

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-15/33

15.01. 2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Коптев А.С.,

главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В.,

рассмотрев дело № 08-04-15/33 от 09.11.2015 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в присутствии представителя ООО «Сервис Трейд» по доверенности № 256 от 30.11.2015г <...>

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управлением Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение гражданина <...> по факту распространения 31.08.2015 года в городе Мурманске, по проспекту Героев Североморцев рекламы магазина «ТехноСила» в виде баннера на рекламной конструкции: «с 18 августа по 14 сентября акция РАССРОЧКА 0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)- 24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru далее идет мелкий шрифт: «Расрочка!» название акции в рамках которой с 18.08.2015 по 14.09.2015 в магазинах Техносила доступны для оформления кредиты по кредитному продукту «Без переплаты2014», условия кредитования: сумма кредита от 2500 до 600000руб.,срок кредита от 3 до 36 мес., процентная ставка от 6,90 до 42% годовых, первоначальный взнос от 0% до 70%, кредиты предоставляются «СЕТЕЛЕМ БАНК»ООО, лицензия банка России №2168 от 27.06.2013года. Предложение не является публичной офертой по смыслу гражданского законодательства РФ, вся информация об условиях кредитования действительна с 18.08.2015 по 14.09.2015г. Банк вправе отказать в предоставлении кредита без объяснения причин. Под переплатой понимается разница между стандартной розничной ценой товара и общей суммой денежных средств, подлежащих уплате по кредиту, при условии надлежащего исполнения обязательств по возврату кредита, без учёта последствий досрочного возврата, указанный размер переплаты достигается благодаря соразмерному снижению розничной цены товара. Информацию о товаре, участвующем в кредитовании, его количестве и о величине снижения цены, магазинах, участвующих в акции уточняйте у продавцов консультантов ООО «СЕРВИСТРЕЙД»(РФ, 107061, Москва, Преображенская пл. 8, этаж16, ОГРН 1107746080738), Размер ежемесячного

платежа при приобретении в кредит без первоначального взноса сроком на 24 месяца в рекламных макетах округлен до целого рубля.***без инея.» В рекламе размещено фото холодильника «ИНДЕЗИТ» с указанием Новинка! DFE4200W, No frost***, высота 2 м, 22999р 959р.**в месяц.

Из обращения гражданина следует, что увидев рекламу, он обратился в магазин «Техносила» в городе Мурманске по ул. Свердлова, д.19А с целью приобрести товар в рассрочку без первоначального взноса равными частями в течении 24 месяцев, как указано в рекламе. При оформлении чека на товар консультанты отправили покупателя оформлять оставшиеся документы к стойке, находящейся в магазине, банков партнеров. При оформлении Банком документов выяснилось, что банк предоставляет потребительский кредит на приобретенный товар по процентной ставке 36,8% годовых. Гражданин не смог приобрести указанный в рекламе товар на рекламируемых условиях в период проведения акции и считает, что реклама недобросовестная и ввела его в заблуждение.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 3 Закона о рекламе:

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;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Частью 7 статьи 5 Закона предусмотрено, что 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.

Реклама: «с 18 августа по 14 сентября акция РАССРОЧКА 0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru...» содержит все

необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и поддерживает интерес к магазину «Техносила» и его товарам и предложению «Рассрочка 0-0-24»; преследует строго заданные цели продвижение товаров магазина «Техносила» и проводимой магазином акции, побуждают посетить магазин «Техносила», предлагая товар (холодильник «Индезит») по привлекательной цене.

Объектами рекламирования являются:

- магазин «Техносила»,
- товар, предлагаемый магазином (холодильник Индезит);
- предложение «Рассрочка 0-0-24».

В ходе рассмотрения обращения гражданина специалисты Мурманского УФАС России выехали к месту распространения рекламы, зафиксировали с помощью фотоаппарата рекламный баннер и составили акт осмотра рекламы в присутствии понятной.

