

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-16/07

11.04.2016 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:

Председатель 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 № 08-04-16/07 от 11.04.2016 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в отсутствие представителя ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС».

УСТАНОВИЛА:

Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области в ходе мониторинга наружной рекламы выявила 17.09.2015г по адресу город Мурманске, улица Ломоносова (сторона В), вблизи остановочного комплекса рекламу в виде баннера следующего содержания:

«0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА¹» изображен логотип компании «Nissan» и два автомобиля марки Nisan Almera Nisan Terrano, в продолжении мелкий объемный текст: «¹ Указанные условия предусматривает компенсацию процентной ставки по кредитному договору соразмерным снижением цены на автомобиль, приобретаемый за счет кредита, предоставляемого АО «РН Банк» (Лицензия Банка России №170 выдана 16.12.2014г.) и действительны для клиентов-участников программы «В кругу Nissan»(подробности программы на www.nissan.ru/RU/ru/vkrugunissan) при условии заключения заемщиком договора страхования от несчастных случаев и болезней по программе «Защищенный кредит», предоставляемый ООО «Страховая компания КАРДИФ» (лицензия ФССН С № 092877 от 20.07.2010 без ограничения срока действия). Предложение не является офертой, действительно до 30.09.2015 для автомобилей Nisan Almera, Terrano 2015 года выпуска стоимостью до 1 млн. руб. Первоначальный взнос: от 50% стоимости автомобиля. Обеспечение по кредиту: залог приобретаемого автомобиля. Условия определяющие и влияющие на величину полной стоимости кредита: сумма кредита 100тыс. руб.; валюта: руб. РФ; срок кредита 3 года; процентная ставка по кредиту: 10,8% годовых, платежи по погашению основной суммы долга и уплате процентов по кредитному договору: ежемесячные равные (аннуитентные) платежи; страховая премия по договору страхования от несчастных случаев и болезней по программе «Защищенный кредит». Условия и тарифы могут быть изменены в одностороннем порядке. Данное предложение не распространяется на автомобили, приобретаемые в рамках программы утилизация и трейд-ин от Nisan.

Подробности на [www. Nisan.ru](http://www.Nisan.ru)», с признаками нарушения пункту 4 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссия Мурманского УФАС России зафиксировала рекламу на фотоаппарат и составила акт осмотра рекламы в присутствии понятой.

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.

В силу пункта 7 статьи 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.

Часть 11 статьи 5 Закона о рекламе предусматривает, что при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Пунктом 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 (далее - Правила) предусмотрено, что ФАС России вправе поручить своему территориальному органу возбудить и (или) рассмотреть возбужденное дело по ходатайству своего территориального органа или по собственной инициативе

независимо от места нахождения (места жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, или места распространения рекламы.

По ходатайству Мурманского Управления Федеральной антимонопольной службы ФАС России наделило Управление (исх.№ АК/12570/16 от 01.03.2016) полномочиями возбудить и рассмотреть дело № 08-04-16/07 в отношении ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС».

Определением № 08-04-16/07 от 11.04.2016 года рассмотрение дела назначено на 11.04.2016 года в 14.30, о чем уведомлено ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» (уведомление о вручении № 18301695125825 от 26.03.2016 года).

06.04.2016 в Мурманское УФАС России поступило письменное объяснение по делу № 08-04-16/07 от ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС». На рассмотрение 11.04.2016 ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» не явилось, ходатайство об отложении рассмотрения не направило.

Из письменных пояснений ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» следует, что размещенная Обществом в г. Мурманске на улице Ломоносова в период с 01 по 30 сентября 2015 года реклама «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА¹... Nisan Almera, Nisan Terrano » содержит изображение двух автомобилей Nisan Almera, Nisan Terrano и информацию, подробно описывающую критерии получения указанной в рекламе выгоды. По мнению Общества, оно выполнило все требования предусмотренные статьёй 28 Федерального «Закона о рекламе», а именно указало все условия определяющие полную стоимость кредита(займа). Указанные условия предусматривают компенсацию процентной ставки по кредитному договору соразмерным снижением цены на автомобиль, приобретаемый за счет кредита, предоставляемого АО «РН Банк».

Общество акцентирует, что законодательством не установлены требования к размеру шрифта, которым должна быть приведена информация, обязательная для размещения при рекламировании кредитного предложения. Сократить объем текста условий кредитования не представлялось возможным, поэтому текст выполнен шрифтом, позволяющим разместить полную информацию о кредите, приблизительно в объеме 25% от всей площади рекламы.

Комиссия, проанализировав представленные ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» документы, пояснения и содержания рекламы пришла к следующему выводу.

