РЕШЕНИЕ

по делу № 034/05/5-486/2020

23 июля 2020 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 10 июля 2020 года

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

председатель Комиссии –заместитель руководителя Управления;

член Комиссии –заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии –ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии –главный специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

с участием представителя ООО «Заводские окна» Ф.С.А. (доверенность от 07 августа 2019 года),

рассмотрев дело № 034/05/5-486/2020, по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), возбуждённое в отношении ООО «Заводские окна» (ОГРН: 1183443018021, дата присвоения ОГРН: 31.10.2018, ИНН: 3459077300, КПП: 345901001, адрес: пр. им. В.И. Ленина, д. 65К, оф. 1, этаж. 3, Волгоград, 400078),

УСТАНОВИЛА:

В Волгоградское УФАС России в порядке передачи по подведомственности, предусмотренном ч. 4 ст. 8 Федерального закона от 02.05.2006 № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», из Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области (исх. №06-08-10802-20 от 22.04.2020), а ранее Прокуратуры Волгограда (исх. № 9-77-2020 от 15.04.202), поступило обращение физического лица с жалобой, в том числе, на недостоверную рекламу окон компании «Заводские окна» (вх. № 4000 от 27.04.2020).

Как указал заявитель, он увидел по волгоградскому телевидению рекламу окон за 5000 рублей, которые можно было приобрести в ТЦ «Стройград». Заявителем был совершен звонок по указанному в рекламе телефонному номеру с целью уточнения полной стоимости оконных изделий по указанной акции с учетом необходимой площади в 6 кв. м. Сотрудники компании «Заводские окна» сообщили, что приблизительная стоимость окон на данную площадь - 30 т.р., после чего заявитель был записан на замер окон на 26 марта 2020 года.

Выполнив все работы по замеру окон и, подписав договор, заявитель 26 марта отдал сумму в размере 20 т.р. После чего через несколько часов в этот же день

сотрудники компании «Заводские окна» по телефону сообщили ему, что общая сумма оконных изделий будет составлять 99 т.р. Данная стоимость заявителя не устроила.

По прибытии заявителя в офис компании с целью расторжения договора, сотрудниками «Заводские окна» было указано, что деньги ему возвращены не будут, также у заявителя забрали его экземпляр договора с компанией «Заводские окна». Отказ возврата денег был мотивирован готовностью окон к установке, однако, как указал заявитель, к тому времени им даже не был обговорен цвет окон, а также окончательная сумма заказа.

После того, как заявитель высказал свое несогласие с ценой окон в размере 99 т.р., сотрудниками «Заводские окна» была изменена смета на выполнение работ, стоимость снижена до 59 т.р. (без учета аванса в размере 20 т.р.), однако договор так и не был возвращен заявителю. На руки заявителю отдали лишь Приложение № 1 к договору от 26.03.2020 №77-740-0320 (спецификация от 26.03.2020). Копия данной сметы на общую сумму 79 900 руб. приложена к заявлению. В спецификации указано три окна общей площадью 5,37 кв. м со следующими размерами 1100*1450, 1450*1450, 950*880 - 2 окна.

В ходе рассмотрения заявления сотрудниками Волгоградского УФАС России был направлен запрос о представлении информации в адрес Филиала ФГУП «ВГТРК» ГТРК «Волгоград-ТРВ», а также ООО «Регион Медиа» (Филиал «Регион Медиа «Волгоград» ООО «Регион Медиа») (исх. №02-3/2902 от 28.04.2020, № 02-3/2901 от 28.04.2020) относительно распространения на местном волгоградском телевидении в региональном блоке рекламы роликов об акции компании ООО «Заводские окна» в период март – апрель 2020 года (каналы «Россия-1», «Волгоград-24» и «Россия-24» и др.); а также документов, которыми оформлялись отношения по распространению указанной рекламы (договоры со всеми приложениями, дополнительными соглашениями, актами выполненных работ, документы об оплате, переписка и т.д.).

В ответ на указанные запросы от Филиала ФГУП «ВГТРК» ГТРК «Волгоград-ТРВ» поступила информация (вх. № 4155 от 29.04.2020) о том, что указанной компанией не заключены договоры и не оказываются услуги по размещению рекламы компании ООО «Заводские окна».

