

РЕШЕНИЕ

по делу №242/2011-Р

«26» декабря 2011 года

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе в составе:

Заместитель председателя Комиссии – Ерошина Я.А., заместитель руководителя управления - начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции, члены Комиссии - Диманд Р.В., ведущий специалист-эксперт, Колупаева Е.В., специалист-эксперт, Казенина Ю. А., специалист 1-го разряда,

рассмотрев дело № 242/2011-Р по признакам нарушения части 7 статьи 5, части 1 и части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», выразившегося в размещении наружной рекламы транспортант-перетяжке по адресу Московское шоссе, д.5а (ТД Барс) о предоставлении кредита при покупке машины Land Rover Discovery, в присутствии представителей ответчиков по делу – ООО «Планета» - <...> по доверенности <...> (<...>) и ООО «Ягуар Ленд Ровер» - <...> по доверенности б/н <...> (паспорт <...> <...>),

УСТАНОВИЛА:

Над проезжей частью по адресу Московское шоссе г.Рязань (около остановки ТД «Барс»), размещена рекламная конструкция – транспортант-перетяжка, которая содержит следующую информацию:

«ЦЕНТР АВТО (4912) 500-700 DISCOVERY 4 весь мир в ваших руках. Кредит 4,9%* Land rover».

Остальные условия по предоставлению кредита («*Land Rover Finance. Программа осуществляется в сотрудничестве с ЗАО ЮниКредит Банк, ген лиц ЦБ РФ № 1. 4,9% годовых представляют собой величину затрат клиента, связанных с получением кредита по специальной программе (без учета комиссий банка и расходов на страхование). Ставка 4,9% достигается за счет предоставления специальной цены на новый автомобиль, уменьшенной на 3,86038769280742%. Предложение рассчитано на следующих условиях: срок 24 месяца, валюта кредита рубли, первоначальный взнос 40%, процентная ставка в кредитном договоре с банком - 11,5%. Размер единовременной комиссии за выдачу кредита 6 000 руб. либо 3000 руб. для клиентов, получающих второй и более кредит в Банке. Обязательно оформление полиса КАСКО. Досрочное погашение возможно по истечении 3 месяцев, комиссия не взимается. Минимальная сумма досрочного погашения в 25 000 рублей. Неустойка за несвоевременное погашение задолженности 0,5% за каждый календарный день от суммы просроченной задолженности. Обеспечение по кредиту — залог приобретаемого автомобиля. Вы можете взять кредит на любых других условиях в рамках действующих программ банка. Условия указаны по состоянию на 01.05.2011. За детальным расчетом обращайтесь к менеджеру по кредитованию дилерского центра. Акция распространяется на все комплектации автомобиля Discovery 4, кроме комплектаций с двигателем 3.0. Вся информация носит справочный характер и не является публичной офертой (ст. 427 ГК РФ). (Finance -

англ. «финансы»))» отражены в рекламе мелким, нечитаемым шрифтом и наименование юридического лица указано более крупным шрифтом (ЗАО ЮниКредит Банк).

Данная информация является рекламой, так как, соответствует критериям рекламы, указанным в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

В ходе рассмотрения дела Комиссией было установлено лицо, являющееся рекламодателем. По информации, предоставленной Администрацией города Рязани, договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции от 29.09.2010г. №137-3451 заключен с ООО «Пресса» (ул. Соборная, д. 38 а, г. Рязань, 390000).

Согласно Договору аренды оборудования (рекламных конструкций) б/н от 01.12.2010г., ООО «Пресса» предоставляет во временное пользование ООО «Планета» рекламную конструкцию, расположенную по адресу: ул. Ленина, д.28, г. Рязань. Таким образом, рекламодателем указанной выше рекламы является ООО «Планета» (ул. Западная, 4В, г. Рязань, 390044 – юр. адрес).

Согласно, договору №111/0/01 от 30.05.2011г. лицом, заказавшим распространение рассматриваемой рекламы у ООО «Планета» является ООО «Центр размещения рекламы» (ул. Тульская Б, д.10, стр.9, офис 9710, ком.82, г. Москва).

Согласно представленному ООО «Центр размещения рекламы» агентскому договору на оказание рекламных услуг №103 от 24.05.2011г. общество обязуется от своего имени совершать сделки с третьими лицами по информационно-рекламному обслуживанию ООО «НТ Партнер» (г.Москва).

01 сентября 2011г. Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе определила необходимость о приостановлении производства по делу №242/2011-Р, с целью выяснения точного местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – рекламодателя.

