

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии -	заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна,
Члены Комиссии -	заместитель начальника – Алимova Елена Владимировна главный специалист-эксперт – Огородова Людмила Вадимовна

рассмотрев дело № 18-03-5-02/447, возбужденное в отношении ООО «Доступные окна» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения недостоверной рекламы: *«Акция окно за 3000 рублей распространяется на заказы окна из профиля Rehau (Рехау) на условиях оплаты в рассрочку до 2-х лет без переплат, при совместном заказе подоконника от МЁЛЛЕР (производитель – ЗАО «Мёллер), стоимость подоконника от 27 000 руб. Предложение действует с ... 2018 г. по .. 2018 г. Оплата производится ежемесячно в кассу организации – ООО «Доступные окна». **Рассрочка предоставляется ООО «Доступные окна», без участия кредитных организаций. Подробности по телефонам г. Волжский (8443)20-7777, г. Волгоград (8442)59-8888, 43-8888. Количество товара ограничено.** Звуковое содержание рекламного ролика: «Акция! Закажи окна за 3000 рублей. Волжский 20-7777. Волгоград 59-8888»* в региональном (Волгоградская область) эфире следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Телеканал «Россия» (Россия-1), «Петербург–5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», «Телеканал REN-TV», «Национальная телевизионная компания ЗВЕЗДА» (НТК Звезда), Комиссия

в присутствии представителя по доверенности от ООО «Доступные окна» Фоминой С.А.,

### **УСТАНОВИЛА:**

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по

собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

В Волгоградское УФАС России поступило заявление от гражданки Г.О.М. (вх. № 3774 от 07.05.2018) с жалобой на нарушение Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в недостоверной, по мнению заявителя, рекламе окон от компании ООО «Доступные окна».

Г.О.М. в своем заявлении указывает, что в марте 2018 года увидела в эфире регионального телевидения рекламу компании ООО «Доступные окна» с предложением услуг по установке пластиковых окон за 3000 рублей. Заявитель, привлеченный слоганом «окно за 3000 рублей», записалась на замер окон по указанному в рекламе номеру телефону и заключила договор с ООО «Доступные окна» от 19.03.2018 № 77-735-0318. При заключении договора, по словам Г.О.М., сотрудники ООО «Доступные окна» ввели заявителя в заблуждение относительно цены товара, обещали сделать большую скидку и оказывали моральное давление для того, чтобы договор был подписан. Сумма, предусмотренная договором, была оплачена частично при заключении договора наличными сотрудникам на дому в размере 15000 рублей.

Для оплаты стоимости работ у ООО «Доступные окна» также был оформлен потребительский кредит, сроком на 36 месяцев в банке «Ренессанс Кредит». Заявитель указывает, что при этом в рекламе изначально указывалось, что товар можно приобрести в рассрочку именно у самой компании ООО «Доступные окна» без оформления кредита.

Договор купли-продажи был напечатан мелким, слабо читаемым шрифтом, поэтому заявитель обратила внимание на окончательную стоимость (184800 со скидкой) не сразу. Заявитель утверждает, что если бы сотрудники ООО «Доступные окна» при заключении договора прямо огласили стоимость товара, то договор она бы заключать не стала.

Г.О.М. 17.04.2018 обратилась в службу контроля качества ООО «Доступные окна». В ответ ей сообщили о том, что ООО «Доступные окна», по их мнению, выполнили со своей стороны все обязательства перед Г.О.М. Однако на приеме у заместителя руководителя Волгоградского УФАС России 16.05.2018 Г.О.М. сообщила, что купленные окна по размеру не подошли, поэтому стоят в гараже.

Позднее в Волгоградское УФАС России поступило аналогичное заявление от гражданина Г.А.В (вх. № 3774 от 07.05.2018), перенаправленное Управлением Роспотребнадзора по Волгоградской области также с жалобой на действия ООО «Доступные окна».

