

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 13/17

Резолютивная часть решения оглашена «03» марта 2017 г

Решение в полном объеме изготовлено «20» марта 2017 г.

г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

В.Ю. Строгин – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 13/17, возбужденное по факту размещения 14.06.2016г. на сайте <https://auto.ngs.ru/articles/2476593/> рекламной статьи под заголовком: «Так и хочется за руль. Lifan стремительно набирает популярность и демонстрирует фантастические темпы роста продаж», с признаками нарушения:

- ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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;

- п.2 ч.2 ст. 28 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;

- ч.3 ст. 28 Закона о рекламе установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее, в присутствии:

заявителя – физическое лицо (не явилось, уведомлено надлежащим образом),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «Автоцентр «Калининский» - <...> (Приказ № 1 от 19.01.2017 г., Выписка из ЕГРЮЛ), <...> (Доверенность № 21 от 06.04.2016 г.),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по

Новосибирской области поступило заявление физического лица (вх. № 2887э от 27.06.2016г.), по факту размещения на сайте <https://auto.ngs.ru/articles/2476593/> информации «На правах рекламы» под заголовком: «Так и хочется за руль. Lifan стремительно набирает популярность и демонстрирует фантастические темпы роста продаж».

По мнению заявителя, в рекламе указана недостоверная информация. Общество, указанное в рекламе, не занимало второго места, а количество дилеров имеет другое значение. Указанная рекламная статья является недостоверной и вводит потребителей в заблуждение, что влечет недобросовестную конкуренцию.

По данному факту в отношении ООО «Автоцентр «Калининский» Новосибирским УФАС России проводилась внеплановая документарная проверка № 33, в адрес Общества направлен запрос (исх. № 06-7668 от 02.08.2016 г.), в ответ на который Обществом представлена распечатка с официального сайта официального представителя производителя автомобилей в РФ ([www.lifan-car.ru](http://www.lifan-car.ru)), где указан перечень всех дилеров в количестве 149 юридических лиц, в том числе ООО «Автоцентр Калининский». Также представлен Сертификат дилера № L540301 от 21.09.2015 г., Дилерское соглашение № L13-1111 от 01.04.2013 г., Бюллетень информационный ООО «ЛифанМоторсРус» (исх. № И-19-AS от 24.05.2016 г.), информационные письма о сотрудничестве ООО «Лифан Моторс Рус» с кредитными организациями - ООО «Русфинанс Банк» и АО «Меткомбанк».

Согласно условиям программы кредитования, предоставляемой ООО «Русфинанс Банк», ставка по кредиту в размере 7,34% предоставляется при оплате первоначального взноса в размере 50% и более на срок от 12 до 36 мес., с возможным включением в сумму кредита страховых премий по страхованию жизни и страхованию КАСКО на весь срок кредитного договора.

АО «Меткомбанк» предоставляет кредит на приобретение рекламируемого автомобиля под 7,34 % годовых на срок 12 месяцев, с оплатой первоначального взноса от 30% до 49,99% или от 50% и более, с обязательным страхованием жизни и здоровья заемщика.

По результатам проведенной проверки Новосибирским УФАС России в адрес ООО «Автоцентр «Калининский» был направлен Акт проверки №33 о наличии нарушений требований законодательства о рекламе.

Доводы, изложенные в возражениях на Акт проверки, не приняты Новосибирским УФАС России. Определением о возбуждении дела № 13/17 в отношении ООО «Автоцентр «Калининский» возбуждено дело.

При рассмотрении данного дела ООО «Автоцентр «Калининский» представлен отзыв, в котором указывалось следующее.

Общество полагает, что в указанной статье не отсутствует информация, при которой на стоимость кредита могут повлиять различные факторы и не умалчивается информация об условиях кредита.

В статье имеется специальная ссылка, выделенная цветом и шрифтом, бросающаяся в глаза, так называемое информационное расширение, которое

содержит всю указанную проверяющими необходимую информацию по условиям кредита в доступной форме, указанная информация продублирована в статье на имеющемся вставленном изображении. Эту вставку можно еще и увеличить одним кликом компьютерной мыши, и прочитать еще раз условия кредита, где, в том числе указано, что данная ставка 7,34% может быть предоставлена при заключении кредитного договора с банком на покупку нового автомобиля Lifan, первоначальный взнос от 50% цены автомобиля, срок кредита от 1 до 3-х лет и т.д.

