

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-16/00-08-15

«22» июня 2015 г.

г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

рассмотрев дело №3-5-16/00-08-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы с предложением к продаже автомобилей «Мерседес-Бенц», Mitsubishi Outlander, Mitsubishi и Hyundai Solaris, «JAGUAR XJ» в автосалонах РОЛЬФ,

в присутствии представителей:

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

рекламодателя ООО «РОЛЬФ» (адрес: Ленинградское шоссе, владение 21, г. Химки, Московская область, 141408, ИНН 5047059383, ОГРН 1045009553577, КПП 504701001, дата регистрации: 29.03.2004). - <...> (доверенность б/н от 18.06.2015), <...> (доверенность б/н от 18.06.2015),

УСТАНОВИЛА:

На основании приказа № 182/15 от 24.03.2015 руководителя ФАС России Артемьева И.Ю. была проведена выездная плановая проверка в отношении Общества с ограниченной ответственностью «РОЛЬФ».

Проверкой установлено, что реклама с предложением к продаже автомобилей «Мерседес-Бенц», Mitsubishi Outlander, Mitsubishi и Hyundai Solaris, «JAGUAR XJ» в автосалонах РОЛЬФ распространялась в феврале — апреле 2015 г. в г. Москве посредством рекламных конструкций, периодических печатных изданий, печатной продукции, в сети Интернет с признаками нарушения законодательства о рекламе.

1. Реклама автосалона «Звезда Столицы Варшавка» ООО «Рольф» с предложением к продаже автомобиля «Мерседес-Бенц» на специальных условиях кредитования по ставке 9,9 % годовых распространялась в марте 2015 года посредством рекламных конструкций, размещенных по адресам: МКАД 34,1 км внешнее кольцо (щит 4х12) и Варшавское шоссе, д. 127, сторона А (щит 3х6).

В рекламе крупным шрифтом сообщалось:

«Волшебство весны в «Мерседес-Бенц»! Уникальная ставка по кредиту на А-, В-, С-, СLА-, GLA-, GLK-, Е-Классы. **9,9 % годовых***
ЗВЕЗДА СТОЛИЦЫ ВАРШАВКА (495) 974-22-22 www.mercedes-zs.ru».

В рекламе крупным шрифтом указывается привлекательная для потребителя информация о величине процентной ставки по кредиту 9,9% годовых* (ставка отмечена знаком сноски).

В сноске мелким нечитаемым шрифтом на площади менее 1/15 от площади рекламного щита в нижней его части указаны иные условия, влияющие на стоимость кредита и возможность его получения:

«*Специальная программа кредитования «Мерседес-Бенц Банк Рус» ООО (лицензия Банка России № 3473 от 05.06.2012, далее – «Банк»). Для автомобилей «Мерседес-Бенц» А-,



В-, С-, CLA-, GLA-,GLK-,Е-Классов кредит предоставляется по ставке 9,9% при сроке кредита 12 мес. Минимальный первоначальный взнос для А-, С-, CLA-, GLA-,GLK-,Е-Классов – 30 % от цены автомобиля, для В-класса – 50%. Валюта кредита: Рубли РФ. Сумма кредита: от 100 000 до 10 000 000 руб. Возврат кредита: ежемесячные аннуитентные платежи. Обеспечение возврата кредита: залог приобретаемого автомобиля. Страхование автомобиля по договору КАСКО на полную стоимость автомобиля (по рискам: «Повреждение», «Угон» («Хищение»), «Полная конструктивная гибель») в течение всего срока кредитования в любых страховых организациях, выбранных Заемщиком и соответствие которых требованиям Банка уже подтверждено. Полную стоимость кредита определяют сумма кредита, проценты по кредиту, страховая премия по договору страхования жизни Заемщика в пользу Банка (если Вы решите застраховать свою жизнь), единовременное вознаграждение за оказание услуг по дистанционному предоставлению кредита (если вы решите получить кредит вне места нахождения Банка). Договор действует с 1 по 31 марта 2015 года».

Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) данный текст в отличие от информации о процентной ставке по кредиту, которая в рекламе приводится крупным шрифтом. Соответственно, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию обо всех условиях кредита, влияющих на сумму расходов, которые понесут воспользовавшиеся услугами лица.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федерального 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.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

К условиям, определяющим стоимость кредита для заёмщика, относятся сумма кредита, срок кредитного договора, процентная ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, а также иные условия, если их включение в кредитный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую заёмщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

Исходя из понятия рекламы, она предназначена для распространения среди неопределённого 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.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, которая должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

С учётом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной

информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой финансовой услуги, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Следовательно, выполненные мелким нечитаемым шрифтом сведения о кредите не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом. В связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации – способом, затрудняющим её восприятие (с учётом размера шрифта текста рекламы), свидетельствует о недобросовестности рекламы.

Несмотря на формальное наличие в рекламе информации об условиях по финансовым услугам, форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют, так как размер шрифта мелкий.

Указание в рекламе лишь отдельного условия (процентная ставка) само по себе не позволяет потребителю получить достаточные сведения о данной услуге, что способствует формированию у него неверных представлений о сумме расхода, который понесут лица, воспользовавшиеся услугой специального кредитования при покупке автомобилей «Мерседес-Бенц» А-, В-, С-, CLA-, GLA-, GLK-, Е-Классов.

Кроме того, в рекламе формально присутствует наименование лица, оказывающего услуги кредитования, однако фактически данная информация отсутствует, поскольку также представлена мелким нечитаемым шрифтом в сноске, и соответственно не доводится до потребителя.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе». реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Таким образом, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Реклама с предложением к продаже автомобиля «Hyundai Solaris» распространялась в феврале 2015 года посредством баннера на фасаде зданий автосалона РОЛЬФ Химки.

В рекламе крупным шрифтом утверждалось:

«ЛИДЕР¹

Гарантия 5 лет / 150 000 км³

Оптимальная стоимость владения⁴»

Страхование КАСКО 3,5 %²

Новый Solaris

МЕНЯТЬСЯ,
ОСТАВАЯСЬ ЛИДЕРОМ.

КАСКО 3,5 %
HYUNDAI»

Поясняющие сноски к указанным утверждениям указаны мелким нечитаемым шрифтом, форма их представления не позволяет потребителю воспринимать данные сведения, и соответственно, не может рассматриваться как их наличие. В указанных сносах сообщается следующая информация:

«1 Согласно данным Ассоциации Европейского бизнеса за период 01.01.2011-31.12.2014 г. HYUNDAI SOLARIS стал лидером продаж в РФ среди иномарок. 2 Ставка страхования КАСКО по программе «HYUNDAI Insurance» (Иншуранс, далее – Программа) действительна при условии приобретения новых автомобилей в салонах официальных дилеров. Срок страхования 1 год. Страхование рисков Хищения/Ущерб (при полной конструктивной или физической гибели) автомобиля при ДТП с двумя и более транспортными средствами, произошедшими в результате нарушения Правил дорожного движения застрахованным лицом, послужившим причиной ДТП (Ущерб) – 1 раз в течение срока действия договора страхования. Максимальная страховая сумма по риску Ущерб при повреждении автомобиля при ДТП с двумя и более транспортными средствами, произошедшими в результате нарушения Правил дорожного движения застрахованным лицом, послужившим причиной ДТП составляет: 30 тыс. рублей при ремонте у официального дилера HYUNDAI по направлению Страховщика или 15 тыс. рублей, при ремонте на авторизованной СТОА. Страховая компания ООО «Росгосстрах» (лицензия № 097750 от 07.12.2009), www.RGS.ru. 3 Срок гарантии составляет 5 лет или 150 000 км пробега, в зависимости от того, что наступит раньше, с учетом ограничений, изложенных в сервисной книжке. Дата начала гарантии – дата передачи автомобиля официальным дилером первому покупателю. 4 Согласно результатам исследования ООО «Международный институт маркетинговых и социальных исследований «ГФК-Русь» за период 15.12.2014-25.12.2014. Стоимость владения рассчитана по следующим критериям: срок эксплуатации 3 года или 90 000 км, регион – Москва, профиль водителя: 1) 28 лет, стаж вождения 7 лет; 2) 33 года, стаж вождения 10 лет. Подробная информация на www.HYUNDAI.ru Реклама.»