В заявлении указывалось, что в марте 2018 года Г.В.Г., привлеченный рекламой на региональном телевидении «Закажи окно за 3000 рублей», распространяемой ООО «Доступные окна», обратился по адресу ТЦ «Стройград»: г. Волгоград, пр. Ленина, д. 65К, где заключил договор с ООО «Доступные окна» № 77-763-0318 от 22.03.2018, а также 23.03.2018 договор на получение потребительского кредита на карте «#вместоденег» с АО «Альфа-Банк» на сумму 100900 рублей (договора у заявителя нет).

Г.А.В. также как и Г.О.М. при заключении договора заплатил наличными 3000 рублей, по его мнению, сумму за одно маленькое окно, но оказалось, что данная сумма является всего лишь предоплатой.

Как уверяет заявитель, сотрудники Общества торопились и не дали достаточного времени для ознакомления с договором.

Волгоградским УФАС России был направлен запрос в АО «Регион Медиа» (исх. № 02-12/3315 от 23.05.2018) с просьбой предоставить информацию о том, размещалась ли ими спорная реклама услуг по изготовлению и установке пластиковых окон от ООО «Доступные окна» примерного содержания «Закажи окно за 3000 рублей» с начала 2018 года.

В ответ на запрос АО «Регион Медиа» (вх. № 4620 от 01.06.2018) сообщило, что рекламодателем рекламы по установке окон и балконов является ООО «Доступные окна».

Спорные телевизионные рекламные ролики распространялись с 1 марта по 06 мая 2018 года включительно в региональном (волгоградском) эфире следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Телеканал «Россия» (Россия-1), «Петербург-5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», «Телеканал REN-TV», «Национальная телевизионная компания ЗВЕЗДА» (НТК Звезда).

Содержание рекламных роликов, распространявшихся в марте 2018 года: *«Акция окно за 3000 рублей распространяется на заказы окна из профиля Rehau (Рехау) на условиях оплаты в рассрочку до 2-х лет без переплат, при совместном заказе подоконника от МЁЛЛЕР (производитель – ЗАО «Мёлмер), стоимость подоконника от 27 000 руб. Предложение действует с ... марта 2018 г. по .. марта 2018 г. Оплата производится ежемесячно в кассу организации – ООО «Доступные окна». **Рассрочка предоставляется ООО «Доступные окна», без участия кредитных организаций. Подробности по телефонам г. Волжский (8443)20-7777, г. Волгоград (8442)59-8888, 43-8888. Количество товара ограничено».***

Звуковое содержание рекламного ролика: *«Акция! Закажи окна за 3000 рублей. Волжский 20-7777. Волгоград 59-8888».*

**На основании полученной информации, в отношении ООО «Доступные окна» определением от 09 июня 2018 г. было возбуждено производство по делу № 18-03-21-02/447 по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.**

На заседание Комиссии 02.08.2018 ООО «Доступные окна» не представило письменных объяснений, явку представителя не обеспечило. Общество уведомлено надлежащим образом (юр. адрес, указанный в ЕГРЮЛ по состоянию на 03.07.2018 ул. 12-я линия (Химик СНТ), д.39, г. Волжский, 404113).

Заявитель Г.А.В. подтвердил заявленные требования, указал, что в результате введения в заблуждения рекламой и в последствии при продаже товара со стороны ООО «Доступные окна», он подписал договор на изготовление одного стандартного 3-х створчатого окна по чрезмерно завышенной цене (109 т.р.). Заявитель также указал на то, что по факту нарушения его прав как потребителя им направлено заявление в Управление Роскомнадзора по Волгоградской области, кроме того, по признакам мошенничества со стороны ООО «Доступные окна» направлено заявление в правоохранительные органы. Также готовится иск в суд с жалобой на нарушение его прав как потребителя и требованием о расторжении договора с ООО «Доступные окна». Также заявитель подтвердил, что видел по телевидению именно ту рекламу, которая указана в определении о возбуждении.