В статье рекламодатель, называя условия кредитования, прямо ссылается на кредитные организации, что именно они выдают кредит, из этого однозначно следует, что все условия договора определяет не рекламодатель, а кредитная организация. И именно в этих договорах должна быть исчерпывающая информация, рекламодатель не знает и не может знать всех условий и, следовательно, определить их значимость (существенность) для клиента.

В статье называется ставка «от 7,34%» не как единственная, а как возможная минимальная величина, и имеются другие ставки, это многообразие обуславливается использованием предлога «от...», как в русском языке, так и в математике предлог «от» применяется для обозначения минимальной границы интервала величин, а информация дана на русском языке с использованием математических цифр, следовательно, толкование смысла изложенной информации применяется в соответствии с общепринятыми понятиями, используемыми русским языком и математикой, исходя из этого, рекламодатель не скрывал информацию, указал на многообразие условий и кредитных ставок в соответствии с правилами русского языка и математики. Такая форма подачи информации распространена в средствах массовой информации. А тот факт, что в этой же статье с помощью расширения и увеличения рекламных фотоматериалов можно ознакомиться с иными условиями, влияющими на кредитование, доказывает необоснованность выводов об умалчивании и отсутствии информации о кредитах.

Общество указывает, что в рекламе не усматривается выгоды рекламодателя в изложении объективной информации, т.к. эта информация относится не только к рекламодателю, но и к другим автодилерам, с которыми работают данные кредитные организации. Таким образом, по мнению Общества, статья не создает недобросовестной конкуренции, а напротив, объективно и всесторонне указывает условия продажи.

Как сообщает Общество, наименование рекламодателя - ООО «Автоцентр Калининский», а не ООО «Лифан Моторе Рус». ООО «Лифан Моторе Рус» является дистрибьютером и предоставляет равные условия для своих многочисленных дилеров. ООО «Автоцентр Калининский» является одним из многих дилеров, тогда как в самом г. Новосибирске не один дилер. Таким образом, размещая данную рекламную информацию, рекламодатель не создает себе никаких преимущественных прав, а честно и объективно указывает всю информацию, не противопоставляя себя другим.

Относительно ч.7 ст.5 Закона о рекламе Общество полагает, что в изложенном рекламном тексте нет ни одной строчки, искажающей смысл информации о рекламируемом товаре, проверяющими не указано какие именно слова являются недостоверными и вводят в заблуждение кого-либо относительно рекламируемого

автомобиля (при условии, что используется русский язык по общепринятым правилам).

В отношении п.2 ч.2 ст. 28 Закона о рекламе, Общество указало, рекламодаделец не рекламирует банковские услуги, в силу того, что не оказывает и не может оказывать финансовых услуг из по текста рекламы, по мнению Общества следует, что рекламируются не финансовые услуги, а автомобили. Рекламодателем указываются те финансово-кредитные организации, которые эти услуги могут оказать, и именно они определяют условия кредитования.

Ограниченный в объеме размещаемой информации в силу особенностей технических требований размещения рекламы на сайте НГС, изложенных на сайте НГС в Единых требованиях к размещаемым статьям, рекламодаделец не имеет возможности указать абсолютно все условия работы третьих лиц, сопутствующие продаже автомобилей, в том числе подробные условия кредитования, поэтому наиболее существенные, из известных рекламодателю, он указывает в виде электронных расширений через ссылки.

При этом Общество полагает, что не обязано знать всех условий предоставления услуг кредитными организациями, так как рекламирует автомобиль, а не банковские услуги, следовательно, в рекламе отсутствуют признаки нарушения п.2 ч.2 ст.28 Закона о рекламе, т.к. они не относятся к рекламодателю.