21 сентября 2011г. ООО «НТ Партнер» предоставило Агентский договор №24А-07 от 23.07.2007г., из содержания которого следует, что между ООО «НТ Партнер» и ООО «Майндшер» существуют договорные отношения на организацию изготовления и размещения рекламных транспарантов-претяжек, Клиентом-принципалом в данном договоре выступает ООО «Ягуар Ленд Ровер» (Ул. Ленинградская, владение 39, строение 5, г. Химки, Московская область, 141400).

07 октября 2011г., по запросу Рязанского УФАС России (исх.№3714 от 26.09.2011г.), ООО «Майндшер» предоставил копию договора №JLR/1-09 от 15.04.2009г. между ООО «Ягуар Ленд Ровер» и ООО «Майндшер».

Из договора №JLR/1-09 от 15.04.2009г. между ООО «Ягуар Ленд Ровер» и ООО «Майндшер» следует, что лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, является ООО «Ягуар Ленд Ровер», что соответствует понятию рекламодателя, указанному в законе о рекламе.

В письменных объяснениях по факту, послужившему основанием для возбуждения

дела, рекламодаделец ООО «Ягуар Ленд Ровер» считает, что общество не нарушило законодательство о рекламе, поскольку вся необходимая информация (все условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и лицо, оказывающее кредитные услуги) размещена на рекламной конструкции. Что касается шрифта, которым должны быть напечатаны те или иные условия, ФЗ «О рекламе» не содержит никаких требований ни в отношении размера шрифта, ни в отношении процента площади рекламного пространства.

Комиссия по рассмотрению дела №242/2011-Р, изучив материалы дела, выслушав доводы сторон по обстоятельствам, послужившим основанием для возбуждения дела, пришла к следующим выводам.

Исходя из определения рекламы следует, что она предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи с чем, вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

В силу положений ГК РФ существенными условиями кредитного договора являются размер выдаваемого кредита, порядок выдачи кредита, срок выдачи кредита, размер платы за кредит, порядок возврата за кредит.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе выделено крупным читаемым шрифтом наиболее привлекательное для потенциальных потребителей условие кредита: 4,9 %, что представляет собой ставку, которая достигается за счет предоставления специальной цены на новый автомобиль, уменьшенной на 3,86038769280742%. (что следует из информации, указанной мелким шрифтом).

Остальные существенные условия предоставления кредита на рекламной перетяжке выполнены мелким нечитаемым шрифтом, что не позволяет воспринимать указанные сведения, поэтому не может расцениваться как их наличие.

В силу части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Согласно части 3 статьи 28 ФЗ «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.

В рекламе крупным читаемым шрифтом указано одно из условий предоставления кредита (4,9%). Остальные сведения об условиях предоставления кредита рассмотреть невозможно, так как, вся остальная информация на перетяжке представлена очень мелким нечитаемым шрифтом, прочитать которые без специальных средств невозможно, то есть, потребитель лишен возможности ознакомиться с ними и фактически не получает предусмотренную законом информацию, что является нарушением части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в соответствии с требованиями части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги. Наименование юридического лица включает сведения об организационно-правовой форме юридического лица (статья 54 ГК РФ). Сведения об организационно-правовой форме в распространяемой рекламе указаны мелким шрифтом.

Находящиеся в материалах дела фотографии, подтверждают факт выявления рассматриваемой рекламы и не читаемости большей части рекламной информации.

Так как рассматриваемая реклама является наружной, следовательно, она направлена на импульсивное восприятие информации потребителями (относительно быстрое и четкое восприятие предлагаемой информации, а также её понимание и уяснение без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания для получения описанного эффекта). Однако в данном случае необходимо принять во внимание следующие факты, снижающие уровень восприятия информации, выполненной в рекламе мелким шрифтом: текст рекламы находится на определенной высоте от уровня земли (свыше девяти метров); рекламная перетяжка размещена над проезжей частью автомобильной дороги.

Таким образом, использование рекламодателем такого визуального приема в рекламе, как неодинаковый размер шрифта размещенной информации, когда размер букв и цифр крупного шрифта во много раз превышает размер букв и цифр мелкого шрифта – вводит в заблуждение потребителя относительно рекламируемого товара. В данном случае и та и другая информация касается рекламы кредита «4,9%». Данная информация подается не одинаково, поэтому искажается действительный смысл информации, размещенной крупным шрифтом, так как в этой информации отсутствуют уточнения, указанные мелким шрифтом. То есть, те уточнения, которые указывают, что процентная ставка будет не 4,9%, а 11,5% при заключении договора на кредит.

