

Постановление
об административном правонарушении

№ 08-05-16/03

29 февраля 2016 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Попова Ирина Николаевна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), пункта 7 части 2 статьи 33 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 08-04-16/03 возбужденного в отношении ООО «Сервис Трейд» (ИНН 7723747460, ОГРН 1107746080738 от 21.04.2010, 107061 г. Москва, Площадь Преображенская, 8, этаж 16), свидетельствующие о нарушении требований часть 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управлением Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение гражданина <...> по факту распространения 31.08.2015 года в городе Мурманске, по проспекту Героев Североморцев рекламы магазина «ТехноСила» в виде баннера на рекламной конструкции: «с 18 августа по 14 сентября акция РАССРОЧКА 0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)- 24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru далее идет мелкий шрифт: «Рассрочка!» название акции в рамках которой с 18.08.2015 по 14.09.2015 в магазинах Техносила доступны для оформления кредиты по кредитному продукту «Без переплаты2014», условия кредитования: сумма кредита от 2500 до 600000руб.,срок кредита от 3 до 36 мес., процентная ставка от 6,90 до 42% годовых, первоначальный взнос от 0% до 70%, кредиты предоставляются «СЕТЕЛЕМ БАНК»ООО, лицензия банка России №2168 от 27.06.2013года. Предложение не является публичной офертой по смыслу гражданского законодательства РФ, вся информация об условиях кредитования действительна с 18.08.2015 по 14.09.2015г. Банк вправе отказать в предоставлении кредита без объяснения причин. Под переплатой понимается разница между стандартной розничной ценой товара и общей суммой денежных средств, подлежащих уплате по кредиту, при условии надлежащего исполнения обязательств по возврату кредита, без учёта последствий досрочного возврата, указанный размер переплаты достигается благодаря соразмерному снижению розничной цены товара. Информацию о товаре, участвующем в кредитовании, его количестве и о величине снижения цены, магазинах, участвующих в акции уточняйте у продавцов консультантов ООО «СЕРВИСТРЕЙД»(РФ, 107061, Москва, Преображенская пл. 8, этаж 16, ОГРН 1107746080738), Размер ежемесячного платежа при приобретении в кредит без первоначального взноса сроком на 24 месяца в рекламных макетах округлен до целого рубля.***без инея.» В рекламе размещено фото холодильника «ИНДЕЗИТ» с указанием Новинка! DFE4200W, No frost***, высота 2 м, 22999р 959р.**в месяц.

Из обращения гражданина следует, что увидев рекламу, он обратился в магазин «Техносила» в городе Мурманске по ул. Свердлова, д.19А с целью приобрести товар в рассрочку без первоначального взноса равными частями в течении 24 месяцев, как указано в рекламе. При оформлении чека на товар консультанты отправили покупателя оформлять оставшиеся документы к стойке, находящейся в магазине, банков партнеров. При оформлении Банком документов выяснилось, что банк предоставляет потребительский кредит на приобретенный товар по процентной ставке 36,8% годовых. Гражданин не смог приобрести указанный в рекламе товар на рекламируемых условиях в период проведения акции и считает, что реклама недобросовестная и ввела его в заблуждение.

В соответствии со статьей 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.

рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы, лицо;

объект рекламирования - 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;

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Частью 7 статьи 5 Закона предусмотрено, что 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.

Согласно Акту осмотра рекламы, рекламный баннер размером 18 кв.м. размещен на рекламной конструкции высотой 6-8 метров, в зоне зеленых насаждений вдоль проезжей части на проспекте Героев Североморцев, по стороне «Семеновского озера» в г. Мурманске.

Информация «Рассрочка 0-0-24 ТЕХНОСИЛА», холодильник «ИНДЕЗИТ» с указанием Новинка! DFE4200W, No frost***, высота 2 м, 22999р 959р.**в месяц., в рекламе выполнена крупным шрифтом, с использованием ярких цветовых акцентов и размещена в центре рекламного поля, занимает две третьих всего баннера.

В нижней части рекламы на темном фоне мелкими белыми буквами нанесен объемный текст.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а также свойств человеческого зрения, восприятие объемного текста рекламы условий акции и

кредитования, исполненного мелким шрифтом, было затруднено, что было отмечено Комиссией Мурманского УФАС России и понятой при осмотре рекламной конструкции и отражено в акте.