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Вместе с тем наименование лица, оказывающего страховые услуги (страховая компания ООО «Росгосстрах»), формально указано в тексте сноски, поскольку информация представлена мелким нечитаемым шрифтом и не доводится до потребителя надлежащим образом, соответственно фактически отсутствует в рекламе.

Таким образом, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

3. Реклама с предложением к продаже автомобиля «JAGUAR XJ» распространялась в журнале «CITY magazine» № 10 за март-апрель 2015.

В рекламе сообщается следующая информация:

«JAGUAR XJ ОСТАЕТСЯ В ЦЕНЕ ВСЕГДА.

ГАРАНТИЯ ОБРАТНОГО ВЫКУПА*

Говорят, сила и красота быстротечны. Может ли быть иначе? Да, если это Jaguar

XJ. Его мощный двигатель, неповторимы стиль и английское качество не утратят своей ценности даже спустя годы. И это не просто слова. Покупая новый Jaguar XJ Вы получаете гарантию на выкупную цену в размере 80% от стоимости автомобиля по контракту в течение первого года владения и 65% от контрактной стоимости – в течение второго*. Воспользуйтесь преимуществами уникальной программы гарантированного обратного выкупа для Jaguar XJ и наслаждайтесь настоящими британскими ценностями от Jaguar.»

В нижней части страницы указываются контактные данные JAGUAR РОЛЬФ ЯСЕНЕВО.

Согласно данным с сайта www.jaguar.ru обратный выкуп гарантируется при условии пробега автомобиля не более 20 000 км в первый год и 40 000 км в первые два года эксплуатации. Также программа не распространяется на версию Jaguar XJ с 5-литровым двигателем Supercharged. Данные ограничения являются существенными, поскольку ограничивают возможность участия в программе обратного выкупа.

Вместе с тем данная информация отсутствует в рекламе, что вводит потребителя в заблуждение относительно возможности обратного выкупа автомобиля.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального 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.

Таким образом, в рекламе Jaguar XJ с возможностью обратного выкупа усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

4. Реклама с предложением к продаже обновленного MITSUBISHI OUTLANDER с указанием ставки 5,9 % распространялась в апреле 2015 г. посредством листовок (двухсторонняя, размер А5) и напольной конструкции (Rollup размер 90 см x 2 м) в дилерском центре РОЛЬФ Химки.

В рекламе содержится следующая информация:

«MITSUBISHI OUTLANDER. Новый взгляд.

Ставка 5,9 %¹»,

выполненная крупным шрифтом, а также поясняющая сноска, выполненная мелким недоступным для прочтения шрифтом, следующего содержания:

«Реклама. Товар сертифицирован «РОЛЬФ Химки» офиц.дилер автомобилей Mitsubishi в России. 1) ставка 5,9 % - маркетинговая ставка по программе Mitsubishi Motors Finance (Мицубиси Моторс Финанс), реализуемой совместно с АО МС Банк Рус (Лицензия ЦБ РФ № 2789 от 14.11.2014), далее – «Банк». Указанная маркетинговая ставка не является процентной ставкой по кредиту. При приобретении автомобиля в кредит с привлечением кредитных средств Банка, клиентам предоставляется скидка на автомобиль Mitsubishi Outlander со стороны официального дилера автомобилей Mitsubishi в размере, эквивалентном снижению процентной ставки по кредитному договору до значения маркетинговой ставки, при условии оформления услуги trade in. Условия кредитования: мин.сумма кредита – 150 000 руб.; макс. Сумма кредита – 85% от стоимости автомобиля, срок кредита – 12 мес., процентная ставка 19,9 % годовых. Обязательно страхование по рискам ущерб и угон автомобиля (КАСКО) на полную стоимость автомобиля, выгодоприобретатель – Банк по рискам угон и утрата/полная гибель в размере непогашенной задолженности; неустойка в