Также в соответствии с Письмом Федеральной антимонопольной службы России, являющейся уполномоченным органом на дачу разъяснений по вопросам применения рекламного законодательства от 29.11.2010г. №АК/41963 «О применении Федерального закона «О рекламе» в случае выявления фактов доведения в рекламе до сведения потребителей существенной информации мелким нечитаемым шрифтом», при оценке рекламы следует учитывать то обстоятельство, что в Законе о рекламе не прописан размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителя.

Использованный в рекламном тексте шрифт своим размером должен обеспечивать восприятие потребителем всего содержания рекламной надписи, без дополнительно предпринимаемых усилий по разглядыванию какой-либо ее части.

Из объяснений представителя рекламодателя следует, что последний осознавал, что разместив рекламу в таком виде, при котором несоразмерность шрифта привела к потере читаемости существенных условий по кредиту, поскольку полную

и точную информацию обо всех остальных условиях предоставления кредита можно получить лишь обратившись по адресу, указанному в рекламе.

Комиссией Рязанского УФАС России произведены расчеты восприятия информации, выполненной различным шрифтом, в соответствии с формулой, представленной Федеральным государственным учреждением «Межотраслевой научно-технический комплекс «Микрохирургия глаза» имени академика Федорова С.Н.

Так, воспринимаемый размер объекта определяется углом зрения, под которым его рассматривает человек. Считается, что при остроте зрения 1,0 человек воспринимает детали объекта с угловым размером 1, а сам объект (букву/знак) – размером 5. Для расстояния 5 м, с которого обычно проверяют остроту зрения, это соответствует размеру буквы 7,27 мм. Очевидно, что для расстояния 5 м размеры знаков, допустимых для чтения большинством людей, должны составлять 20-30 мм.

Для других расстояний необходимый размер объекта рассчитывается по формуле:

Для остроты зрения 1,0: $A(x) = 7,27\text{мм} * L2/5$, где $L2$ – новое расстояние, $A(x)$ – новый размер объекта.

Или в общем виде для остроты зрения – $A(x) = 7,27\text{мм} * L2/5/O3$

В соответствии с данными, имеющимися в проекте рекламной конструкции, предоставленным ООО «Планета», высота рекламного полотна от земли составляет 9 м.

Комиссией Рязанского УФАС произведены расчеты восприятия информации, выполненной различными шрифтами, в соответствии с формулой, указанной выше, со следующими параметрами: рекламное полотно находится на высоте 9 м, острота зрения принимается 0,33 (оптимальная острота зрения), следовательно, размер объекта должен составлять не менее 39 мм.

Все вышеизложенное относится к хорошо освещенным черным надписям на белом фоне, изменение цвета надписи или фона снижает контраст, острота зрения снижается в 1,5-2 раза.

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «Планета» пояснила, что информация о наименовании банка имелась в рассматриваемой рекламе. Также в соответствии с актом осмотра объекта от 15.08.2011г. размер всего текста, написанного мелким шрифтом на осматриваемой перетяжке составлял 17 см.

Наименование банка ЗАО ЮниКредит в составе мелкого текста более увеличен по сравнению с остальной информацией и составляет до 42 мм.

Ответственность за указание наименования юридического лица, предоставляющего кредит, возложена на рекламодателя. Учитывая размеры шрифта наименования банка ЗАО ЮниКредит Банк, рекламодателем соблюдено требование части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Однако, вывод о невозможности прочтения существенной информации вытекает из

следующих обстоятельств размещения рекламы: месторасположение (над проезжей частью дороги), высота расположения рекламной конструкции – 9 м, а также, ограниченное время считывания информации из проезжающего транспорта, фактический размер шрифта, которым написаны существенные условия оказания услуги по сравнению со шрифтом привлекательной информации.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В силу пункта 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», не соответствующая требованиям законодательства РФ, является ненадлежащей.

В соответствии со статьей 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 7 статьи 5 и 3 статьи 28 несет рекламодаделец.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Ягуар Ленд Ровер» (Ул. Ленинградская, владение 39, строение 5, г. Химки, Московская область, 141400).

Руководствуясь частью 2 пункта 2 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:

1. Признать ненадлежащей рекламу автосалона «Центр Авто»

«ЦЕНТР АВТО (4912) 500-700 DISCOVERY 4 весь мир в ваших руках. Кредит 4,9%* land rover»,

распространяемую на рекламной конструкции, расположенной по адресу г. Рязань, ул. Ленина, д.28, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание не выдавать, в связи с истечением сроков заключения договора на оказание рекламных услуг.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу управления для возбуждения дела об административном правонарушении по статье 14.3 КоАП РФ в отношении виновных лиц.

Решение изготовлено в полном объеме «29» декабря 2011г. Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.