

РЕШЕНИЕ

1 июля 2011 года
г. Челябинск

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

Председатель Комиссии:

Л.Н. Галичина, заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

Члены Комиссии:

Е.Ю. Скобина, специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

М.В. Бромберг, специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

И.А. Кузнецова, специалист 1 разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

рассмотрев дело № 40-2011, возбужденное по факту распространения с использованием рекламной конструкции (призматрона) по адресу: г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 12, рекламы, содержащей сведения о продаже автомобилей Suzuki по специальной цене в кредит при указании процентной ставки и отсутствии всех иных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика, с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»), в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС», представившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие;

УСТАНОВИЛА:

В апреле 2011 года в городе Челябинске на улице Братьев Кашириных возле дома № 12 (напротив здания Цирка) с использованием рекламной конструкции (призматрона) распространялась наружная реклама, содержащая сведения: «Новый SWIFT от 559 000 рублей Suzuki Finance от 2,5 % suzuki-motor.ru», также изображение автомобиля Suzuki.

Из данной рекламы следует, что автомобили Suzuki SWIFT предлагаются к продаже стоимостью от 559 000 рублей в кредит под процентную ставку в размере 2,5%.

Внизу рекламного поля содержится текст, выполненный значительно мелким шрифтом по сравнению с текстом, выполненным выше, что затрудняет его прочтение. При этом микротекст содержит сведения о всех иных условиях, определяющих фактическую стоимость предлагаемого кредита и влияющих на нее, а также условия программы Suzuki Finance.

По данному факту Челябинским УФАС России было возбуждено дело в отношении ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» как рекламоателя указанной рекламы.

Как следует из письменных и устных объяснений представителей ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС», данная организация действительно выступала заказчиком размещения рекламы Suzuki SWIFT в городе Челябинске в период с 1 по 30 апреля 2011 года. ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» считает, что объектом рекламирования выступают не финансовые услуги, оказываемые банками, а новый автомобиль Suzuki SWIFT, реклама информирует потребителей о возможности использования программы под названием Suzuki Finance.

Рекламный текст, по мнению ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС», не содержит признаков рекламы финансовых услуг, вместе с тем, в случае квалификации антимонопольным органом указанной рекламы в качестве рекламы финансовых услуг, ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» просит учесть, что в рекламе содержатся все необходимые условия оказания финансовой услуги; специалисты Челябинского УФАС России не обладают специальными познаниями в области оценки человеческого глаза к восприятию предметов, в связи с чем признание микротекста нечитаемым

основано только на субъективной оценке специалиста, проводившего проверку.

В обоснование своих доводов ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» представлены договор с рекламодателем, соглашения о сотрудничестве с банками «Банк ВТБ 24» и ЗАО «Райффайзенбанк», сведения о размере шрифта на макете рекламы и арбитражная практика по аналогичной рекламе.

Исследовав материалы дела, Комиссия пришла к следующим выводам.

Реклама, содержащая сведения: «Новый SWIFT от 559 000 рублей Suzuki Finance от 2,5 % suzuki-motor.ru», - распространялась в городе Челябинске с использованием рекламных конструкций по 6 адресам.

В силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования — это 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.

Анализ рекламного текста позволяет прийти к выводу, что рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания как к новому автомобилю Suzuki SWIFT, так и к возможности приобрести его в кредит под процентную ставку, равную 2,5%.

Снижение процентной ставки достигается за счет снижения для клиента стоимости автомобиля, приобретаемого по программе Suzuki Finance, которая представляет собой программу субсидированного автокредитования в сотрудничестве с банковской организацией. Данная программа была разработана и введена в действие приказом директора ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» № 4-iar (admin) от 17 апреля 2009 года, представленным ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» в материалы дела.

Доводы рекламодателя ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» о том, что упоминание о программе Suzuki Finance носит информационно-пояснительный характер, являются необоснованными, поскольку статьей 19 Федерального закона «О рекламе» предусмотрено, что рекламная конструкция должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы, в связи с чем сведения о программе Suzuki Finance и о предоставлении кредита под процентную ставку 2,5% не могут рассматриваться как справочная информация.

На основании изложенного, Комиссия пришла к выводу о том, что реклама направлена на привлечение внимания в том числе к автокредитованию, следовательно, на указанную рекламу распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Рекламная конструкция (призматрон) с указанной рекламой обращена по ходу движения автомобильного транспорта в направлении улицы Свободы. Иными словами, реклама автомобиля Suzuki, содержащая сведения «Новый SWIFT от 559 000 рублей Suzuki Finance от 2,5 % suzuki-motor.ru», направлена в том числе на привлечение внимания водителей и пассажиров транспортных средств, осуществляющих движение по улице Братьев Кашириных.

Нижний край призматрона находится на расстоянии 4 метра 70 сантиметров от поверхности земли, что подтверждается письмом ООО «Карус», представленным по запросу Челябинского УФАС России. Размещение рекламы на высоте более 4 метров свидетельствует об удаленности текста рекламы при восприятии её потребителем.

Материалами дела установлено, что размер шрифта, которым выполнен текст внизу рекламной конструкции, составляет: заглавные буквы — 2,79 см, строчные буквы — 2,16 см.

С учетом перечисленных особенностей размещения рекламы, восприятие информации, выполненной шрифтом менее 3 см, демонстрируемой на призматроне в течение непродолжительного периода времени на высоте около 5 м от поверхности земли, без специальных вспомогательных средств значительно затруднено.

Нечитаемость микротекста приравнивается к отсутствию в рекламе тех сведений об условиях, определяющих фактическую стоимость кредита, которые содержатся в микротексте.

В тексте, расположенном внизу рекламной конструкции, указаны сведения о комплектации автомобиля Suzuki SWIFT, который предлагается по цене 559 000 рублей, о сроке действия данного предложения, о иных марках автомобилей, на которые предложение распространяется.

Данная информация является существенной для потребителя, поскольку способна повлиять на принятие им решения о приобретении рекламируемого автомобиля на условиях программы Suzuki Finance.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Отсутствие в рекламе части существенной информации об автомобилях, на которые распространяется рекламируемое предложение, и сроке его действия, а также о комплектации, за которую указана цена, могут привести к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться программой Suzuki Finance, а значит, противоречит части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, микротекст, расположенный внизу рекламной конструкции, содержит также сведения об условиях предоставления кредита на рекламируемый автомобиль, что подтверждается письменными объяснениями рекламодателя.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» 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 заемщика и влияющие на нее.

Отсутствие в рекламе финансовых услуг по предоставлению автомобиля Suzuki SWIFT в кредит под процентную ставку 2,5% сведений об иных условиях, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее, противоречит требованиям части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Материалами дела подтверждается, что лицом, определившим объект рекламирования, следовательно, рекламодателем выступает ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС».

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу автомобиля Suzuki SWIFT, предлагаемого в кредит под процентную ставку 2,5%, в которой отсутствует часть существенной информации о программе Suzuki Finance, а также в

которой указано одно из условий, влияющих на стоимость рекламируемого кредита, - размер процентной ставки при отсутствии всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 5 июля 2011 года.

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

Председатель Комиссии Л.Н. Галичина

Члены Комиссии М.В. Бромберг

Е.Ю. Скобина

И.А. Кузнецова