размере 0,1 % от суммы просроченной задолженности за каждый день просрочки платежа по кредиту; обеспечение по кредиту – залог приобретаемого автомобиля. Банк вправе в течение срока действия вышеуказанных предложений вносить изменения в условия, тарифы, состав услуг и параметры продуктов по собственному усмотрению. Предложение носит информационный характер, не является публичной офертой, определяемой положениями Ст. 437 ГК РФ. Предложение действует с 01.04.2015 по 30.04.2015 г. Подробную информацию по телефону 8 (495) 788 99 77».

Указание в рекламе крупным шрифтом привлекательной информации о ставке в размере 5,9% дает основание полагать, что потребителям предлагается воспользоваться кредитом с процентной ставкой 5,9% годовых на покупку автомобилей Mitsubishi Outlander.

Однако, как следует из поясняющей сноски, ставка 5,9 % - это маркетинговая ставка по программе Mitsubishi Motors Finance, а не ставка по кредиту для приобретения автомобиля Mitsubishi Outlander. Данная маркетинговая ставка применяется при расчете скидки, которая предоставляется клиентам при условии заключения ими кредитного договора с АО МС Банк Рус и оформления услуги trade in. При этом согласно условиям кредитования процентная ставка составляет 19,9 % годовых при сроке кредита 12 месяцев.

Представленная в сноске информация является существенной для потребителей при выборе товара.

Вместе с тем текст поясняющей сноски занимает менее 1/11 площади напольной конструкции и размещен непосредственно у пола. На рекламной листовке поясняющей сноске отведено менее 1/10 площади листовки. При этом в рекламных материалах поясняющая сноска выполнена мелким нечитаемым шрифтом, и форма ее представления в листовке и в напольной конструкции не позволяют потребителям воспринять (прочитать) текст сноски.

Соответственно, потребители не получают всю необходимую для осознанного выбора информацию и вводятся в заблуждение относительно условий предоставления скидки и условий кредита.

Исходя из понятия рекламы, она предназначена для распространения среди неопределённого 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.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, которая должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей.

С учётом изложенного в случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные данной рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем

потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Следовательно, выполненные мелким нечитаемым шрифтом сведения о программе Mitsubishi Motors Finance не были доведены до неопределённого круга лиц надлежащим образом. В связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой финансовой услуги и условия предоставления скидки.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий, напечатанных мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Указание в рекламе «Ставка 5,9%» само по себе не позволяет потребителю получить достаточные сведения о предложении, что способствует формированию у него неверных представлений об условиях приобретения автомобиля в кредит и возможности получения скидки.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального 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.

В соответствии с частью 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

К условиям, определяющим стоимость кредита для заёмщика, относятся сумма кредита, срок кредитного договора, процентная ставка, единовременные и периодически взимаемые платежи, а также иные условия, если их включение в кредитный договор может повлиять на сумму денежных средств, которую заёмщик должен выплатить кредитору по кредитному договору.

Ставка 5,9%, указанная в рекламе, воспринимается как ставка по кредиту, соответственно, в рекламе должны быть указаны остальные условия, влияющие на полную стоимость кредита. Вместе с тем данные условия в рекламе указаны формально и фактически отсутствуют.

Кроме того, в рекламе также формально указано наименование лица, оказывающего финансовую услугу, соответственно фактически данные сведения в рекламе отсутствуют.

Таким образом, в рекламе Mitsubishi Outlander усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5, части 1, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

5. Контекстная реклама с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi по сниженной цене распространялась в апреле 2015 года в сети Интернет в

поисковой системе Google.

В рекламе сообщалось:

[OUTLENDER у офиц. дилера РОЛЬФ – Цены ниже прайса.](#)

Реклама Rolf-online.ru/Митсубиси+Аутлендер+Дилер

Успей купить **MITSUBISHI OUTLENDER** в апреле.

