

**Решение комиссии Тверского УФАС России по делу № 06-6/40-2009 в отношении
ООО «Тверь-Авто» о нарушении частей 3 и 7 статьи 5 и части 3 статьи 28
Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»**

5 июня 2009 г. г. Тверь

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

председатель Комиссии - Демина И.С., руководитель управления;

члены Комиссии:

Фомин В.М., заместитель руководителя – начальник отдела контроля размещения государственного заказа;

Воронина Г.А., начальник отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-6/40-2009 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по фактам распространения в автосалоне ООО «Тверь-Авто» рекламы акции по приобретению автомобиля Chevrolet LACETTI Хетчбек указанной в рекламном предложении комплектации с первоначальной ценой 555110 руб, по цене, указанной как «специальное предложение 538 710 руб.», к которому предлагается «зимняя резина в подарок», а также рекламы услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием и погашением кредита, содержащей отдельные условия кредитного договора без указания всех остальных условий, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее,

в присутствии:

- заявителя: Власовой В.В.;

- ООО «Тверь-Авто»: представителя Котомкиной О.М. (доверенность от 18.05.2009 № 276)

УСТАНОВИЛА:

21.02.2009 Власова В.В. (далее - Заявитель) приобрела в автосалоне Тверь-Авто (ООО «Тверь-Авто» - далее Общество) автомобиль Chevrolet LACETTI комплектации (модели) 1,6 AT X5XS45CO SX Elite (договор купли-продажи от 21.02.2009 № 317) по цене 485 720 руб.

В момент приобретения Заявителем автомобиля в автосалоне Тверь-Авто рекламировалась акция по приобретению автомобиля Chevrolet LACETTI Хетчбек указанной в рекламе комплектации X5XS55J4 с первоначальной ценой 555110 руб, по цене, названной как «специальное предложение 538 710 руб.», к которому предлагается «зимняя резина в подарок».

Заявитель полагает, что она была вправе рассчитывать на условие акции «зимняя резина в подарок». Однако при приобретении ею автомобиля комплектации X5XS45CO (отличающейся от комплектации, названной в рекламе) Обществом была сделана скидка, размер которой был уменьшен на стоимость «подарка» (зимней резины), поскольку Заявитель отказался от приобретения зимней резины.

Из ответа Общества на претензию Заявителя следует, что подарки оно предлагает в рамках специальной программы завода-изготовителя о предоставлении скидки с розничной цены автомобиля в размере 40 000 рублей, которую Общество реализовывало в том числе путем уменьшения скидки на стоимость зимней резины в случае, если потребитель изъявит желание получить зимнюю резину в подарок.

Материалы дела свидетельствуют о следующем:

- Общество является дилером ООО «Дженерал Моторз Ээу Ауто энд Технолоджи СНГ» (далее - Дженерал Моторз);
- рекомендуемая Дженерал Моторз розничная цена автомобиля в комплектации (модели), приобретенной Заявителем, равна 525 720 руб. без скидки. То есть Заявитель приобрел автомобиль со скидкой 40000 руб.;
- специальная программа стимулирования продаж Шевроле Лачетти (Chevrolet Lacetti)..., в рамках которой установлены скидки с рекомендованной розничной цены, направлена на стимулирование дилеров, которые по условиям программы (п.8.1) получают от Дженерал Моторз дополнительные скидки с дилерской цены (бонусы), если предоставляют клиентам или покупателям скидки в размере не менее предусмотренного программой (40000 рублей – для модели Заявителя). В случае, если скидки не предоставлены или предоставлены в меньшем размере, чем указано в программе, дилер не получает свой бонус;
- вышеназванной программой и условиями договора между Обществом и Дженерал Моторз не предусмотрена обязанность Общества предоставлять скидки только в денежной форме, а также информировать покупателей о рекламных акциях, объявляемых Дженерал Моторз.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит предложение «зимняя резина в подарок», относящееся к определенной комплектации автомобиля с первоначальной ценой 555110 руб. и ценой реализации (в случае получения подарка) 538 710 руб.