От филиала «Регион Медиа «Волгоград» ООО «Регион Медиа» на запрос поступила информация (вх. № 4580 от 15.05.2020), согласно которой рекламодателем запрашиваемой рекламы по договору №РРМ-190315-0003ВЛГ от 15.03.2020 является ООО «Заводские окна» (ОГРН: 1183443018021, дата присвоения ОГРН: 31.10.2018, ИНН: 3459077300, КПП: 345901001, адрес: пр. им. В.И. Ленина, д. 65К, оф. 1, этаж. 3, Волгоград, 400078).

Также было указано, что спорная реклама размещалась в региональном эфире телеканалов «Первый канал», «Россия-1», «Телекомпания НТВ», «Петербург – 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», «Национальная телевизионная компания ЗВЕЗДА» в период с 1 марта 2020 года по 30 апреля 2020 года.

К ответу на запрос была приложена видеозапись спорной рекламы со следующим *аудиотекстом*: «Окно с энергосбережением за 5000 рублей в рассрочку на 2 года без первого взноса и переплат заводские окна в каждый дом Волжский 207777

Волгоград 598888». Видеоролик рекламы сопровождается *изображением*, содержащим следующий текст: «Окно с энергосбережением за 5000 руб. Период акции с 01.04.2019 по 30.04.2020. Акция окно с энергосбережением за 5000 рублей в рассрочку на два года без первого взноса и переплат». Далее следует смена изображения с текстом: «Заводские окна (логотипы KBE REHAU brusbox) Волжский (8443)20-7777 пр. Ленина 75 Волгоград (8442) 59-8888 ТЦ «Стройград» 3 эт. Рассрочка предоставляется ООО «Заводские окна». Подробности по телефонам (8443)20-77-77, (8442) 59-88-88. Неограниченные полимерные решения».

Таким образом, исходя из полученной информации площадь заказанных заявителем окон составила 5,37 кв. м. Размер стандартного окна составляет 1420*1450, что по площади составляет около 2 кв.м. Соответственно исходя из рекламируемой стоимости окон (5000 рублей за окно) общая стоимость заказа должна была составить примерно 13 425 рублей (5,37/3)* 5 000 рублей. Исходя из спецификации стоимость окон (даже с учетом якобы примененной скидки) составила 79 900 рублей.

Таким образом, содержание рекламного ролика в части указания стоимости товара разительно отличается от фактической итоговой стоимости оконных изделий, реализуемых в период распространения рекламы ООО «Заводские 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.

В спорной рекламе была указана информация о стоимости оконного изделия в 5000 рублей, в то время как фактическая, реальная стоимость товара значительно превышает заявленную.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение п. 4 ч. 3 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.

В ходе рассмотрения заявления Волгоградским УФАС установлено, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Заводские окна» (ОГРН: 1183443018021, дата присвоения ОГРН: 31.10.2018, ИНН: 3459077300, КПП: 345901001, адрес: пр. им. В.И. Ленина, д. 65К, оф. 1, этаж. 3, Волгоград, 400078).

Волгоградским УФАС России определением от 22 мая 2020 года в отношении ООО «Заводские окна» возбуждено дело № 034/05/5-486/2020 по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5Закона о рекламе.

На заседании комиссии 17 июня 2020 года присутствовал заявитель и представитель ООО «Заводские окна». Заявитель сообщил, что им была направлена претензия в адрес ООО «Заводские окна». После направления претензии заявителю поступил звонок от финансового директора компании с предложением приехать в офис компании. По прибытии заявителю неоднократно

предлагали сделать скидку на действующий заказ оконных изделий в размере 5000 руб. При этом как указал заявитель, на настоящее время им оплачено за сами окна компании около 54 тыс. руб. (20 тыс. руб. – предоплата, 20 тыс. руб. и 14 тыс. руб. – оставшаяся часть суммы). Также заявитель указал, что ему не выдавались никакие чеки об оплате заказа.

Также заявитель указал, что несколько раз к заявителю приезжали разные представители компании ООО «Заводские окна»: замерщики и установщики. При этом, когда окна были доставлены заказчику, сотрудники компании пояснили, что установка окон не входит в стоимость заказанных окон и должна оплачиваеться отдельно в сумме 9000. Данная сумма (помимо указанных 54 тыс. руб.) также была оплачена.

Помимо прочего заявитель указал, что оконные изделия были доставлены с браком, качество окон заявителя не удовлетворило.

Также заявитель устно уточнила, что замеры окон происходили 25 марта, а не 26, как указано в заявлении.