Согласно Уставу ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» от 21.01.2013 года Общество создано по решению учредителей (Протокол общего собрания Учредителей №1 от 11.05.2006г), является юридическим лицом, имеет представительство в Москве, действует в соответствии с Конституцией РФ, Гражданским Кодексом РФ и т.д. Исполнительным органом общества является генеральный директор.

Согласно выписки из ЕГРЮЛ ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС» (ОГРН 5067847096609 от 20.06.2006г, ИНН 7842337791 юр. адрес: 194362, г. Санкт – Петербург, поселок Парголово, проспект Комендантский 140) основным видом деятельности Общества является производство автомобилей, дополнительными: техническое обслуживание и ремонт прочих автотранспортных средств, торговля автотранспортными средствами через агентов.

Из представленных материалов следует, что ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» (клиент) заключило агентский договор № 0150/0511 от 01.05.2011г с ООО «Оптимум Медиа Лимитед» (агент) по условиям которого, Агент совершает от своего имени, за счет клиента сделки по закупке рекламного времени/пространства в СМИ, на объектах наружной рекламы и в сети Интернет для размещения рекламы клиента. В соответствии с пунктом 2.2 договора Клиент представляет третьим лицам рекламные материалы, выполненные в полном соответствии с Законом о рекламе. Пунктом 5.2 договора предусмотрено, что Клиент несет полную ответственность за содержание и форму рекламных материалов и её соответствие рекламному законодательству. Согласно приложению № RNN-2007/2015-2 от 20.07.2015г к Договору № 0150/0511 от 01.05.2011г и Акту сдачи-приемки услуг № 300915 87 от 30.09.2015г реклама размещалась в г. Мурманске.

Из анализа представленных документов следует, что филиал компании ООО «Оптимум Медиа Лимитед»(заказчик) заключило договор № Rst-141210-001 от 10.12.2014 с ООО «Реклама-Стиль» на выполнение работ по размещению рекламы заказчика или его Клиента(рекламодателей). Согласно приложению №132-15 к договору № Rst-141210-001 от 10.12.2014 стороны согласовали даты размещения рекламных материалов на объектах наружной рекламы с 01.09.2015 по 30.09.2015. Акт № 00000086 от 30.09.2015г подтверждает, что работы были выполнены в срок. В свою очередь ООО «Реклама Стиль» заключило договор № 052/2015 от 28.08.2015 года с ООО «Пропаганда колокол», которое фактически и разместило рекламный баннер на рекламной конструкции «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА¹» в городе Мурманске по улице Ломоносова, вблизи остановочного комплекса «Лыжный проезд».

В приложении № 1 к договору № 052/2015 от 28.08.2015 года определены адрес, формат и даты распространения рекламы: г. Мурманск, ул. Ломоносова, баннер 6х3м, 01.09.2015 -030.09.2015г.

В акте № 466 от 30.09.2015 указано, что работы по распространению рекламно-информационных материалов «Nisan» с 01.09.2015 по 30.09.2015 в г. Мурманске по ул. Ломоносова выполнены в полном объеме и в срок, акт скреплен печатями и подписями сторон без претензий к объему и качеству. Рекламный баннер полностью соответствует макету рекламы, который был утвержден ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС».

Таким образом, определил содержание и форму рекламных материалов ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС».

Реклама: « 0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА¹... Nisan Almera, Nisan Terrano » содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и поддерживает интерес к марке «Nisan», её товарам и предложению «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА¹... **»; преследует строго заданные цели продвижение товаров марки «Nisan», побуждают приобрести автомобиль Nisan Almera, Nisan Terrano по привлекательной цене по предложению под 0% без переплаты.

Объектами рекламирования являются:

-марка «Nisan»,

-автомобили автомобиль Nisan Almera, Nisan Terrano;

-предложение «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА¹... **».

Согласно Акту осмотра рекламы от 17.09.2015, рекламная конструкция высотой 6-8 метров, снабжена осветительными приборами и размещена в зоне зеленых насаждений вдоль проезжей части в г. Мурманске. Рекламная конструкция содержит баннер размером 6x8 метров. На красном полотне баннера в левом верхнем углу имеется логотип компании «Nissan», вверху крупно нанесена надпись «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА¹», в центре рекламы изображены два автомобиля марки Nisan Almera Nisan Terrano, нижняя часть рекламного поля заполнена мелким текстом, состоящим из 10 строк во всю длину баннерного полотна и занимающий треть всей рекламной площади.

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 отмечено Комиссией Мурманского УФАС России, понятой при осмотре рекламной конструкции и отражено в акте.

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.

Объемная рекламная информация, размещенная на рекламной конструкции в виде баннера выполнена мелким не читаемым шрифтом, что не соответствует требованию пунктам 5.10 и 4.2 ГОСТ Р 52044-2003 «Государственный стандарт Российской Федерации Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» (принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 22.04.2003 N 124-ст).

