

## РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/39

17 марта 2016 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – руководитель управления;

Члены Комиссии:

<...> – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 4-05/39 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы окон и балконов с 50% скидкой с нарушением требований пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии <...>.- представитель ИП <...>.;

заявитель на рассмотрение дела не явился, о дате, месте и времени рассмотрения дела извещен надлежащим образом,

### УСТАНОВИЛА:

В Хабаровское УФАС России поступило заявление (от 04.02.2016 № 4/1120) о нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы о предоставлении 50% скидки на окна.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что с 25.01.2016 по 10.02.2016 на автобусных билетах в количестве 120 000 шт. в автобусах маршрутов № 4, 8, 11, 15, 23, 34, 49, 14, 24, 25, 29, 56, 35 распространялась реклама следующего содержания «Компания «Окна Лидер» ул. Краснореченская, 44, оф. 45, www.Oknalider27.ru Только зимой окна и балконы со скидкой 50%. 41-53-95 звоните 25-09-02».

Заявительница, ознакомившись с рекламой, изучив указанный сайт, решила воспользоваться выгодным для себя рекламным предложением.

Однако при уточнении подробностей акции сотрудник компании объяснила, что скидка предоставляется только на изделие (оконный блок со стеклопакетом) и монтаж изделия, а на подоконник, откосы, отливы скидка не предоставляется.

По мнению заявителя, реклама недостоверна и вводит потребителей в заблуждение относительно полной стоимости окна.

Современные строительные словари, размещенные на информационном строительном портале «Стройинформ», трактуют термин окно как элемент стеновой или кровельной конструкции, предназначенный для сообщения внутренних помещений с окружающим пространством, естественного освещения помещений, их вентиляции, защиты от атмосферных, шумовых воздействий и состоящий из оконного проема с откосами, оконного блока, системы уплотнения монтажных швов, подоконной доски, деталей слива и облицовок.

Толкование слова «окно», данное в словаре Ожегова: «цветы на окне (на подоконнике), Сесть на окно (на подоконник)» так же свидетельствует, что понятие «окно» включает в себя все комплектующие и элементы отделки, а не только оконный блок.

В соответствии с межгосударственным стандартом «Блоки оконные». Общие технические условия» (ГОСТ 23166-99, группа Ж 32) окно – это элемент стеновой или кровельной конструкции, предназначенный для сообщения внутренних помещений с окружающим пространством, естественного освещения помещений, их вентиляции, защиты от атмосферных, шумовых воздействий и состоящий из оконного проема с откосами, оконного блока, системы уплотнения монтажных швов, подоконной доски, деталей слива и облицовок.

То есть, в соответствии с ГОСТом в понятие «окно» входят перечисленные комплектующие и элементы отделки окна.

Таким образом, обычаи делового оборота, потребительская практика, подтверждают, что в понятие «окно» входят все установленные ГОСТом комплектующие.

Вместе с тем, компания «Окна лидер» предоставляет скидку не на окно, а на оконное изделие (оконный блок со стеклопакетом). Согласно представленным ИП <...> пояснениям и документам, с 25.01.2016 г. по 29.02.2016 г. скидка 50% распространялась на оконные изделия и изделия для остекления балконов.

Таким образом, рекламная информация о том, что в компании «Окна лидер», скидка в размере 50 % предоставляется на окно и на балкон, не соответствует действительности. Согласно пункту 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.

Поскольку реклама акции направлена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является информация не только привлекательная для потребителя, но и способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе какой-

либо существенной части информации об акции приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение стать участником рекламируемой акции.

Отсутствие в рекламе сведений, о том, что скидка не предоставляется на откосы, подоконник, отливы (либо, что скидка предоставляется на оконный блок, изделия для остекления балконов) искажает смысл информации, так как не дает потребителям рекламы верного, соответствующего действительности представления об условиях приобретения товара со скидкой и вводит потенциальных покупателей в заблуждение, поскольку не позволяет им, руководствуясь тестом рекламы, обоснованно, с учетом своих возможностей, принять решение о необходимости приобретения товара на предложенных условиях оплаты либо отказаться от этого.

Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемой акции ведет к неоправданным ожиданиям названного лица и вводит потребителя в заблуждение относительно полной стоимости товара (окна).

В соответствии с требованиями части 7 статьи 5 ФЗ «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 ходе рассмотрения дела <...> не согласилась с выявленным нарушением, пояснив, что рекламируемая акция действовала до 25.01.2016 г., а заявитель обратился в начале февраля 2016 г., в период действия акции о 50% скидке на оконные изделия и изделия для остекления балконов.

Билеты с рекламой должны были быть распространены до 19.01.2016 г.

Данный довод отклоняется Комиссией по следующим основаниям.

Согласно п.п. 2.3.2 договора № 169/15/Б о размещении рекламы заказчика, заключенного между И.П. <...> и ООО «Первое транспортное телевидение», период распространения рекламы длится до полного распространения билетов и не может быть определен с точностью до дня.

Кроме того, в рекламе указан срок действия акции - зима, следовательно, независимо от того, какого числа потребитель приобрел билет с рекламой, он имел право на получение скидки на окно и балкон в течение всей зимы.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Рекламодателем указанной рекламы является ИП <...>

Данный факт подтверждается письмом ООО «Первое транспортное телевидение» (исх. от 12.02.2016 № 08), договором № 169/15Б, заключенным между ООО «Первое транспортное телевидение» и ИП <...>., актом выполненных работ № 169 от 31.12.2015, приходным кассовым ордером от 24.12.2015 г.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ««Компания «Окна Лидер» ул. Краснореченская, 44, оф. 45, [www.Oknalider27.ru](http://www.Oknalider27.ru) Только зимой окна и балконы со скидкой 50%. 41-53-95 звоните 25-09-02», размещенную ИП <...> на автобусных билетах, поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с окончанием срока распространения рекламы.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 17 марта 2016 года.

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