Реклама: «с 18 августа по 14 сентября акция РАССРОЧКА 0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru...» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и поддерживает интерес к магазину «Техносила» и его товарам и предложению «Рассрочка 0-0-24»; преследует строго заданные цели продвижение товаров магазина «Техносила» и проводимой магазином акции, побуждают посетить магазин «Техносила», предлагая товар (холодильник «Индезит») по привлекательной цене.

Объектами рекламирования являются:

- магазин «Техносила»,
- товар, предлагаемый магазином(холодильник Индезит);
- предложение «Рассрочка 0-0-24».

Согласно материалам дела ООО «Сервис Трейд»(Комиссионер) и ООО «Бизнес Про» (Комитент), заключили договор комиссии № 801-12/1 от 26.04.2010 г., из которого следует, что ООО «Сервис Трейд» осуществляет реализацию товара ООО «Бизнес Про», а также разрабатывает и определяет содержание рекламы(п.2.3.10 Договора). В свою очередь ООО «БизнесПро» оплачивает услуги изготовления и распространения рекламы, а также оплачивает вознаграждение Комиссионеру за оказанные услуги.

ООО «Бизнес Про» заключило договор №07-2015/А3 от 27.03.2015 и по 31.12.2015г с ООО «Эд оклок» на заключение последними сделок с третьими лицами в целях проведении рекламных компаний ООО «Сервис Трейд» (магазин «Техносила») в средствах массовой информации и на объектах наружной рекламы.

Согласно распоряжению дирекции по продажам ООО «Сервис Трейд» № 238 от 17.08.2015г «О проведении акции Каталог 8.2 «Рассрочка!»» с целью увеличения продаж на 20% к предыдущему периоду и привлечение покупателей в магазин сети определено провести рекламную акцию Каталог 8.2 «Рассрочка!» в период с 18.08.15 по 14.09.15, при этом разместить рекламу, как в самом магазине, так и в местах скопления людей.

По условиям дополнительного соглашения к договору№ 801-12/1 от 26.04.2010 г ООО «Сервис Трейд» в соответствии с проводимой в период с 18.08.2015 по 14.09.2015 акции «Рассрочка!» передает ООО «Бизнес Про» для размещения рекламные материалы.

Согласно Акту выполненных работ и отчету к договору №07-2015/А3 от 27.03.2015 Приложение №16 в августе работы по производству и размещению рекламных материалов формата 6х3 были исполнены в полном объеме без взаимных претензий.

Вместе с тем, ООО «СервисТрейд» заключило с ООО «Сетелем Банк» договор о

сотрудничестве № 0363/7700Q от 12.01.2015 по условиям которого, Банк предоставляет клиентам магазина денежные средства в качестве кредита необходимые для приобретения товара, путем зачисления суммы кредита на счет клиента, открытый в Банке, при этом условия предоставления кредита определяются Банком самостоятельно.

В дополнительном соглашении №1 к договору от 05.05.2015 определен список кредитных продуктов, в который входит продукт «Без переплаты 2014», указанный в рекламе.

ООО «Пропаганда Колокол» по договору № 40/2015 от 31.08.2015 обеспечила размещение и распространение рекламы заказчика ООО «Нота Медиа» на рекламной конструкции в виде баннера 6х3 в период 01.09.2015-30.09.2015 по проспекту Героев Североморцев (спуск от озера 102) в городе Мурманске.

Из пояснений ООО «Сервис Трейд» следует, что в целях увеличения продаж и привлечение покупателей в магазины сети Обществом было определено провести рекламную акцию «Рассрочка!» в период с 18.08.15 по 14.09.15. В акции принял участие ООО «Банк Сетелем», который предоставлял покупателям сети магазина «Техносила»(бренд компании ООО «Сервис Трейд») кредит на акционные товары по кредитному продукту «Без переплаты 2014». Обществом был определен список товаров входящих в акцию, на которую ООО «Сервис Трейд» предоставлял скидку 15%. Предложенная покупателем скидка от магазина «Техносила» на акционный товар перекрывала предполагаемую к выплате Банку сумму процентов по кредиту на этот товар, поэтому в рекламе и указано «Рассрочка». Банк получал от магазина свои проценты за выданный кредит, а покупатель равными частями оплачивал лишь стоимость приобретенного товара. Акция «Рассрочка» проводилась в городах России, где имеются магазины «ТехноСила», в том числе в г. Мурманске в двух магазинах, в один из которых на ул. Свердлова, д.19а и обратился гражданин, согласно заявлению.

