

6:0 в пользу ФАС

24 июня 2015, 15:00

По итогам рассмотрения шести дел по рекламе ООО «РОЛЬФ», распространяемой весной этого года в г. Москве посредством рекламных конструкций, периодических печатных изданий, печатной продукции, в сети Интернет, с предложением к продаже автомобилей «Мерседес-Бенц», Mitsubishi Outlander, Mitsubishi и Hyundai Solaris, «JAGUAR XJ» в автосалонах РОЛЬФ, Комиссия ФАС России признала ненадлежащей рекламу:

- автосалона «Звезда Столицы Варшавка» ООО «Рольф» с предложением к продаже автомобиля «Мерседес-Бенц» на специальных условиях кредитования по ставке 9,9 %. Реклама распространялась весной этого года на рекламных конструкциях. 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. Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) этот 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, 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.

Кроме того, в рекламе формально присутствует наименование лица, оказывающего услуги кредитования, однако фактически эта информация отсутствует, поскольку также выполнена мелким нечитаемым шрифтом в сноске, и соответственно не доведена должным образом 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).

- рекламу с предложением к продаже автомобиля «Hyundai Solaris», распространяемую посредством баннера на фасаде зданий автосалона РОЛЬФ Химки. В нарушение требований части 1 статьи 28 Закона наименование лица, оказывающего страховые услуги (страховая компания ООО «Росгосстрах»), выполнено мелким нечитаемым шрифтом и не доводится до потребителя надлежащим образом, соответственно фактически отсутствует в рекламе.

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).

- рекламу с предложением к продаже автомобиля «JAGUAR XJ», распространяемую в журнале «CITY magazine» № 10 за март-апрель 2015, поскольку условия возможности обратного выкупа приведены формально.

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».

- рекламу с предложением к продаже обновленного MITSUBISHI OUTLANDER с указанием ставки 5,9 %. Реклама распространялась в апреле 2015 г. посредством листовок и напольной конструкции в дилерском центре РОЛЬФ Химки. 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. Эта 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.

Такая реклама не позволяет получить потребителям всю необходимую для осознанного выбора информацию и вводит в заблуждение относительно условий предоставления

скидки и условий кредита.

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.

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).

- контекстную рекламу с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi по сниженной цене. Реклама распространялась в апреле 2015 года в сети Интернет в поисковой системе Google. Из рекламы следует, что каждый потребитель, желающий приобрести автомобили Mitsubishi, сможет приобрести автомобиль по сниженной цене или получить скидку. Однако реклама вводит потребителей в заблуждение относительно возможности приобретения автомобилей Mitsubishi по сниженной цене. Информация о том, что снижении цен на автомобили Mitsubishi не предусматривалось, а скидка будет предоставляться только тем потребителям, которые приобретают автомобили Mitsubishi при условии заключения кредитного договора, выполнены формально. Таким образом, 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.

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.

- контекстную рекламу с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi и Hyundai Solaris с предложением к продаже автомобилей Mitsubishi и Hyundai Solaris на условиях кредитования по процентной ставке 0%, распространяемую в апреле 2015 года в сети Интернет в поисковых системах Google и Yandex.

В рекламе предлагается при покупке автомобилей воспользоваться кредитом и автокредитом с процентной ставкой 0%. Анализ рекламы показал, что в рекламе сообщаются недостоверные сведения о возможности получить кредит на условиях нулевой процентной ставки, а также стоимости кредита.

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. Кроме того, ГК РФ не предусматривает возможность предоставления кредитов на безвозмездной основе.

ООО «РОЛЬФ», как рекламодателю шести ненадлежащих рекламных эпизодов, выдано предписание об устранении нарушений Закона.