

«08» августа 2016 года

г. Москва

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

Председатель Комиссии: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);
Гагиева М.М. — ведущий специалист - эксперт отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Члены Комиссии: Жуков А.А. — государственный инспектор отдела контроля за рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/20-16, возбужденное по факту распространения ООО «М.Видео Менеджмент» на территории Московской области в эфире федеральных каналов рекламы акции «Товар в рассрочку на 36 мес.», с признаками нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования,

в присутствии представителя:

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

- ООО «М.Видео Менеджмент» (место нахождения: 105066, г. Москва, ул. Красносельская нижн., д. 40/12, корп. 20),

- в отсутствие заявителя <...>., надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела,

УСТАНОВИЛА:

В Московское областное УФАС России поступило переданное из территориального отдела Управления Федеральной службы по надзору

в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Московской области в городах Пушкино, Серпухов, Серпуховском, Чеховском районах обращение <...>, о распространении ООО «М.Видео-Менеджмент» на территории Московской области в эфире федеральных каналов рекламы акции «Товар в рассрочку на 36 мес.»

Из обращения следует, что заявитель, ознакомившись с распространявшейся в эфире федеральных телеканалов рекламой акции «Товар в рассрочку на 36 месяцев», обратилась в магазин М-Видео с целью покупки блендера Polaris в рассрочку. На месте выяснилось, что указанная рассрочка по факту является кредитом, в предоставлении которого, в последствии, заявителю было отказано.

На основании указанного обращения Московским областным УФАС России в отношении ООО «М.Видео Менеджмент» (место нахождения: 105066, г. Москва, ул. Красносельская нижн., д. 40/12, корп. 20) проведена внеплановая документарная проверка, по результатам которой установлено, что при распространении указанной рекламы усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы, 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 позиции ООО «М.Видео Менеджмент» рекламный ролик содержит достаточную информацию об условиях приобретения товара по акции «Новая рассрочка 0-0-36». По мнению Общества, для целей приобретения товара по акции для потребителей не являются существенными вопросы, связанные с оформлением рассрочки, а именно: с кем заключать договор финансирования покупки товара (с банком или торговой организацией); какой размер процентов будет выплачен покупателем и кому, если в результате итоговая сумма расходов не превысит цены товара, указанной в рекламе.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В соответствии с 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.

Из материалов дела следует, что рассматриваемая реклама транслировалась в эфире телеканалов в период с 13.10.2015 г. по 02.11.2015 г. и содержала информацию о возможности приобретения товаров в магазине «М.видео» по акции «Новая рассрочка 0-0-36».

В ходе просмотра представленных ООО «М.Видео Менеджмент» видеороликов установлено, что информация о существенных условиях проводимой акции «Новая рассрочка 0-0-36» размещена на заставках № 2,

№ 3, №4 и №5, время трансляции которых не превышает 3 секунды, и выполнена мелким шрифтом.

Привлекательная информация: «36 месяцев», «0 р. первый взнос», «0 % переплаты», выполнена значительно более крупным шрифтом, по сравнению с текстом, содержащим существенные условия предоставления скидок, и легко воспринимается и запоминается потребителем.

Ограниченное время трансляции заставок с существенными условиями проводимой акции (не более 3 секунд на 1 заставку), а также совокупность особенностей визуального и слухового восприятия рассматриваемого рекламного ролика создает условия, при которых часть существенной информации об условиях проводимой акции не воспринимаются потенциальными потребителями и вводит их в заблуждение.

В материалы дела ООО «М.Видео Менеджмент» также представлены результаты исследования, проведенного Фондом содействия изучению общественного мнения «ВЦИОМ» по заказу ООО «М.Видео Менеджмент», согласно которому большинство опрошенных различают понятия «рассрочка» и «кредит», наиболее значимым фактором для них является итоговый размер фактической переплаты. 52 % опрошенных заявили, что для них не важно, с кем заключается договор финансирования покупки, если итоговая стоимость товара не возрастает.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации, и вводится в заблуждение потребители рекламы.

Правовое регулирование обязательств по договору купли-продажи осуществляется нормами Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), в частности главой 30 ГК РФ.

Частью 1 статьи 454 ГК РФ установлено, что по договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).

Согласно части 1 статьи 489 ГК РФ договором о продаже товара в кредит может быть предусмотрена оплата товара в рассрочку. К договору о продаже товара в кредит с условием о рассрочке платежа применяются правила, предусмотренные пунктами 2, 4 и 5 статьи 488 ГК РФ.

В силу положений части 3 статьи 500 ГК РФ по договору розничной купли-продажи оплата может производиться в кредит, в том числе с условием оплаты покупаемых товаров в рассрочку.

В сфере банковских отношений правовое регулирование обязательств по кредиту предусмотрено нормами параграфа 2 главы 42 ГК РФ.

Из части 1 статьи 819 ГК РФ следует, что по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуется предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а

заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Таким образом, к отношениям купли-продажи применяется условие об оплате товара с предоставлением кредита в виде рассрочки, но такие правовые отношения в силу ГК РФ возникают между продавцом и покупателем товара.

Действующее законодательство предусматривает предоставление кредита в виде рассрочки при возникновении отношений между организацией – продавцом и физическим лицом.

К отношениям, возникающим между физическим лицом и кредитной организацией данное положение не применяется, поскольку природа таких договоров различна.

При условии, что фактически при покупке бытовой техники в магазине «М.Видео» потребителям предоставляется кредит третьим лицом (банком) для оплаты купленного товара, в рекламе должны быть указаны сведения о фактически предоставляемой услуге (кредит).

Предоставление кредита финансовой организацией – банком подтверждают и изложенные в рекламе дополнительные сведения «товары предоставляются в кредит ООО «Сетелем Банк». Указанные сведения выполнены более мелким шрифтом, а ограниченное время трансляции заставок с существенными условиями проводимой акции не дает возможность восприятия потенциальными потребителями части существенной информации об условиях проводимой акции.

Кроме того, согласно части 5 статьи 7 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», по результатам рассмотрения заявления заемщика о предоставлении потребительского кредита (займа) кредитор может отказать заемщику в заключении договора потребительского кредита (займа) без объяснения причин, если федеральными законами не предусмотрена обязанность кредитора мотивировать отказ от заключения договора.

Таким образом, при реализации товара по рекламируемой ООО «М.Видео-Менеджмент» акции «Новая рассрочка 0-0-36», потенциальным потребителям фактически предлагается «кредит», в предоставлении которого в последствии может быть отказано.

Учитывая изложенное, Комиссией установлены признаки нарушения ООО «М.Видео Менеджмент» требований части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» при распространении видеороликов рекламной акции «Новая рассрочка 0-0-36».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. В связи с наличием сведений об устранении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «14» июня 2016 г.

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

Председатель Комиссии

Д.Ю. Стрельников

Члены Комиссии

М.М. Газиева

А.А. Жуков