На заседании комиссии 29.08.2018 заявитель Г.О.М. подтвердила сведения, указанные в заявлении, сообщила, что ООО «Доступные окна» (ОГРН 1173443023027), с которым она заключила договор, не устранило недостатки. Окна, поставленные компанией, заявительница устанавливала с привлечением другой организации за дополнительные 25 тыс. руб. Заявлений в суд не подавала, хотя считает себя обманутой.

Заявитель Г.О.М. подтвердила ранее заявленные требования, указала, что в результате введения в заблуждения рекламой и в последствии при продаже товара со стороны ООО «Доступные окна», она подписала договор на изготовление 5-ти окон по чрезмерно завышенной цене (244 т.р.). Также заявитель подтвердила, что видела по телевидению именно ту рекламу, которая указана в определении о возбуждении.

На заседание Комиссии 01.10.2018 ООО «Доступные окна» (ОГРН 1153435006010) представило письменные и устные объяснения:

Ролик с указанным выше содержанием не распространялся ООО «Доступные окна» (ОГРН 1153435006010) в 2018 году, так как в декабре 2017 года ООО «Доступные окна» (ОГРН 1153435006010) расторгло единственный договор № М-170215-0015ВЛГ от 15.02.2017, заключенный АО «Регион Медиа» (телевидение). ООО «Доступные окна» (ОГРН 1153435006010), по словам представителя, не ведет деятельность с начала 2018 года.

В ходе рассмотрения дела выяснилось, что оба заявителя действительно заключили договоры с ООО «Доступные окна», как и указывалось в рекламе, однако на момент заключения (март 2018) на территории Волгоградской области под одинаковыми наименованиями вели свою деятельность две компании ООО «Доступные окна» (ОГРН 1153435006010, данных о ликвидации Общества нет) и ООО «Доступные окна» (ОГРН 1173443023027, в мае 2018 года было переименовано в ООО «Качественные окна» адрес регистрации пр-т им. Ленина, д. 75, пом. 1, г. Волжский, 404110). Причем ООО «Доступные окна» (ОГРН 1153435006010) как известно антимонопольному органу из ранее рассмотренного дела № 18-03-5-02/69 от 22.05.2018 также как и ООО «Качественные окна» было зарегистрировано по адресу пр-т им. Ленина, д. 75, пом. 1, г. Волжский, 404110.

Комиссия пришла к выводу о необходимости привлечения в качестве лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения п. 4 ч. 3, ч. 7 ст. 6 ООО «Качественные окна» (ОГРН 1173443023027 ИНН/КПП 3435132022/343501001 пр-т им. Ленина, д. 75, пом. 1, г. Волжский, 404110).

На заседании Комиссии 17.09.2018 представитель ООО «Доступные окна» ходатайствовал об отложении рассмотрения дела.

ООО «Качественные окна» явку представителя на заседание Комиссии не обеспечило, письменные объяснения и запрошенные документы поступили в подразделение Управления, обеспечивающее рассмотрение дел о нарушении рекламного законодательства, после заседания Комиссии. ООО «Качественные окна» на вопросы, указанные в определении сообщил следующее:

Спорный рекламный ролик вышеуказанного содержания длительностью 5 секунд распространялся Обществом в период с 01.03.2018 по 06.05.2018 и в период с 11.06.2018 по 15.07.2018 (разница между роликами в наименовании организации в связи с переименованием).

Рекламный ролик идентичного содержания распространяется Обществом с 21.08.2018 по настоящее время, однако длительность его составляет 10 секунд.

Ролик распространяется на территории Волгограда и Волгоградской области в региональном (Волгоградская область) эфире следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Телеканал «Россия» (Россия-1), «Петербург-5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», «Телеканал REN-TV», «Национальная телевизионная компания ЗВЕЗДА» (НТК Звезда), ЭСМИ «Первый развлекательный СТС», «Телекомпания НТВ».

Как указано ООО «Качественные окна», возможность приобрести окно за три тысяч рублей, на условиях оплаты в рассрочку, предоставлялась и предоставляется ООО «Качественные окна» при заказе изделий из профиля

Rehau, при заказе подоконника от ЗАО «Меллер», стоимостью от 27000 рублей. Это было четко сформулировано в ролике. Ролик направлен на стимулирование продаж именно подоконников от ЗАО «Меллер», т.к. они не являются особенно востребованными.