То есть Общество рекламировало скидку в размере в денежном выражении только 17000 руб. (555110 руб. минус 538710 руб.). И только в этом случае предлагался подарок в виде зимней резины. В случае, если покупатель отказывался от подарка, ему предоставлялась скидка в денежном выражении в размере, установленном Дженерал Моторз.

Следовательно, продажа Заявителю автомобиля со скидкой 40000 руб, но без подарка в виде зимней резины (даже, если признать, что рекламируемое «специальное предложение» относится и к модели/комплектации/ Заявителя) не нарушает рекламное законодательство.

Рассматриваемая в рамках дела реклама содержала также сведения о предоставлении рядом банков (Росбанк, ВТБ 24, Русфинансбанк, Уралсиб-банк, Сбербанк России (Среднерусский банк) и Юниаструм банк) кредитов для приобретения автомобилей CHEVROLET LACETTI в данной комплектации.

При этом указан ежемесячный платеж - 8470 рублей, рассчитанный по программе банка ВТБ 24 для следующих условий: срок – до 60 мес., процентная ставка от 15 % годовых в рублях, а также условия кредита: срок – на 60 мес., первоначальный взнос - 40 %.

Иные условия кредита банка ВТБ 24 в рекламе не указаны.

К общим условиям кредита, определяющим фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющим на нее, относятся:

- минимальная (максимальная) сумма кредита;
- срок кредита;
- обеспечение кредита (без залога, под залог);
- процентная ставка по кредиту;
- платежи и комиссии по кредитным операциям (плата за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи и т.п.);
- иные условия, влияющие на конечную сумму расходов заемщика.

Согласно части 7 статьи 5 Закона 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.

Согласно части 3 статьи 28 Закона, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита, пользованием 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.

Согласно статье 38 Закона за нарушение требований, установленных частями 3 и 7 статьи 5 и части 3 статьи 28 Закона, ответственность несет рекламодаделец, а также рекламопроизводитель в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Вместе с тем, из материалов дела следует:

- для обеспечения реализации покупателям автомобилей в кредит Обществом заключены договоры с 6 банками: Росбанк, ВТБ 24, Русфинансбанк, Уралсиб-банк, Сбербанк России (Среднерусский банк) и Юниаструм банк;

- в соответствии с условиями договоров с банками при размещении рекламы банковских услуг, в том числе по предоставлению кредитов, Общество является рекламодателем;

- в качестве рекламодателя Общество предлагает вышеназванным банкам размещать рекламу кредитных услуг в помещениях Общества, на отдельных стендах, а также на листовках, на которых Общество размещает рекламу обо всех 6 банках, с которыми сотрудничает (но не их услугах), а также приводит текст «О наличии автомобилей других цветов, комплектаций, вариантов кузова, акций Вас проинформируют менеджеры отдела продаж»;

- рекламные тексты, содержащие отдельные условия кредита без указания всех остальных условий, влияющих на стоимость кредита, готовятся и размещаются самими банками. В частности, на момент приобретения автомобиля Заявителем на листовке размещались условия кредита, подготовленные ВТБ 24. Аналогичные листовки, подготовленные Сбербанком России в рамках рекламирования кредита на покупку CHEVROLET TAHOE, размещены в салоне Тверь-авто в момент рассмотрения дела.

Следовательно, Общество не является рекламодателем или рекламопроизводителем рекламы условий кредитов, предоставляемых банками, и его действия по распространению указанной рекламы не являются нарушением рекламного законодательства.

Таким образом, в ходе рассмотрения дела наличие фактов нарушения ООО «Тверь-Авто» законодательства Российской Федерации о рекламе не подтвердилось.

Руководствуясь подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Производство по делу № 06-6/40-2009 прекратить.

Председатель Комиссии

И.С.Демина

Члены Комиссии

В.М.Фомин