[MITSUBISHI в Рольф реальнее - Цены ниже прайса.](#)

Реклама www.rolf-online.ru/Мицубиси+Автосалон

Успейте купить **MITSUBISHI** сейчас. Звоните в **Рольф**.

Из рекламы следует, что каждый потребитель, желающий приобрести автомобили *Mitsubishi*, сможет приобрести автомобиль по сниженной цене или получить скидку.

Согласно приказу б/н б/д директора Филиала «Юг» ООО «РОЛЬФ» Виноградовой С.В. в период с 20.02.2015 по 10.04.2015 устанавливается скидка на автомобили *Mitsubishi*, покрывающая сумму процентов по кредитному договору. Размер максимальной скидки определяется индивидуально и не может превышать 4% от розничной рекомендованной цены в период проведения акции.

Таким образом, снижение цен на автомобили *Mitsubishi* не предусматривалось, а скидка будет предоставляться только тем потребителям, которые приобретают автомобили *Mitsubishi* при условии заключения кредитного договора.

Информация о таком условии приобретения автомобилей по ценам ниже прайса является существенной для потребителей, не намеренных привлекать заемные средства, и ее отсутствие обманывает их ожидания и искажает смысл рекламы, следовательно, реклама вводит потребителей в заблуждение относительно возможности приобретения автомобилей *Mitsubishi* по сниженной цене.

Учитывая изложенное, в указанной рекламе усматриваются признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

б. Контекстная реклама с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi и Hyundai Solaris распространялась в апреле 2015 года в сети Интернет в поисковых системах Google и Yandex.

В рекламе сообщалось:

[Реальная выгода на MITSUBISHI - rolf24.ru](#)

Реклама www.rolf24.ru/Рольф+Mitsubishi

Распродаем **MITSUBISHI** по базовой цене. Только сегодня. Все а/м в наличии!

[Сервис MITSUBISHI](#) [Кредит 0%](#) [Контакты](#) [Акции MITSUBISHI](#)

[Mitsubishi выгоднее в РОЛЬФ ЮГ – www.rolf24.ru](#)

Реклама www.rolf24.ru/Рольф+Mitsubishi

Звездные выгоды на все а/м *Mitsubishi*. Такого больше не будет. Звоните!

[Сервис MITSUBISHI](#) [Контакты](#) [Акции MITSUBISHI](#) [Кредит 0%](#)

[HYUNDAI SOLARIS по спец. ценам! = / rolf24.ru](#)

Реклама rolf24.ru Адрес и телефон м. Калужская

Все цвета и комплектации! 10 SOLARIS в наличии с ПТС! Забирайте за 1 день!

HYUNDAI в наличии. Все акции HYUNDAI. Автокредит 0%

+7 (495) 755-55-05 Пн-вс 8:00-24:00

В рекламе предлагается при покупке автомобилей воспользоваться кредитом и автокредитом с процентной ставкой 0%.

Вместе с тем в соответствии с приказом б/н б/д директора Филиала «Восток» ООО «РОЛЬФ» Виноградовой С.В. в период с 01.04.2015 по 30.04.2015 при продажах

автомобилей Mitsubishi предоставляется кредит на условиях процентной ставки на срок кредита 12-36 мес. – 19,9%, 48-60 – 22,5%, минимальный первоначальный взнос 15%, максимальная сумма кредита 85% от стоимости автомобиля либо 95% в случае, если в сумму кредита включаются страховые премии, дополнительное оборудование. Кроме того, в целях увеличения продаж предусматривается процентная ставка по кредиту от 7,9% годовых.

Кредитование покупок автомобиля Hyundai Solaris осуществляется в рамках кредитной программы Хендэ Финанс (далее – «Программа») с условием остаточной стоимости на покупку нового автомобиля Hyundai Solaris (далее – «Автомобиль») у официального дилера Hyundai в России.