Согласно Акту осмотра рекламы, рекламный баннер размером 18м.кв. размещен на рекламной конструкции высотой 6-8 метров, в зоне зеленых насаждений вдоль проезжей части на проспекте Героев Североморцев, по стороне «Семеновского озера» в г. Мурманске.

Информация «Рассрочка 0-0-24 ТЕХНОСИЛА», холодильник «ИНДЕЗИТ» с указанием Новинка! DFE4200W, No frost***, высота 2 м, 22999р 959р.** в месяц., в рекламе выполнена крупным шрифтом, с использованием ярких цветовых акцентов и размещена в центре рекламного поля, занимает две третьих всего баннера.

В нижней части рекламы на темном фоне мелкими белыми буквами нанесен объемный текст.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а также свойств человеческого зрения, восприятие объемного текста рекламы условий акции и кредитования, исполненного мелким шрифтом, было затруднено, что было отмечено Комиссией Мурманского УФАС России и понятной при осмотре рекламной конструкции и отражено в акте.

В ходе рассмотрения обращения гражданина у сторон были запрошены документы и сведения для изучения вопроса.

Согласно представленным материалам ООО «Сервис Трейд» (Комиссионер) и ООО «Бизнес Про» (Комитент), заключили договор комиссии № 801-12/1 от 26.04.2010 г., из которого следует, что ООО «Сервис Трейд» осуществляет реализацию товара ООО «Бизнес Про», а также разрабатывает и определяет содержание рекламы (п.2.3.10 Договора). В свою очередь ООО «БизнесПро» оплачивает услуги изготовления и распространения рекламы, а также оплачивает вознаграждение Комиссионеру за оказанные услуги.

ООО «Бизнес Про» заключило договор №07-2015/А3 от 27.03.2015 и по 31.12.2015г с ООО «Эд оклок» на заключение последними сделок с третьими лицами в целях

проведении рекламных компаний ООО «Сервис Трейд» (магазин «Техносила») в средствах массовой информации и на объектах наружной рекламы.

Согласно распоряжению дирекции по продажам ООО «Сервис Трейд» № 238 от 17.08.2015г «О проведении акции Каталог 8.2 «Рассрочка!»» с целью увеличения продаж на 20% к предыдущему периоду и привлечение покупателей в магазин сети определено провести рекламную акцию Каталог 8.2 «Рассрочка!» в период с 18.08.15 по 14.09.15, при этом разместить рекламу, как в самом магазине, так и в местах скопления людей.

По условиям дополнительного соглашения к договору № 801-12/1 от 26.04.2010 г ООО «Сервис Трейд» в соответствии с проводимой в период с 18.08.2015 по 14.09.2015 акции «Рассрочка!» передает ООО «Бизнес Про» для размещения рекламные материалы.

Согласно Акту выполненных работ и отчету к договору №07-2015/А3 от 27.03.2015 Приложение №16 в августе работы по производству и размещению рекламных материалов формата 6x3 были исполнены в полном объеме без взаимных претензий.

Вместе с тем, ООО «СервисТрейд» заключило с ООО «Сетелем Банк» договор о сотрудничестве № 0363/7700Q от 12.01.2015 по условиям которого, Банк предоставляет клиентам магазина денежные средства в качестве кредита необходимые для приобретения товара, путем зачисления суммы кредита на счет клиента, открытый в Банке, при этом условия предоставления кредита определяются Банком самостоятельно.

В дополнительном соглашении №1 к договору от 05.05.2015 определен список кредитных продуктов, в который входит продукт «Без переплаты 2014», указанный в рекламе.

ООО «Пропаганда Колокол» по договору № 40/2015 от 31.08.2015 обеспечила размещение и распространение рекламы заказчика ООО «Нота Медиа» на рекламной конструкции в виде баннера 6x3 в период 01.09.2015-30.09.2015 по проспекту Героев Североморцев (спуск от озера 102).