- о рекламе, по мнению представителя ООО «Качественные окна», в принципе не регламентирует размер, вид или цвет шрифтов в рекламных плакатах и макетах рекламодателя.

ООО «Качественные окна» распространялся видео ролик (непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров), который ориентирован на просмотр, а не на прослушивание. В этом ролике, доступным к восприятию шрифтом, одним цветом, без акцентов на отдельные моменты, до потребителя была доведена полная и существенная информация о рекламируемых товарах и услугах, т.е. информация о возможности приобрести окно за три тысячи рублей из профиля Rehau с возможностью оплаты в рассрочку при условии заказа к данному окну подоконника от ЗАО «Меллер», стоимостью от 27 000 рублей. Шрифт и цвет текста в ролике не мелкий, не размытый или бесцветный, хорошо читаемый. Дополнительно ролик был оснащен звуковым сопровождением: «Акция! Закажи окно за 3000 рублей Волжский 20-7777, Волгоград (8442)59-8888, 43-8888».

Объектом рекламирования являлся комплекс услуг по продаже окон из профиля Rehau и подоконников от Меллер с их доставкой и установкой.

В период с 01.03.2018 года по настоящее время ООО «Качественные окна» было заключено 15 договоров на продажу и установку (в некоторых случаях, по желанию потребителя, только на продажу) окон из профиля Rehau за три тысячи рублей на условиях оплаты в рассрочку, при условии заказа с указанными конструкциями подоконников от ЗАО «Меллер» стоимостью 27000 рублей.

Комиссия пришла к выводу, что с целью получения полной и всесторонней информации по данному делу, необходимо привлечь в данное дело в качестве лица, обладающего информацией, рекламодателя спорных рекламных роликов - АО «Регион Медиа».

На заседание Комиссии 01.10.2018 представитель ООО «Доступные окна» представила дополнительные письменные объяснения и документы:

ООО «Доступные окна» не ведет хозяйственной деятельности по продаже и установке окон с начала 2018 года, договоры с гражданами по продаже окон не заключались.

Договор на предоставление услуг связи № E10603932 от 01.03.2017 года, по телефонным номерам, указанным в рекламном ролике, расторгнут ООО «Доступные окна» с 01.01.2018 года и данные номера с указанной даты

Обществом не использовались. В период использования Обществом телефонных номеров, данные номера никому в аренду не передавались и никем кроме Общества не использовались.

Договор аренды помещения, расположенного по адресу г. Волжский, пл. Ленина, д. 75 расторгнут 31.12.2017 года. Договор аренды помещения по адресу г. Волгоград, пр. Ленина, д. 65К также расторгнут 20.12.2017. С 31.12.2018 ООО «Доступные окна» по указанным адресам деятельность не вело.

ООО «Качественные окна» явку представителя не обеспечило, письменно подтвердило ранее представленные объяснения в части текстов и периода размещения спорных рекламных роликов.

На заседание Комиссии 15.10.2018 АО «Регион Медиа» представило письменные объяснения:

Согласно Договору № РРМ-180115-0009ВЛГ от 15.01.2018 г., рекламодателем вышеуказанной рекламы является ООО «Доступные окна», ОГРН 1173443023027 (адрес: 404110, Волгоградская обл., г. Волжский, проспект им. Ленина, д. 75, пом. 1).