По условиям кредитования в рамках Программы процентная ставка составляет 14,5% или 15,5% годовых в зависимости от размера первоначального взноса 20-29,99% или 30-45% соответственно, срок кредита 24 или 36 месяцев; валюта кредита – рубли РФ, сумма кредита от 100 000 до 3 000 000 руб.; максимальная остаточная стоимость до 55% от стоимости автомобиля.

Таким образом, в рекламе сообщаются недостоверные сведения о возможности получить кредит на условиях нулевой процентной ставки, а также стоимости кредита. Кроме того, ГК РФ не предусматривает возможность предоставления кредитов на безвозмездной основе.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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.

С учетом изложенного в контекстной рекламе с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi и Hyundai Solaris на условиях кредитования по процентной ставке 0% усматриваются признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Таким образом, реклама с предложением к продаже автомобилей «Мерседес-Бенц», Mitsubishi Outlander, Mitsubishi и Hyundai Solaris, «JAGUAR XJ» содержит признаки нарушения пункта 4 части 3 и части 7 статьи 5, частей 1, 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьями 5, 28 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «РОЛЬФ» (адрес: Ленинградское шоссе, владение 21, г. Химки, Московская область, 141408, ИНН 5047059383, ОГРН 1045009553577, КПП 504701001, дата регистрации: 29.03.2004).

Руководствуясь пунктом 4 части 3 и части 7 статьи 5, частей 1, 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе»,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей распространяющуюся в марте 2015 года посредством рекламных конструкций рекламу автосалона «Звезда Столицы Варшавка» с

предложением к продаже автомобиля «Мерседес-Бенц», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях кредита, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно условий предоставления услуг.

2. Признать ненадлежащей распространявшуюся в марте 2015 года посредством рекламных конструкций рекламу автосалона «Звезда Столицы Варшавка» с предложением к продаже автомобиля «Мерседес-Бенц», поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе отсутствует наименование лица, оказывающего услуги кредитования.

3. Признать ненадлежащей распространявшуюся в феврале 2015 года посредством банера на фасаде автосалона «Рольф» рекламу с предложением к продаже автомобиля «Hyundai Solaris», поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе отсутствует наименование лица, оказывающего страховые услуги.

4. Признать ненадлежащей рекламу с предложением к продаже автомобиля «JAGUAR XJ» в журнале «CITY magazine» № 10 за март-апрель 2015, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе отсутствует часть существенной информации об условиях гарантии обратного выкупа, что вводит потребителя в заблуждение относительно возможности обратного выкупа автомобиля.

5. Признать ненадлежащей распространявшуюся в апреле 2015 г. посредством рекламных листовок и напольной конструкции рекламу с предложением к продаже обновленного MITSUBISHI OUTLANDER и указанием ставки 5,9 %, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5, части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе отсутствует часть существенной информации о предлагаемой финансовой услуге и условиях предоставления скидки, что вводит потребителя в заблуждение об условиях приобретения автомобиля в кредит и возможности получения скидки.

6. Признать ненадлежащей распространявшуюся в апреле 2015 г. посредством рекламных листовок и напольной конструкции рекламу с предложением к продаже обновленного MITSUBISHI OUTLANDER и указанием ставки 5,9 %, поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе отсутствует наименование лица, оказывающего услуги кредитования.

7. Признать ненадлежащей распространявшуюся в апреле 2015 года в сети Интернет контекстную рекламу с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi по сниженной цене «цены ниже прайса», поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе отсутствует часть существенной информации о действительных условиях продажи автомобиля со скидкой, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно возможности приобретения автомобиля Mitsubishi по сниженной цене.

8. Признать ненадлежащей распространявшуюся в апреле 2015 года в сети Интернет контекстную рекламу с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi и Hyundai Solaris, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе сообщаются недостоверные

сведения о возможности получить кредит на условиях нулевой процентной ставки.

9. Выдать ООО «РОЛЬФ» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

10. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «РОЛЬФ».

Решение изготовлено в полном объеме 24 июня 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.