За период действия рекламы в адрес рекламодателя ни от одного покупателя не поступало ни письменных, ни устных заявлений о непонимании смысла объективно изложенной информации, а сама информация размещалась всего несколько часов. Напротив, при опросах покупателей была возможность удостовериться, что смысл информации, излагаемый в рекламе понятен и доступен к пониманию практически всех опрошенных. Субъективное же непонимание, равно как и понимание заявителя, само по себе не является основанием для уличения кого-либо в искажении информации, из чего можно сделать предположение, что заявитель, обратившийся в антимонопольный орган, покупателем не являлся, а, напротив, своими действиями дискредитировал здоровую конкуренцию, создал помеху для и без того загруженной плановой работой службы.

Общество указывает, что согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 г., положение статьи 28 Закона о рекламе не могут применяться к отношениям, связанным с предоставлением товарного и (или) коммерческого кредита, который указан в рекламной статье.

С учетом изложенного, Общество не усматривает в рассматриваемой рекламе нарушений требований ч.7 ст. 5 и ч.ч.2,3 ст. 28 Закона о рекламе.

Также Общество полагает, что в Определении №13/17 о возбуждении дела Новосибирским УФАС России не опровергнут ни один из изложенных доводов, тогда как любые постановления должны иметь мотивированное обоснование. А неопровержимые доводы ответчика являются неустранимыми противоречиями, и в силу п.4 ст. 1.5 КоАП РФ должны трактоваться в пользу стороны, допустившей нарушение.

В силу ст.2.1. КоАП РФ необходимым условием привлечения лица к административной ответственности является установление его вины. По мнению ООО «Автоцентр Калининский», его вина не установлена. ООО «Автоцентр Калининский» рекламировало свой товар, а не кредит,

информировало о партнерах, которые могут предоставлять кредит, при этом само Общество услугу по предоставлению кредита не предоставляло и не считает себя рекламодателем данной услуги.

В рекламе ООО «Автоцентр Калининский» лишь указывало на возможность получения кредита в кредитных организациях, информировало покупателей о наличии такой услуги непосредственно у партнеров, указывая на диапазон кредитных ставок, наименьшей из которых является 7,34%.

В связи с чем, по мнению ООО «Автоцентр Калининский», отсутствуют нарушения ч.7ст.5, ч.2 и ч.3 ст. 28 Закона о рекламе.

Также Общество ссылается на п.25 Постановление Пленума ВАС РФ №58 от 8.10.2012г., согласно которому рекламодаделец не обязан указывать конкретный размер дополнительных расходов, которые понесет заемщик. Достаточно перечисления таких расходов.

В рассматриваемой рекламе рекламодаделец указывает наличие расходов в диапазоне кредитных ставок, что, по мнению Общества, полностью соответствует разъяснению Пленума.

ООО «Автоцентр Калининский» полагает, что согласно ст.4.5 КоАП РФ, постановление об административном правонарушении не может быть вынесено по истечении двух месяцев со дня совершения административного правонарушения, в данном же случае размещение рекламы происходило 16.06.2016 г., в связи с чем указанные сроки истекли.

Как указывает Общество в своих пояснениях, в том случае, если Комиссией Новосибирского УФАС России будет установлен факт нарушения Закона о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы, ООО «Автоцентр Калининский» просит учесть следующие обстоятельства: рекламное объявление размещалось на сайте один день; в ООО «Автоцентр Калининский» не поступило ни одного обращения о разъяснении данной рекламы, или об отказе в продаже на условиях размещенной рекламы. Данный факт, в связи с отсутствием пострадавших, общество считает малозначительным.

Кроме того, Общество полагает, что поскольку в материалах дела отсутствуют данные заявителя, на основании ч. 3 ст. 10 Федерального закона от 26.12.2008 г. № 294-ФЗ от "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" (далее – Закон № 294-ФЗ), отсутствовали основания для внеплановой проверки Общества по данному факту, и, как следствие, вынесение Акта проверки и возбуждения данного дела.

В законодательстве отсутствует четкое определение критерия «существенного» условия, в связи с чем ООО «Автоцентр Калининский» считает, что все неточности и неясности в силу презумпции невиновности должны трактоваться в пользу Общества.

Таким образом, в виду отсутствия вины, истечения срока давности, у антимонопольного органа отсутствовали основания в возбуждении административного дела в отношении ООО «Автоцентр Калининский», а вынесенное Определение о возбуждении дела №13/17 подлежит отмене.

Комиссией Новосибирского УФАС России в ходе рассмотрения данного дела установлено следующее.