Реклама ООО «Доступные окна» с текстом, указанным в запросе, а именно: «Акция Окно за 3 000 рублей распространяется на заказы окна из профиля Rehau (Рехау) на условиях оплаты в рассрочку до 2-х лет без переплат, при совместном заказе подоконника от МЁЛЛЕР (производитель - ЗАО «Мёллер»), стоимость подоконника от 27 000 руб. Предложение действует с ... 2018 г. по ... 2018 г. Оплата производится ежемесячно в кассу организации - ООО «Доступные окна». Рассрочка предоставляется ООО «Доступные окна», без участия кредитных организаций. Подробности по телефонам г. Волжский (8443)20-7777, г. Волгоград (8442)59-8888, 43-8888. Количество товара ограничено». Звуковое содержание рекламного ролика: «Акция! Закажи окно за 3000 рублей. Волжский 20-7777. Волгоград 59-8888» размещалась в региональном эфире (Волгоградская область) следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного телеканала «Первый канал», «Телеканал «Россия» (Россия-1)», «Петербург - 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», «Телеканал REN-TV», «Национальная телевизионная компания «ЗВЕЗДА» (НТК ЗВЕЗДА), «ТНТ», «ТВ-3 Россия» с 01 мая 2018 года по 01 октября 2018 года.

АО «Регион Медиа» также сообщило, что с 22 мая 2018 года ООО «Доступные окна» изменило наименование на ООО «Качественные окна».

**Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения представителей, установила следующее.**

Материалами дела подтверждается распространение в г.Волгограде в период с 01 мая 2018 года по октябрь 2018 в региональном эфире (Волгоградская область) следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного телеканала «Первый канал», «Телеканал «Россия» (Россия-1)», «Петербург - 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», «Телеканал REN-TV», «Национальная телевизионная компания «ЗВЕЗДА» (НТК ЗВЕЗДА), «ТНТ», «ТВ-3 Россия» телевизионных рекламных роликов следующего содержания:

*«Акция Окно за 3 000 рублей распространяется на заказы окна из профиля Rehau (Рехау) на условиях оплаты в рассрочку до 2-х лет без переплат, при совместном заказе подоконника от МЁЛЛЕР (производитель - ЗАО «Мёллер»), стоимость подоконника от 27 000 руб. Предложение действует с ... 2018 г. по ... 2018 г. Оплата производится ежемесячно в кассу организации - ООО «Доступные окна». Рассрочка предоставляется ООО «Доступные окна» (с мая 2018 года указано - ООО «Качественные окна»), без участия кредитных организаций. Подробности по телефонам г. Волжский (8443)20-7777, г. Волгоград (8442)59-8888, 43-8888. Количество товара ограничено». Звуковое содержание рекламного ролика: «Акция! Закажи окна за 3000 рублей. Волжский 20-7777. Волгоград 59-8888»*

В период распространения рекламы ее содержание незначительно изменялась, продолжительность вариантов ролика 5 и 10 секунд. Ни в одном из вариантов ролика условие о применении акции только при заказе подоконника от 27000 рублей не включалось в звуковое сопровождение. В отдельные периоды распространения рекламы (июль – октябрь 2018) условия о применении акции только при заказе подоконника от 27000 рублей демонстрировалось в виде текста на экране в первые 5 секунд ролика.

В соответствии с п.1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), реклама – это 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Объектом рекламирования выступают пластиковые окна от компании ООО «Качественные окна».

В соответствии с п. [4 ч. 3 ст. 5](#) 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.*

Целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (пластиковые окна, подоконники), реализуемые ООО «Качественные окна».

В соответствии с п. [4 ч. 3 ст. 5](#) 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.

Согласно ч. 7 ст. 5 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 рассматриваемой телевизионной рекламе тексты «Окно за 3000 рублей» (выделен дополнительно розовым цветом) и «Рассрочка предоставляется ООО «Доступные окна» (переименовалось в «Качественные окна») исполнены более крупным шрифтом.

При этом письменный текст «Акция окно за 3000 рублей распространяется на заказы окна из профиля Rehau (Рехау) на условиях оплаты в рассрочку до 2-х лет без переплат, при совместном заказе подоконника от МЁЛЛЕР (производитель – ЗАО «Мёллер), стоимость подоконника от 27 000 руб. Предложение действует с ... по ... Оплата производится ежемесячно в кассу организации – ООО «Доступные окна». Рассрочка предоставляется ООО «Доступные окна», без участия кредитных организаций. Подробности по телефонам г. Волжский (8443)20-7777, г. Волгоград (8442)59-8888, 43-8888. Количество товара ограничено» исполнен гораздо более мелким шрифтом по сравнению с остальной информацией «Окно за 3000 рублей»

В звуковом сопровождении рекламного ролика полностью отсутствует информация о том, что акция «Окно за 3000 рублей» действует только при совместном заказе окон из профиля «Рехау» и подоконника от производителя ЗАО «Мёллер» стоимостью от 27 000 рублей. Потребители могут воспринять данную информацию исключительно посредством прочтения текста.

