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.12.2012 г. к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В основном тексте рекламы ООО «Субару Мотор», выполненном крупным шрифтом, сообщается о минимальной процентной ставке по кредиту - 5,9% годовых, в связи с чем, необходимо было в доступной для потребителя форме указать иные существенные условия предоставления кредита, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющие на неё: максимальную процентную ставку по кредиту, минимальную и максимальную сумму кредита, минимальный и максимальный срок кредита и другие.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных, в частности, ч. 7 ст. 5, ст. 28 Закона несёт рекламодатель, которым, в силу п. 5 ст. 3 Закона, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ООО «Субару Мотор».

Таким образом, реклама ООО «Субару Мотор» следующего содержания: «ЧЕСТНЫЙ КРОССОВЕР. SUBARU FORESTER. Я ЗА ГОРОД. SUBARU Уверенность в Движении КРЕДИТ ОТ 5.9% ЗАО «ЮниКредит Банк» <...>...» с изображением автомобиля Subaru Forester, распространенная в г. Липецк 27.11.2014 на рекламной конструкции, установленной на пл. Мира (перед въездом на Петровский мост), содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе», так как в рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения автомобиля Subaru Forester в кредит, реклама умалчивает об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, и не содержит всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заёмщика и влияющих на

неё.

Письмом Федеральной антимонопольной службы от 30.01.2015 исх. № АК/3578/15 Липецкое УФАС России наделено полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении общества с ограниченной ответственностью «Субару Мотор» <...>.

Определением о возбуждении дела № 1 по признакам нарушения законодательства о рекламе от 26.02.2015 в отношении ООО «Субару Мотор» возбуждено дело и назначена дата рассмотрения дела на 17 марта 2015 года на 11 часов 00 минут в Липецком УФАС России.

На рассмотрении дела 17.03.2015 представитель по доверенности ООО «Субару Мотор» <...> поддержал доводы, изложенные в письменных пояснениях

Оценив доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, проанализировав имеющиеся в материалах дела доказательства, Комиссия приходит к выводу, что информация, размещенная в нижней части рекламы буквами очень маленького размера не подвергается прочтению невооруженным глазом без применения специальных технических средств, так как: реклама распространялась на рекламной конструкции, расположенной рядом с проезжей частью на тротуаре на довольно таки дальнем расстоянии от неопределенного круга лиц (в частности от потребителей, проезжающих в транспорте); время считывания информации из проезжающего мимо транспорта ограничено; информация, содержащая остальные существенные условия предоставления кредита, выполнена буквами очень маленького размера; высота рекламной конструкции, на которой распространялась реклама, составляет 12 метров, что затрудняет прочтение обязательной в силу закона информации даже с близкого к рекламной конструкции расстояния.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 — 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу общества с ограниченной ответственностью «Субару Мотор» следующего содержания: «ЧЕСТНЫЙ КРОССОВЕР. SUBARU FORESTER. Я ЗА ГОРОД. SUBARU Уверенность в Движении КРЕДИТ ОТ 5.9% ЗАО «ЮниКредит Банк» <...>...» с изображением автомобиля Subaru Forester, распространённую в городе Липецк 27.11.2014 на рекламной конструкции, установленной на пл. Мира (перед въездом на Петровский мост), т. к. нарушены требования ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «Субару Мотор» предписание об устранении нарушений законодательства о рекламе в связи с окончанием срока распространения рекламы.

3. Передать материалы дела должностному лицу Липецкого УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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