

В рекламе автосалона "Автоцентр Планета" отсутствовала существенная информация об условиях для получения клиентом скидки

18 декабря 2009, 17:26

16 декабря 2009 года Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) признала рекламу автосалона "Автоцентр Планета" ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 Федерального закона "О рекламе". Рекламодателю - ООО "ЕвроКом" антимонопольная служба предписала прекратить нарушение.

Для определения меры административной ответственности (размер штрафа) ФАС России возбудила дело об административном правонарушении в отношении рекламодателя.

В июле 2009 года в Интернете на сайте www.autocenterplaneta.ru распространялась реклама автосалона "Автоцентр Планета" с предложением подарков и скидок при покупке автомобиля.

В рекламе на титульной странице сайта сообщалось: "Скидки, подарки от 50000 руб. до 320000 руб. Кредит от 1,9 % годовых!!!".

Согласно приказу ООО "ЕвроКом" № 3/1 от 11.01.2009 разрешается предоставлять клиентам скидки по согласованию с руководителем отдела продаж при заключении договора купли-продажи транспортного средства стоимостью от 500 000 рублей до 1 500 000 рублей и стоимостью свыше 2 000 000 рублей.

Согласно приказу для автомобилей стоимостью до 500 000 рублей, а также стоимостью от 1 500 000 рублей до 2 000 000 рублей скидки не предусмотрены, а предусмотренные приказом скидки предоставляются по решению руководителя отдела продаж.

В рекламе автосалона "Автоцентр Планета" с предложением подарков и скидок при покупке автомобиля не сообщается информация о необходимости согласования размера скидки с руководителем отдела продаж при заключении договора купли-продажи транспортного средства, а также не сообщается условие о стоимости автомобиля, на который распространяются скидки.

Условие о стоимости автомобиля (автомобиль стоимостью от 500 000 рублей до 1 500 000 и автомобиль стоимостью свыше 2 000 000 рублей), а также условие о согласовании размера скидки с руководителем отдела являются для потребителей существенной информацией. Отсутствие данной информации искажает смысл рекламного сообщения и вводит потребителей в заблуждение относительно условий получения скидки, поскольку потребитель, неосведомленный об этих условиях, указанную в рекламе скидку может не получить.

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 закона о рекламе несет рекламодаделец - ООО "ЕвроКом".

"Из всего спектра нарушений рекламного законодательства 20% приходится на нарушения, связанные с недостоверной, недобросовестной рекламой - рекламой, которая вводит потребителей в заблуждение и наносит не только материальный, но и моральный вред", - отметил начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов по итогам рассмотрения дела.

##Справка:

Согласно части 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.###