09.11.2015г. управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области возбудило дело 08-04-15/33 по признакам нарушения рекламного законодательства, признало участвующими в деле лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «СервисТрейд» (ИНН 7723747460, ОГРН 1107746080738 от 21.04.2010, 107061 г. Москва, Площадь Преображенская, 8, этаж 16) и ООО «Пропаганда Колокол» (ИНН 5190307220, ОГРН 1025100838586, 183025, г. Мурманск, ул. Полярные Зори 33/3) и назначило рассмотрение на 09.12.2015г в 14.30.

09.12.2015г на рассмотрении дела присутствовал представитель ООО «Пропаганда Колокол» <...> по доверенности, который изложил позицию ООО «Пропаганда колокол» по существу рассматриваемого дела.

По мнению представителя ООО «Пропаганда колокол» Общество не нарушило часть 1 статьи 28 Закона о рекламе, т.к. реклама содержит наименование Банка «Сетелем Банк» ООО, оказывающего услугу кредитования. По мнению

представителя, реклама состоит из двух блоков противоречащих друг другу. В первой части, выделенной крупно, говорится о рассрочке 0-0-24, а во второй части, выполненной в рекламе мелким шрифтом, указан Банк и его условия по кредитованию на товары, продаваемые в магазине «Техносила» в рамках акции «рассрочка». Представитель считает, что выполненная таким образом реклама, вводит потребителей в заблуждение, т.к. только из и мелко выполненного шрифта следует, что фактически товары в магазине «Техносила» продаются не в рассрочку, а в кредит, который осуществляет ООО «Сетелем Банк».

ООО «Пропаганда колокол» является лишь рекламораспространителем спорной рекламы и не несет ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе, иные статьи рекламного законодательства, по мнению ООО «Пропаганда колокол», не нарушены Обществом, т.к. реклама содержит информацию о Банке, предоставляющем кредит.

ООО «Сервис Трейд» на рассмотрение не явилось, ходатайств не направило.

В виду отсутствия представителя лица ООО «Сервис Трейд», в действиях которого усматриваются признаки нарушения рекламного законодательства, и недостаточности доказательств рассмотрение дела № 08-04-15/33 было отложено до 23 декабря 2015 в 14.30.

23.12.2015г. управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области после отложения продолжило рассмотрение дела 08-04-15/33 по признакам нарушения рекламного законодательства.

На рассмотрении дела присутствовали представитель ООО «Пропаганда Колокол» <...> по доверенности б/н от 09.12.2015,

и представитель ООО «СервисТрейд» <...> по доверенности №256 от 30.11.2015.

Представитель ООО «Пропаганда Колокол» поддержал ранее изложенную позицию.

Представитель ООО «Сервис трейд» также изложил позицию Общества, дал пояснения Комиссии по расчёту кредита и скидкам магазина, и сообщил, что наружная реклама: «с 18 августа по 14 сентября РАССРОЧКА 0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru.... далее идет мелкий шрифт» распространялась и в других регионах Российской Федерации, где имеются магазин «ТехноСила».

Из пояснений представителя ООО «Сервис Трейд» следует, что в целях увеличения продаж и привлечение покупателей в магазины сети Обществом было определено провести рекламную акцию «Рассрочка!» в период с 18.08.15 по 14.09.15. В акции принял участие ООО «Банк Сетелем», который предоставлял покупателям сети магазина «Техносила»(бренд компании ООО «Сервис Трейд») кредит на акционные товары по кредитному продукту «Без переплаты 2014». Обществом был определен список товаров входящих в акцию, на которую ООО «Сервис Трейд» предоставлял скидку 15%. Предложенная покупателем скидка от магазина «Техносила» на акционный товар перекрывала предполагаемую к выплате Банку сумму процентов по кредиту на этот товар, поэтому в рекламе и указано «Рассрочка». Банк получал от магазина свои проценты за выданный кредит, а

покупатель равными частями оплачивал лишь стоимость приобретенного товара. Акция «Рассрочка» проводилась в городах России, где имеются магазины «ТехноСила», в том числе в г. Мурманске в двух магазинах, в один из которых на ул. Свердлова, д.19а и обратился гражданин, согласно заявлению.

