Исх. №АР-08/6302 от 26.04.2019г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель комиссии <…> (должностное лицо);
Члены комиссии <…> (должностное лицо);

<…> (должностное лицо),

рассмотрев дело №016/05/24-181/2019 в отношении ООО <…>, по факту рекламы распространения рекламного объявления продажи автомобиля Datsun с текстом: «Datsun – Японское качество по цене отечественного автомобиля. Datsun за 79 000 * Сигнализация в подарок. * Количество а/м ограничено. Не является публичной офертой. Подробности в автоцентре МАРКА. Предложение действует с 01.02.2019 по 28.02.2019г. минимальный первоначальный взнос 20% от стоимости автомобиля. МАРКА Официальный диллер Datsun. Г. Казань, ул. Чуйкова, 54Б. т.(843) 5555-777» в газете «Казанские ведомости» №21(6736) от 15.02.2019 г., которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного контроля (надзора) Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламного объявления продажи автомобиля Datsun с текстом: «Datsun – Японское качество по цене отечественного автомобиля. Datsun за 79 000 * Сигнализация в подарок. * Количество а/м ограничено. Не является публичной офертой. Подробности в автоцентре МАРКА. Предложение действует с 01.02.2019 по 28.02.2019г. минимальный первоначальный взнос 20% от стоимости автомобиля. МАРКА Официальный дилер Datsun. Г. Казань, ул. Чуйкова, 54Б. т. (843) 5555-777» в газете «Казанские ведомости» №21(6736) от 15.02.2019 г., которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Информация со сведениями: «Datsun – Японское качество по цене отечественного автомобиля. Datsun за 79 000 * Сигнализация в подарок. * Количество а/м ограничено. Не является публичной офертой. Подробности в автоцентре МАРКА. Предложение действует с 01.02.2019 по 28.02.2019г. минимальный первоначальный взнос 20% от стоимости автомобиля. МАРКА Официальный дилер Datsun. Г. Казань, ул. Чуйкова, 54Б. т. (843) 5555-777» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к покупке автомобиля Datsun Mi-DO.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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 предупреждающих надписей,

обязательных сведений или условий оказания услуг.

Заявленная в рекламе цена автомобиля "Datsun Mi-DO", была занижена и не соответствовала минимальной цене автомобиля в автосалоне по данным прайс-листа с официального сайта https://kzn.m-datsun.ru , минимальная цена за автомобиль марки Datsun от 536 000 рублей, а в заявленной рекламе Datsun цена автомобиля 79 000 рублей. Так же в указанной рекламе отсутствует информация об условиях покупки автомобиля за 79 000 рублей

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Информация о возможности уточнения подробностей о рекламируемой услуге – покупки автомобиля не заменяет опубликования существенных сведений, отсутствие которых способно ввести потребителя в заблуждение. Поскольку реклама услуги по покупке автомобиля направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

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.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») дано понятие рекламы - это 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

На заседании Комиссии, представителем ООО <…> <…> были представлены письменные и устные пояснения. Из пояснений следует, что менеджер по маркетингу и рекламе ошибочно в электронном виде направил АО <…> черновик макета рекламы, вместо утвержденного макета, содержащего всю необходимую информацию.

Информация, размещенная ООО <…> в газете «Казанские ведомости» №21(6736) от 15.02.2019 г содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; распространена посредством размещения в СМИ; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым, производимым соответствующим рекламодателем.

В соответствии с частями 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных статьей 5 Закона «О рекламе» несет ответственность

рекламодатель.

Рекламодателем в соответствии с представленным договором является ООО <…>.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу ООО <…> распространенную в газете «Казанские ведомости» выпуск №21(6736) от 15.02.2019 г ненадлежащей, несоответствующей части 7 статьи 5 и пунктом 4 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе».

Выдать предписание об устранении нарушения части 7 статьи 5 и пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», в связи с непредставлением доказательств устранения нарушения.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

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

Председатель комиссии	<…>	(должностное лицо)
Члены комиссии	<…>	(должностное лицо)
	<…>	(должностное лицо)