Заявитель также отметил, что первоначальный договор от 26 марта 2020 года на замер, изготовление и поставку оконных конструкций, заключенный между заявителем и ООО «Заводские окна» до того момента, как его забрали у заявителя представители компании ООО «Заводские окна», был на меньшую сумму.

Заявитель указал, что в настоящее время спорная реклама еще распространяется.

Представитель ООО «Заводские окна» на заседании комиссии устно и письменно пояснил, что спорная реклама ООО «Заводские окна» распространяется в период с 1 апреля 2019 года по настоящее время. Также было указано, акцент в рекламе делается именно на окна с энергосбережением, то есть целью компании является продвижение именно указанной категории оконных изделий.

Представитель отметил, что все желающие приобрести окна с энергосбережением по акционной, указанной в рекламе цене, получили свои услуги по заявленной цене в 5000 руб. При этом все потенциальные потребители, обращаясь в компанию, обязательно уточняют именно про энергосбережение. Помимо этого, ООО «Заводские окна» было указано, что акционная цена, указанная в спорной рекламе, распространяется на любое окно с любым количеством створок (секций).

Представитель компании на заседании комиссии 17.06.2020 не смогла точно пояснить, какие именно окна относятся к категории «окна с энергосбережением» (специальное покрытие на стекла или иное).

Согласно письменным пояснениям ООО «Заводские окна», представленным на заседание комиссии, объектом рекламирования в спорной рекламе является комплекс услуг по продаже окон и балконов из профиля KBE, rehau, Brusbox с энергосбережением с доставкой и установкой. Также было указано, что в период с 01.04.2019 по настоящее время ООО «Заводские окна» были заключены с гражданами договоры в количестве 18 штук на изготовление и установку окон с энергосбережением по цене 5000 за окно (2 договора с приложением № 1 было

приложено к пояснениям).

Согласно п. 1.1. указанных договоров (типовая форма для всех договоров) предметом договора являются услуги по замеру (с оговоркой в п. 4.1. договора), изготовлению и поставке оконных изделий.

Также ООО «Заводские окна» в пояснениях было указано, что в период трансляции спорного рекламного ролика, а именно 26.03.2020 в компанию обратился заявитель, с которым был заключен договор розничной купли-продажи № 77-740-0320. Согласно указанному договору компания приняла на себя обязательство поставить заявителю изделия в количестве 4 штук из профиля rehauBlitz/new без энергосбережения, конфигурация и стоимость которых определялась в спецификации – неотъемлемом приложении к договору.

ООО «Заводские окна» считает, что покупателем были заказаны изделия без энергосбережения, стоимость которых рассчитывалась по другим ценам, условия акции, указанной в рекламе, на данный заказ не распространялись.

ООО «Заводские окна» также считает, что в рекламе до потребителя была доведена полная существенная информация о рекламируемых товарах и услугах, в связи с этим, считает спорную рекламу достоверной.

К пояснениям ООО «Заводские окна» были приложены реестры договоров за период с апреля 2019 года по май 2020 года, копия договора, заключенного с заявителем, а также 2 договора в качестве примера.

Из Прокуратуры Волгограда поступила информация (вх. № 5322 от 03.06.2020), что обращение заявителя относительно действий компании ООО «Заводские окна» было перенаправлено для рассмотрения по существу в адрес Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области. Информация о рассмотрении указанного обращения в части компетенции Прокуратуры в письме отсутствует.

От Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области поступила информация (вх. № 5770 от 15.06.2020) о том, что проведение проверки по указанному обращению заявителя в настоящий момент невозможно в связи с ограничениями, установленными Постановлением Правительства РФ от 03.04.2020 года № 438 «Об особенностях осуществления в 2020 году государственного контроля (надзора), муниципального контроля и о внесении изменения в пункт 7 правил подготовки органами государственного контроля (надзора) и органами муниципального контроля ежегодных планов проведения плановых проверок юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Также указано, что за 2019г. - истекший период 2020г. в Управление Роспотребнадзора по Волгоградской области поступило 16 обращений жителей региона на действия ООО «Заводские окна». Из них 3 обращения были перенаправлены в правоохранительные органы; 2 обращение было перенаправлено в налоговые органы по факту невыдачи кассового чека; по 1 обращению была проведена внеплановая проверка, нарушений не выявлено. По всем остальным обращениям, включая указанные выше, потребителям были даны разъяснения по вопросам законодательства о защите прав потребителей, в случае необходимости, предложена помощь в судебной защите.