По мнению представителя ООО «Сервис Трейд», заявитель не представил кредитный договор и оформленные магазином документы на приобретения холодильника «Индезит», о котором идет речь в его обращении, поэтому трудно судить по какой причине в период акции «Рассрочка» гражданин не сумел приобрести необходимый ему товар на условиях акции, в администрацию магазина гражданин не обратился за разъяснениями.

Представитель Общества считает, что Общество не нарушило рекламное законодательство, так как рекламный текст содержал всю существенную информацию о товаре и об условиях его приобретения, что позволяло потребителю отличить финансовые услуги, оказываемые банком, от купли товаров в рассрочку.

Комиссия, в ходе рассмотрения дела заслушав позицию сторон и изучив документы, определила: прекратить производство по делу 08-04-15/33 в отношении ООО «Пропаганда Колокол», т.к. в действиях Общества отсутствуют признаки нарушения рекламного законодательства; отложить рассмотрение дела № 08-04-15/33 до 15 января 2016 в 13.30

для получения необходимых дополнительных материалов, в соответствии с пунктом 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

ООО «Сервис Трейд» было предложено представить информацию в Мурманское УФАС России о возбужденных делах в отношении ООО «Сервис Трейд» по спорной наружной рекламе другими территориальными органами Федеральной антимонопольной службы.

15 января 2016 Комиссия в том же составе в присутствии представителя по доверенности ООО «Сервис Трейд» <...> продолжила рассмотрение дела.

<...> была представлена информация о том, что по наружной рекламе дела по аналогичной рекламе на территории Российской Федерации антимонопольными органами не возбуждались в отношении ООО «Сервис Трейд» в указанный период.

Представитель поддержал ранее изложенную позицию ООО «Сервис Трейд» и подчеркнул, что Компания в дальнейшем учтет требования рекламного законодательства о том, что вся информация в рекламе должна быть изложена в доступной для потребителя форме.

Комиссия, изучив рекламу, все представленные документы и заслушав позицию представителя ООО «Сервис Трейд» пришла к выводу.

Рекламный баннер 18м.кв. размещен на рекламной конструкции высотой 6-8 метров в зоне зеленых насаждений вдоль проезжей части по проспекту Героев Североморцев в г. Мурманске и направлен на участников дорожного движения(пешеходов, пассажиров, водителей транспортных средств).

Рекламное полотно визуально разделено на части, где две третьих занимает информация выполненная крупным цветным шрифтом и размещена в центре рекламного полотна: «0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес. (период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru...», сопровождаемая фотографией холодильника «ИНДЕЗИТ» с указанием «Новинка! DFE4200W, No frost***, высота 2 м, 22999р 959р.**в месяц», а одну треть занимает текст выполненный мелким черно-белым шрифтом, который раскрывает, что «Рассрочка!» название акции в рамках которой с 18.08.2015 по 14.09.2015 в магазинах Техносила доступны для оформления кредиты «СЕТЕЛЕМ БАНК»ООО по кредитному продукту «Без переплаты2014», указаны условия кредитования: сумма срок кредита, колеблющаяся процентная ставка от 6,90 до 42% годовых, и первоначальный взнос от 0% до 70%. Под переплатой понимается разница между стандартной розничной ценой товара и общей суммой денежных средств, подлежащих уплате по кредиту, при условии надлежащего исполнения обязательств по возврату кредита, без учёта последствий досрочного возврата, указанный размер переплаты достигается благодаря соразмерному снижению розничной цены товара.

Таким образом, в одной рекламе содержится противоречивая информация о «рассрочке» и о банковском «кредите», причем, не изучив вторую часть рекламного текста, выполненного мелким шрифтом потребитель не сможет понять полный смысл рекламы и осознать, что фактически ему предлагается не рассрочка платежа на приобретенный в магазине «ТехноСила» товар, а банковский кредит на определенных условиях, по которым может меняться срок кредита, первоначальный взнос и процентная ставка.

В рекламе объем печатного текста весьма значителен и требует времени для прочтения.