По мнению ООО «Сервис Трейд», заявитель не представил кредитный договор и оформленные магазином документы на приобретения холодильника «Индезит», о котором идет речь в его обращении, поэтому трудно судить по какой причине в период акции «Рассрочка» гражданин не сумел приобрести необходимый ему товар на условиях акции, в администрацию магазина гражданин не обратился за разъяснениями.

Представитель Общества считает, что Общество не нарушило рекламное законодательство, так как рекламный текст содержал всю существенную информацию о товаре и об условиях его приобретения, что позволяло потребителю отличить финансовые услуги, оказываемые банком, от купли товаров в рассрочку.

Из рекламного текста следует, что рекламное полотно визуально разделено на части, где две третьих занимает информация выполненная крупным цветным шрифтом и размещена в центре рекламного полотна: «0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru...», сопровождаемая фотографией холодильника «ИНДЕЗИТ» с указанием «Новинка! DFE4200W, No frost***, высота 2 м, 22999р 959р.**в месяц», а одну треть занимает текст выполненный мелким черно-белым шрифтом, который раскрывает, что «Рассрочка!» название акции в рамках которой с 18.08.2015 по 14.09.2015 в

магазинах Техносила доступны для оформления кредиты «СЕТЕЛЕМ БАНК» ООО по кредитному продукту «Без переплаты 2014», указаны условия кредитования: сумма, срок кредита, колеблющаяся процентная ставка от 6,90 до 42% годовых, и первоначальный взнос от 0% до 70%. Под переплатой понимается разница между стандартной розничной ценой товара и общей суммой денежных средств, подлежащих уплате по кредиту, при условии надлежащего исполнения обязательств по возврату кредита, без учёта последствий досрочного возврата, указанный размер переплаты достигается благодаря соразмерному снижению розничной цены товара.

Таким образом, в одной рекламе содержится противоречивая информация о «рассрочке» и о банковском «кредите», причем, не изучив вторую часть рекламного текста, выполненный мелким шрифтом потребитель не сможет понять полный смысл рекламы и осознать, что фактически ему предлагается не рассрочка платежа на приобретенный в магазине «ТехноСила» товар, а банковский кредит на определенных условиях, по которым может меняться срок кредита, первоначальный взнос и процентная ставка.

В рекламе объем печатного текста весьма значителен и требует времени для прочтения.

Потенциальными потребителями рекламы являются пешеходы, водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в потоке движения, что также усложняет прочтение мелкого шрифта объемного текста условий акции и кредитования в короткий промежуток времени.

Кроме того, в материалах дела содержится письмо ООО «Сетелем Банк» в адрес партнера ООО «Сервис Трейд», в котором говорится, что годовая процентная ставка за пользование кредитом 15,39% годовых в рамках кредитного продукта «Без переплаты 2014» зависит от даты получения кредита, суммы кредита и от оценки платежеспособности клиента, произведенной Банком. Точный размер процентной ставки указывается в договоре.

Из анализа рекламы и письма Банка следует, что Банк определяет в каждом конкретном случае процентную ставку за пользование кредитом, которая зависит от платежеспособности клиента и иных факторов, соответственно конечная сумма приобретенного в кредит товара в магазине «ТехноСила» может увеличиваться за счет увеличения процентной ставки по полученному кредиту на приобретённый товар и скидка в 15%, предоставленная магазином на акционные товары не будет покрывать расходов покупателя по кредиту, что нельзя назвать рассрочкой.

Гражданин обратился в антимонопольный орган с заявлением на недобросовестную рекламу, т.к. не смог получить из рекламы полную информацию, в виду невозможности прочтения всего текста рекламы, а лишь увидел наиболее привлекательную часть рекламы, в которой говорилось о рассрочке и приводился пример продажи товара по привлекательной цене в рассрочку, мелкий шрифт рекламы был не доступен для прочтения. Ожидания покупателя были не оправданы такой рекламой, при оформлении кредита 31.08.2015 на желаемый товар в магазине «ТехноСила» в период проведения акции «Рассрочка» Банком был предложен заявителю процент годовой ставки по кредиту 36,8% годовых, что не устроило покупателя по цене и от покупки пришлось отказать. Реклама ООО «Сервис Трейд»: «0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.

(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru...» ввела заявителя в заблуждение.