На заседание Комиссии 10.07.2020 заявитель не явился. Представитель ООО «Заводские окна» пояснила, что «энергосбережение» предполагает нанесение определенного напыления (пленки, наполнения) на оконное изделие, на любой стеклопакет может быть нанесено такое напыление. Также было отмечено, что у ООО «Заводские окна» имеются все сертификаты на профиль, стеклопакеты, фурнитуру оконных изделий.

Также было указано, что объективно производство окна с энергосбережением дороже, однако, в рекламе окна указанной категории предлагаются гораздо дешевле.

Помимо этого, было отмечено, что в спецификации, являющейся приложением к договору розничной купли-продажи оконных изделий, всегда указывается, кем были предоставлены замеры окон. В случае с заявителем, по информации ООО «Заводские окна», замер производился ООО «Заводские окна», а указание в договоре на то, что замеры были предоставлены покупателем, скорее всего, было технической ошибкой менеджера компании (данная позиция отражена в письменных пояснениях ООО «Заводские окна», представленных на заседание Комиссии).

Кроме того, ООО «Заводские окна» были представлены копии 18 договоров розничной купли-продажи, заключаемых между потребителями и ООО «Заводские окна» на изготовление и поставку окон с энергосбережением за 5000 рублей.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона 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;

- распространяется посредством видеоролика на телевидении.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно 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.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что объектом рекламирования выступают оконные изделия с энергосбережением за 5000 рублей, реализуемые ООО «Заводские окна».

Кроме того, было установлено, что договор (в том числе спецификация, прилагаемая к нему), заключенный между заявителем и ООО «Заводские окна», не содержит указание на изготовление и поставку окон, относящихся к категории «окна с энергосбережением». В Спецификации (Приложение №1 к договору) в характеристике заполнения профиля указано «4\16\4 без энергосбережения», при этом в тексте договора на странице 1 в разделе «Применяемые в договоре сокращения» указано, что 4\16\4 - это характеристика стеклопакета однокамерного, где 4 мм стекла и 16 мм алюминиевая дистанционная рамка. При этом сокращение «4И\16\4» предполагает стеклопакет однокамерный с энергосбережением.

Соответственно, согласно представленной в материалы дела спецификации заявителем были заказаны окна без энергосбережения, на которые не распространялась рекламируемая акция.

При этом ООО «Заводские окна» в ходе дела представлены доказательства фактического заключения в период с 01.04.2019 по 10.07.2020 18 договоров на изготовление и поставку окон с энергосбережением по цене 5000 рублей за одно окно.

Анализ текстов данный договоров и Приложений к ним (спецификаций) показал, что в характеристиках заполнения стеклопакетов указано - «4И\16\4», что согласно применяемых в договоре сокращений, означает стеклопакет однокамерный с энергосбережением. Комиссия при этом отмечает, что фиксация в договорах розничной купли-продажи окон, заключаемых ООО «Заводские окна» такой характеристики товара как наличие стеклопакета с энергосбережением или обычного стеклопакета без энергосбережения носит ненаглядный и неочевидный для потребителя характер.

Таким образом, в ходе дела не подтвердился факт распространения в рекламе недостоверной информации о цене товара.

Комиссия Волгоградского УФАС России, оценив доводы ООО «Заводские окна» и представленные в ходе дела доказательства, а также все имеющиеся материалы дела, приходит к выводу, что рассматриваемая в деле реклама оконных изделий с энергосбережением за 5000 рублей, реализуемых ООО «Заводские окна», не является ненадлежащей, признаки нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе в действиях ООО «Заводские окна» в рамках рассмотрения дела не подтвердились.

При этом, Комиссия отмечает, что отдельные, установленные в ходе дела факты могут свидетельствовать о наличии в действиях сотрудников компании ООО «Заводские окна» признаков уголовно-наказуемого деяния (мошенничество). В связи с этим, Комиссия считает необходимым передать материалы данного дела в Главное Управление МВД по Волгоградской области для принятия мер в пределах компетенции.

Правилами в подп. «а» п. 36 предусмотрено, что производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия

фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь подп. «а» п. 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Производство по делу № 034/05/5-486/2020 прекратить.
2. Передать материалы дела № 034/05/5-486/2020 в ГУ МВД России по Волгоградской области для принятия мер в пределах компетенции.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.