Потенциальными потребителями рекламы являются пешеходы, водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в потоке движения, что также усложняет прочтение мелкого шрифта объемного текста условий акции и кредитования в короткий промежуток времени.

Следует отметить, что в материалах дела содержится письмо ООО «Сетелем Банк» в адрес партнера ООО «Сервис Трейд», в котором говорится, что годовая процентная ставка за пользование кредитом 15,39% годовых в рамках кредитного продукта «Без переплаты 2014» зависит от даты получения кредита, суммы кредита и от оценки платежеспособности клиента, произведенной Банком. Точный размер процентной ставки указывается в договоре.

Из анализа рекламы и письма Банка следует, что Банк определяет в каждом конкретном случае процентную ставку за пользование кредитом, которая зависит от платежеспособности клиента и иных факторов, соответственно конечная сумма приобретенного в кредит товара в магазине «ТехноСила» может увеличиваться за счет увеличения процентной ставки по полученному кредиту на приобретённый товар и скидка в 15%, предоставленная магазином на акционные товары не будет покрывать расходов покупателя по кредиту, что нельзя назвать рассрочкой.

Гражданин обратился в антимонопольный орган с заявлением на недобросовестную рекламу, т.к. не смог получить из рекламы полную информацию, в виду невозможности прочтения всего текста рекламы, а лишь увидел наиболее привлекательную часть рекламы, в которой говорилось о рассрочке и приводился

пример продажи товара по привлекательной цене в рассрочку, мелкий шрифт рекламы был не доступен для прочтения. Ожидания покупателя были не оправданы такой рекламой, при оформлении кредита 31.08.2015 на желаемый товар в магазине «ТехноСила» в период проведения акции «Рассрочка» Банком был предложен заявителю процент годовой ставки по кредиту 36,8% годовых, что не устроило покупателя по цене и от покупки пришлось отказать. Реклама ООО «Сервис Трейд»: «0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес. (период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru...» ввела заявителя в заблуждение.

Таким образом, рекламная информация о «Рассрочке» не соответствует действительности, т.к. фактически потребителю предлагается потребительский кредит «Без переплаты 2014» от ООО «Сетелем Банк» с изменяющимися условиями кредитования, которые при определенных условиях не покрывают расходы покупателя 15% скидкой магазина «Техносила».

Несмотря на формальное наличие в рекламе условий кредита, наименование банка, и информации о том, что «Рассрочка» это название акции, форма представления сведений была такова, что они не воспринимались потребителями.

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.

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

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 услугами, товарами.

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 полных сведений и условий оказания услуг. Поэтому 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).

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" следует, что 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). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

По смыслу комментируемой нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Указанная норма принята в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Отсутствие в рекламе существенной части информации об условиях приобретения товара, позволяющей покупателю определить фактические расходы и оценить свои риски, приобретая товар по акции «рассрочка», путем банковского кредитования, приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей.

Комиссия признала ненадлежащей рекламу: «с 18 августа по 14 сентября акция РАССРОЧКА 0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru.... далее идет мелкий шрифт», размещенную 31.08.2015 и 01.09.2015 в виде наружного баннера в городе Мурманске, по проспекту Героев Североморцев не отвечающую требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона возложена на рекламодателя.

Согласно материалам дела определило содержание и объект рекламирования общество с ограниченной ответственностью «СервисТрейд».

Рекламодателем является ООО «СервисТрейд» (ИНН 7723747460, ОГРН 1107746080738 от 21.04.2010, 107061 г. Москва, Площадь Преображенская, 8, этаж 16).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «с 18 августа по 14 сентября акция РАССРОЧКА 0 руб. (переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.technosila.ru...., далее мелкий шрифт », размещённую 31.08.2015 и 01.09.2015 в виде наружного баннера в городе Мурманске, по проспекту Героев Североморцев, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2.Предписание ООО «СервисТрейд» не выдавать в связи с окончанием распространения рекламы.

3.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения объявлена 15 января 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 22 января 2016 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.