16.06.2016 г. на сайте <https://auto.ngs.ru/articles/2476593/> информации «На правах рекламы» под заголовком: «Так и хочется за руль. Lifan стремительно

набирает популярность и демонстрирует фантастические темпы роста продаж» (Протокол осмотра Интернет-сайта от 15.07.2017 г.).

Согласно п.1 ст.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.

Объектом рекламирования, согласно п.2 ст. 3 Закона о рекламе, является 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 (п.3 ст.3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация обладает всеми признаками, указанными в Законе, следовательно, является рекламной.

В данной рекламной статье указывалась, в том числе информация следующего содержания:

«...с 1 июня 2016 года ООО «Лифан Моторс Рус» совместно с ООО «Русфинанс Банк» и АО «Меткомбанк» вводят в действие новую специальную программу кредитования Lifan Finance Direct для новых автомобилей Lifan. Теперь вы можете приобрести новый автомобиль в кредит по ставке от 7,34 % на срок до 36 месяцев...».

Согласно ч.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.

В силу п.2 ч.2 ст. 28 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.

Ч.3 ст. 28 Закона о рекламе установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

Ответственность за нарушение указанных норм Закона, в соответствии с ч.6 ст.38 Закона о рекламе, несет рекламодатель, т.е. изготовитель или продавец товара

либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно материалам дела, рассматриваемая рекламная статья размещалась на основании Договора оказания услуг по производству и размещению рекламно-информационного (информационного) материала на Интернет-сайте № 35358 от 21.04.2016 г., заключенного между ООО «Автоцентр «Калининский» и ООО «НГС». В качестве исполнения указанного Договора ООО «НГС» представлены: Приложение № 2 от 07.06.2016 г., Счет № 18137 от 07.06.2016 г., согласованный макет рекламы, п/поручение № 193 от 08.06.2017 г., Акт № 26931 от 14.06.2016 г.

На основании указанных документов рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Автоцентр «Калининский».

Также Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к выводу об ошибочности позиции Общества в виду следующего.

Как указано в п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ N 58, рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Потребитель воспринимает конкретную рекламную информацию, размещенную на определенном Интернет-ресурсе, и может не знать о наличии подробных условий относительно объекта рекламирования на дополнительных источниках (в том числе активных ссылках).

В данном случае из содержания рекламы следует, что объектами рекламирования являются автомобили и условия кредитования для их приобретения.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе указываются только те условия, которые особо привлекательные для потребителя, такие как срок кредитования, размер первоначального взноса от стоимости автомобиля. При этом отсутствует информация, при которой на стоимость кредита могут повлиять возможность оплаты первоначального взноса, индивидуальные особенности каждого заемщика (с учетом кредитной истории, процентная ставка, иное). Также потребитель не информируется (умалчивается информация) о тех условиях, которые способны привести к увеличению процентной ставки по кредиту, путем возможного оформления дополнительных документов (договора страхования жизни и здоровья заемщика по нескольким рискам, КАСКО). Данная информация способна повлиять на мотивацию потребителя при выборе автосалона, в котором будет приобретаться автомобиль.

В данном случае в рекламе не указаны такие существенные для потребителя сведения как то, что ООО «Русфинанс Банк» предоставляет кредит с процентной ставкой 7,34% годовых при оплате первоначального взноса в размере 50% и более на срок от 12 до 36 мес., с возможным включением в сумму кредита страховых премий по страхованию жизни и страхованию КАСКО на весь срок кредитного договора.

АО «Меткомбанк» предоставляет кредит на приобретение рекламируемого

автомобиля под 7,34 % годовых на срок 12 месяцев, с оплатой первоначального взноса от 30% до 49,99% или от 50% и более, с обязательным страхованием жизни и здоровья заемщика.

В том случае, если потребитель изъявит желание приобрести автомобиль с использованием заемных средств АО «Меткомбанк» на срок 24 месяца, то процентная ставка составит 8,50% годовых; на срок 36 месяцев - 9,50% годовых.

Срок кредитования и наличие обязательного условия по страхованию жизни и здоровья заемщика, КАСКО напрямую влияет на величину расходов, которые потребитель понесет при фактическом заключении кредитного договора, о которых он не был проинформирован в рассматриваемой рекламе.