Общее количество знаков письменного текста в рекламе – 612.

Ролик длится 5 секунд, имеются незначительно отличающиеся варианты ролика продолжительностью 10 секунд.

Согласно исследованиям скорости чтения взрослого человека («Техника быстрого чтения» Кузнецов О.А., Л.Н. Хромов, Москва, «Книга» 1983), скорость

чтения бывает низкой (900 знаков в минуту и менее), *средней (1500 знаков в минуту)*, высокой (3300 знаков в минуту) и очень высокой (более 3300 знаков в минуту).

Таким образом, для потребителей с низкой скоростью чтения необходимо более 40 секунд, чтобы прочитать текст с нормальной величиной букв с количеством знаков 612 (расчет  $(612 \cdot 60) / 900$ ).

Для потребителей со *средней скоростью чтения* необходимо 24 секунды (расчет  $(612 \cdot 60) / 1500$ ).

Для потребителей с высокой скоростью чтения необходимо – 11 секунд (расчет  $612 \cdot 60 / 3300$ ).

Как указывалось выше, в отдельные периоды распространения рекламы (июль – октябрь 2018) условия о применении акции только при заказе подоконника от 27000 рублей демонстрировалось в виде текста на экране в *первые 5 секунд* ролика (примерно 280 знаков текста). В данном случае, потребителю со *средней скоростью чтения* потребовалось бы 11 секунд для полного прочтения данного объема текста (расчет  $280 \cdot 60 / 1500$ ). Соответственно, для потребителей с низкой скоростью чтения – более 19 секунд, а для обладающих высокой скоростью чтения – 5,1 секунд.

Таким образом, обычные потребители-телезрители, не обладающие техникой скорочтения, во всех случаях не могут прочитать за время прохождения ролика (5 или 10 секунд) весь написанный текст.

Кроме того, мелкий шрифт дополнительно усложняет прочтение информации. Следовательно, текст написанный мелким шрифтом, в частности существенная информация о том, что акция «Окно за 3000 рублей» действует только при совместном заказе окон из профиля «Рехау» и подоконника от производителя ЗАО «Мёллер» стоимостью от 27 000 рублей, не доведена до потребителей в доступном для восприятия виде.

Фактически объектом рекламирования выступают именно изделия стоимостью 3000 рублей и условия их приобретения, данная информация является существенной для потребителя, так как именно совместный заказ окна из профиля «Рехау» и подоконника от производителя ЗАО «Мёллер» стоимостью от 27 000 рублей, дает потребителю возможность приобрести окна за 3000 рублей.

В условиях недоведения в надлежащем виде до потребителей данной существенной информации смысл рекламы искажается.

В п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что 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 предупреждающих надписей, обязательных сведений или 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 ([ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе).

Выполнение всех условий акции влияет на итоговую цену на товар (пластиковые окна) для потребителя. Цена на товар – один из ведущих факторов конкурентной борьбы, указание на конкретную низкую цену товара привлекает внимание потребителей к объекту рекламирования и способно сформировать интерес потребителей к рекламируемому товару. Данная информация является существенной для потребителя. В отсутствие данной информации (а равно в условиях ее не доведения в доступном для восприятия виде) искажается смысл информации и потребители вводятся в заблуждение.

Таким образом, при формальном присутствии в рекламе указания на условия приобретения окна за 3000 рублей - такие, выбранные самим рекламодателем и рекламораспространителем характеристики рекламы, как размер используемого шрифта, длительность ролика, количество текста не позволяют потребителям воспринимать всю существенную информацию о рекламируемом товаре и условиях его приобретения со скидкой, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение.