Таким образом, рекламная информация о «Рассрочке» не соответствует действительности, т.к. фактически потребителю предлагается потребительский кредит «Без переплаты 2014» от ООО «Сетелем Банк» с изменяющимися условиями кредитования, которые при определенных условиях не покрывают расходы покупателя 15% скидкой магазина «Техносила».

Несмотря на формальное наличие в рекламе условий кредита, наименование банка, и информации о том, что «Рассрочка» это название акции, форма представления сведений была такова, что они не воспринимались потребителями.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера рекламной конструкции и шрифта текста рекламы, а также его местоположения), свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его стоимости и приобретении, качестве и потребительских свойствах.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

По смыслу комментируемой нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о продавце товаров, услуг, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы.

Отсутствие в рекламе существенной части информации об условиях приобретения товара, позволяющей покупателю определить фактические расходы и оценить свои риски, приобретая товар по акции «рассрочка», путем банковского кредитования, приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей.

Таким образом установлено, что реклама: «с 18 августа по 14 сентября акция РАССРОЧКА 0 руб.(переплата)- 0% (первоначальный взнос)-24мес.(период).ТЕХНО СИЛА.tehnosila.ru.... далее идет мелкий шрифт», размещённая 31.08.2015 и 01.09.2015 в виде наружного баннера в городе Мурманске, по проспекту Героев Североморцев не отвечает требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе и является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона возложена на рекламоателя.

Согласно материалам дела определило содержание и объект рекламирования общество с ограниченной ответственностью «СервисТрейд».

Рекламодателем является ООО «СервисТрейд» (ИНН 7723747460, ОГРН 1107746080738 от 21.04.2010, 107061 г. Москва, Площадь Преображенская, 8, этаж 16).

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП).

Санкцией за данное административное правонарушение является наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста до пятисот тысяч рублей.

Рекламодатель, иницируя рекламную кампанию, стимулирует интерес потребителей к своим товарам/услугам, поддерживает заинтересованность в них, влияя в целом на продвижение реализуемых товаров/услуг на рынке, при этом должен соблюдать обязательные требования рекламного законодательства.

О вине ООО «СервисТрейд» в допущенном правонарушении свидетельствует тот факт, что у него имелась возможность соблюсти требования Закона о рекламе, но он не предпринял все зависящие от него меры по их соблюдению, не проявил осмотрительность и распространил рекламу с нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Доказательства Общества, подтверждающие отсутствие реальной возможности соблюдать требования действующего законодательства о рекламе с целью предотвращения совершения административного правонарушения, в материалах дела отсутствуют.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьями 4.2 и 4.3 КоАП РФ не установлено.

При назначении административного наказания должностным лицом учтены фактические обстоятельства дела, отсутствие отягчающих и смягчающих ответственность обстоятельств.

С учётом приведённых обстоятельств, в рассматриваемом случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в пренебрежительном отношении ООО «СервисТрейд» к формальным требованиям публичного права, а именно, к исполнению своих публично-правовых обязанностей в сфере соблюдения требований действующего законодательства в области рекламы.

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 полных сведений и условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а

соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Рекламное законодательство устанавливает пресечение фактов ненадлежащей рекламы, тем самым обеспечивая интересы потребителей рекламной продукции и защищая общепринятые нормы морали и нравственности.

Соблюдение требования законодательства о рекламе направлено, прежде всего, на защищенность граждан, как одного из основных конституционных принципов, закрепленных в статье 2 Конституции Российской Федерации.

ООО «СервисТрейд» уведомлен о рассмотрении дела надлежащим образом, Определение о времени и месте рассмотрения дела получено ООО «СервисТрейд» 17.02.2016г. (почтовое уведомление о вручении № 18301695119312), письменных ходатайств и дополнительных пояснений в адрес антимонопольного органа не поступало.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ

Признать виновным ООО «СервисТрейд» в совершении нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ наложить на ООО «СервисТрейд» штраф в размере 110 000 (ста десяти тысяч) рублей.

Сумму штрафа надлежит уплатить в соответствующий бюджет:

Получатель УФК по Мурманской области (Мурманское УФАС России л/с04491195250) ИНН/КПП 5191501854/519001001.

Расчетный счет 40101810000000010005 в ОТДЕЛЕНИЕ МУРМАНСК Г.МУРМАНСК БИК 044705001.

Код платежа 16111626000016000140 «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подаётся в суд в порядке, предусмотренном главой 30 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Заместитель руководителя управления Попова И.Н.