Указанные обстоятельства указывают на наличие нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Новосибирское УФАС России не согласно с позицией Общества относительно того, что кредитные условия, указанные в рекламе, определялись не рекламодателем, а кредитными организациями.

По условиям Договора № 35358 от 21.04.2016 г., заключенного Обществом с ООО «НГС», ООО «Автоцентр Калининский» взяло на себя ответственность за достоверность распространенной рекламной информации, согласно п. 6.2. указанного Договора, в том числе за соответствие рекламы требованиям законодательства о рекламе.

ООО «Автоцентр Калининский» был согласован макет рассматриваемой рекламы, услуги были приняты по Акту и оплачены, следовательно, Общество определило объект рекламирования и конкретные условия, которые были должны были быть сообщены потребителю в рекламе.

Доводы ООО «Автоцентр Калининский» относительно применения норм Кодекса РФ об административном правонарушении не могут быть рассмотрены Комиссией Новосибирского УФАС России при рассмотрении дела, возбужденного по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе.

Новосибирское УФАС России считает ошибочным довод Общества относительно отсутствия оснований для проведения внеплановой документарной в отношении ООО «Автоцентр Калининский» проверки, вынесения Акта проверки и возбуждения настоящего дела.

Согласно п. 1 ст. 3 Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ "О персональных данных" (далее – Закон № 152-ФЗ), персональные данные - любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных).

В силу ст. 7 Закона № 152-ФЗ, операторы и иные лица, получившие доступ к персональным данным, обязаны не раскрывать третьим лицам и не распространять персональные данные без согласия субъекта персональных данных, если иное не предусмотрено федеральным законом.

Согласно ч. 3 ст. 10 Закона № 294-ФЗ, обращения и заявления, не позволяющие установить лицо, обратившееся в орган государственного контроля (надзора), не могут служить основанием для проведения внеплановой проверки.

Ч. 1 ст. 35 Закона о рекламе установлено, что сведения, составляющие коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну и полученные



антимонопольным органом при осуществлении своих полномочий, не подлежат разглашению, за исключением предусмотренных федеральным законом случаев.

Поскольку заявителем не давалось согласие на раскрытие своих персональных данных третьим лицам, Новосибирским УФАС России данная информация была скрыта от ООО «Автоцентр Калининский».

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» №38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Автоцентр «Калининский» (ИНН 5406189356, юридический адрес: 630110, г. Новосибирск, ул. Б.Хмельницкого, д. 71/18) нарушившим требования:

- ч.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;

- п.2 ч.2 ст. 28 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;

- ч.3 ст. 28 Закона о рекламе установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее,

а информацию, размещенную 14.06.2016г. на сайте <https://auto.ngs.ru/articles/2476593/> под заголовком: «Так и хочется за руль. Lifan стремительно набирает популярность и демонстрирует фантастические темпы роста продаж», ненадлежащей рекламой.

2. Выдать ООО «Автоцентр «Калининский» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

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

Федерации об административных правонарушениях.

ПРЕДПИСАНИЕ №13/17

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

20 марта 2017 г.

г.

Новосибирск

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

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы - И.В. Волохина,

члены Комиссии: Е.А. Скоп – главный специалист-эксперт отдела рекламы

В.Ю. Строгин– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 20 марта 2017 г. по делу № 13/17 о признании ненадлежащей рекламы, размещенной 14.06.2016г. на сайте <https://auto.ngs.ru/articles/2476593/>, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закона о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной «Автоцентр «Калининский» (ИНН 5406189356, юридический адрес: 630110, г. Новосибирск, ул. Б.Хмельницкого, д. 71/18) в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением требований:

- ч.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;

- п.2 ч.2 ст. 28 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;

- ч.3 ст. 28 Закона о рекламе установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или

займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее, в том числе рекламу, размещенную 14.06.2016г. на сайте <https://auto.ngs.ru/articles/2476593/> под заголовком: «Так и хочется за руль. Lifan стремительно набирает популярность и демонстрирует фантастические темпы роста продаж».

2. ООО «Автоцентр «Калининский» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 20 апреля 2017 г.