Размер скидки и то на какой товар она применяется, влияет на итоговую цену на товар (пластиковые окна и балконы) для потребителя.

Цена на товар – один из ведущих факторов конкурентной борьбы, указание на конкретный размер скидки привлекает внимание потребителей к объекту рекламирования и способно сформировать интерес потребителей к рекламируемому товару.

Информация о том, какие именно условия нужно выполнить для того чтобы приобрести окно на 3000 рублей, является информацией о рекламируемом товаре и условиях его приобретения. Данная информация является существенной для потребителя. В отсутствие данной информации (а равно в условиях ее не доведения в доступном для восприятия виде) искажается смысл информации (как будто на все окна Общества применяется скидка) и потребители вводятся в заблуждение.

На существенность данной информации и введение в заблуждение

потребителей указывает также и заявители по данному делу. Не заметив, не восприняв информацию, указанную мелким шрифтом, они поняли рекламу таким образом, что окно может приобрести за 3000 рублей без каких-либо дополнительных условий.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушения п. [4 ч. 3 ст. 5](#), ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение п. [4 ч. 3 ст. 5](#), ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Пунктом 5 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Волгоградским УФАС установлено, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Качественные окна» (ОГРН 1173443023027 ИНН/КПП 3435132022/343501001 пр-т им. Ленина, д. 75, пом. 1, г. Волжский, 404110), рекламодателем АО «Регион Медиа» (ОГРН 1027700294071 ИНН/КПП 7731200745/773101001 ул. Академика Павлова, д. 25, г. Москва, 121359).

Комиссия, исходя из представленной в материалах дела информации, сделала вывод о том, что рекламодатель имеет возможность совершить действия, направленные на прекращение распространения ненадлежащей рекламы, поэтому Комиссия считает возможным выдать предписание о прекращении нарушения также рекламодателю – АО «Регион Медиа».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу: «Акция Окно за 3 000 рублей распространяется на заказы окна из профиля Rehau (Rehau) на условиях оплаты в рассрочку до 2-х лет без переплат, при совместном заказе подоконника от МЁЛЛЕР

(производитель - ЗАО «Мёллер»), стоимость подоконника от 27 000 руб. Предложение действует с ... 2018 г. по ... 2018 г. Оплата производится ежемесячно в кассу организации - ООО «Доступные окна». Рассрочка предоставляется ООО «Доступные окна» (с мая 2018 года ООО «Качественные окна»), без участия кредитных организаций. Подробности по телефонам г. Волжский (8443)20-7777, г. Волгоград (8442)59-8888, 43-8888. Количество товара ограничено». Звуковое содержание рекламного ролика: «Акция! Закажи окна за 3000 рублей. Волжский 20-7777. Волгоград 59-8888», размещаемую в региональном эфире (Волгоградская область) следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного телеканала «Первый канал», «Телеканал «Россия» (Россия-1)», «Петербург - 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», «Телеканал REN-TV», «Национальная телевизионная компания «ЗВЕЗДА» (НТК ЗВЕЗДА), «ТНТ», «ТВ-3 Россия» с мая 2018 года по октябрь 2018 года, ненадлежащей, нарушающей требования п. [4 ч. 3 ст. 5](#), ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства: ООО «Качественные окна» (ОГРН 1173443023027 ИНН/КПП 3435132022/343501001 пр-т им. Ленина, д. 75, пом. 1, г. Волжский, 404110).

3. Выдать лицу, в действиях которого содержатся нарушения законодательства ООО «Качественные окна» (ОГРН 1173443023027 ИНН/КПП 3435132022/343501001 пр-т им. Ленина, д. 75, пом. 1, г. Волжский, 404110) предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

4. Выдать АО «Регион Медиа» (ОГРН 1027700294071 ИНН/КПП 7731200745/773101001 ул. Академика Павлова, д. 25, г. Москва, 121359) предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.