Пункт 5.10 ГОСТ Р 52044-2003 устанавливает, что размер текста наружной рекламы должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

Пунктом 4.2 ГОСТ Р 52044-2003 определено, что наружная реклама не должна ограничивать видимость, мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства.

Из чего следует, что реклама должна быть лаконичной и выполнена шрифтом доступным для прочтения участникам дорожного движения, чтобы не отвлекать их от дорожной обстановки. В рассматриваемом случае текст рекламы перегружен информацией и требует внимательного прочтения для полного восприятия.

Кроме того, как отметило в объяснениях ООО «Ниссан Мэнүфэкчуринг РУС», поверхность рекламного баннера имеет ограниченную площадь поля для размещения рекламы, поэтому выполнить объемный текст рекламы крупным шрифтом не предоставлялось возможным, что является доказательством того, что

способ и форма доведения рекламной информации до потребителя рекламы выбрана Обществом исходя из возможностей рекламного поля, без учета восприятия рекламы потребителем.

В данном случае размер и способ доведения до потребителей выгодных условий приобретения автомобиля, условий скидок и кредитования в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным человеком естественным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на сумму доходов или расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, воспринимается потребителями указанным образом. В рассматриваемом случае, такими условиями является «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА ¹».

Только полный текст рекламы дает представление о том, что выполненные в рекламе крупным шрифтом привлекательные условия предусматривают множество иных условий, при неукоснительном исполнении которых потребитель получит автомобиль Nissan Almera, Terrano 2015 года выпуска стоимостью до 1 млн. руб.

А именно, компенсируется процентная ставка по кредитному договору соразмерным снижением цены на автомобиль, приобретаемый за счет кредита, предоставляемого АО «РН Банк», при этом необходимо заключить договор страхования от несчастных случаев и болезней по программе «Защищенный кредит», предоставляемый именно ООО «Страховая компания КАРДИФ». Внести первоначальный взнос: от 50% стоимости автомобиля. Обеспечение по кредиту: залог приобретаемого автомобиля. Условия, определяющие и влияющие на величину полной стоимости кредита: сумма кредита 100тыс. руб.; валюта: руб. РФ; срок кредита 3 года; процентная ставка по кредиту: 10,8% годовых, платежи по погашению основной суммы долга и уплате процентов по кредитному договору: ежемесячные равные (аннуитентные) платежи. Условия и тарифы могут быть изменены в одностороннем порядке.

Утверждение рекламодателя ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (услуге).

В соответствии с частью 7 статьи 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.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а именно реклама размещена в виде баннера размером 18 кв.м на высоте 6 метров, вдоль проезжей части, потребитель находится в месте демонстрации рекламы не длительное время, картинку баннера не остановить и не озвучить, а также свойств человеческого зрения, восприятие объемного текста многочисленных условий, программ и критериев для получения «0%», исполненных мелким шрифтом, было невозможно.

Несмотря на формальное наличие в рекламе условий «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА ¹»

предложения (условий кредитования, страхования, наименования Банка), форма и способ представления полных сведений была такова, что они не воспринимались потребителями и фактически в рекламе отсутствовали.

А расставленные в рекламе акцент в виде крупно выделенной фразы условия: «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА ¹» создавали представление у потребителей о том, что автомобили Nisan Almera, Terrano можно приобрести с выгодой для себя без переплаты, т.е. выплатив стоимость автомобиля равными частями в течение трёх лет.

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.

Напротив, недосказанность и сокрытие важной информации вводят в заблуждение потребителей и лишают их в итоге возможности принять правильное для себя решение.

Существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированная у потребителя такой рекламы.

Утверждение рекламодателя о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (услуге).

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 приобретения товара.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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 многочисленным условиям, путем банковского кредитования, приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей.

Комиссия, признала рекламу ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС»: «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА ¹»... далее идет мелкий шрифт», размещённую 17.09.2015г в городе Мурманске, на улице Ломоносова, ненадлежащей, не отвечающей требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламодатель – общество с ограниченной ответственностью «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» (ИНН 7842337791, ОГРН 5067847096609 от 20.06.2006, юр. адрес: 194362, г. Санкт –Петербург, поселок Парголово, проспект Комендантский 140).

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 наружную рекламу: «0% ПЕРЕПЛАТЫ НА 3 ГОДА ¹»... далее идет мелкий шрифт», распространённую 17.09.2015г в городе Мурманске, на улице Ломоносова в виде баннера, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ

3. Признать лицом, нарушившим часть 7 статьи 5 Закона о рекламе ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС».

4. Предписание ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС» 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 в отношении ООО «Ниссан Мэнюфэкчуринг РУС».

Резолютивная часть решения объявлена 11 апреля 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 13 апреля 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.