РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрела дело № 4-05/12 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», выразившегося в распространении рекламы компании «Окна РостаРоста». Дело рассмотрено в присутствии представителя ИП Дрейзин.

УСТАНОВИЛА:

В порядке надзора за соблюдением рекламного законодательства отслежен рекламный видеоролик компании «Окна Роста», (с использованием образов летчика и стюардесс), распространенный 4, 5, 10, 11 декабря 2011 г. на информационном табло СЗК «Платинум Арена» в период проведения чемпионата Континентальной Хоккейной Лиги.

Действие сюжета ролика происходит на летном поле, на котором установлен оконный блок с нанесенным логотипом «Окна Роста».

Главный персонаж рекламы – летчик, двигаясь по полю и останавливаясь возле оконного блока, озвучивает следующую информацию: «Я всегда выбираю самое надежное, самое красивое, самое качественное. Если выбираю окна, то только «Окна Роста». «Окна Роста – асы своего дела». Далее следует закадровая озвучка: «Окна Роста. Телефон 500-100».

По окончании звуковой информации в верхнем левом углу (в виде наложения на рекламный видеоряд) крупным планом в течение 2,8 сек. содержится визуальная информация «40 лет гарантии». Далее внизу по окружности мелким шрифтом размещена информация «Гарантия распространяется на профиль»

Согласно п. 6 ст. 5 Закона РФ «О защите прав потребителей» под гарантийным сроком понимается период, в течение которого, в случае обнаружения в товаре недостатка, изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель обязаны удовлетворить требования потребителя в отношении недостатков товара.

Гарантийный эксплуатационный срок пластиковых окон – это срок, в течение которого гарантируется нормальная работа всех комплектующих изделий, составных частей окна и непосредственно самого пластикового окна по назначению.

На пластиковые окна устанавливаются четыре гарантии, которые выдаются на: профиль, стеклопакеты, фурнитуру и монтаж самого окна.

Таким образом, рекламное предложение «40 лет гарантии» означает, что в течение

40 лет компания «Окна Роста» гарантирует нормальную работу всех механизмов окна. В случае каких-либо неполадок, связанных с материалами и составными частями окна, комплектующими, рекламодатель обязуется эти неполадки устранять. То есть, в течение 40 лет потребителям гарантируется целостность конструкции и надежность работы фурнитуры, герметичность стеклопакета, герметичность резиновых уплотнителей, и многое другое. Во время действия гарантии все неполадки исправляются компанией «Окна Роста» бесплатно.

Информация о том, что данная гарантия распространяется только на оконный профиль, не включая фурнитуру, стеклопакет и монтажные работы, формально присутствует в рекламе.

Однако данные сведения демонстрируются в видеоролике короткое время (2,8 сек.) и мелким шрифтом, поэтому на фоне общей визуальной рекламной информации зрительно не идентифицируются.

Таким образом, несмотря на формальное наличие в рекламе сведений о предоставлении компанией «Окна Роста» сорокалетней гарантии на оконный профиль, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

Данная информация является существенной, поскольку гарантии исполнителя предусматривают бесплатный ремонт либо замену вышедшего из строя окна и устранение дефектов установки в течение гарантийного срока.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяют потребителю воспринимать данные сведения, и не может расцениваться как их наличие. Следовательно, ИП Дрейзин умолчала об условиях оказания соответствующих услуг.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно усматривается при визуальном просмотре видеоролика.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей,

В процессе рассмотрения представитель ИП Дрейзин пояснил, что при заключении договоров на оказание услуг с Заказчиком, последний вправе воспользоваться гарантийным и эксплутационным обслуживанием в течение 40 лет, о чем с ним подписывается дополнительное соглашение.

Данный довод не принимается Комиссией по следующим основаниям.

Гарантия 40 лет предоставляется изготовителем только на профиль, на фурнитуру предоставляется гарантия 10 лет, на монтажные работы 3 года.

Указание в рекламе гарантийного срока без указания, на что он распространяется, является неполной информацией.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре (услуге), условиях их приобретения или использования, если при этом вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Следовательно, реклама компании «Окна Роста» о предоставлении гарантии 40 лет на пластиковые окна, в которой фактически отсутствует существенная информация, противоречит указанным требованиям рекламного законодательства.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Распространение рекламы компании Окна Роста» («40 лет гарантии») 4, 5, 10, 11 декабря 2011 г. на информационном табло СЗК «Платинум Арена» во время проведения хоккейных матчей «КХЛ» осуществлено на основании договора № 10-11/л возмездного оказания услуг от 10.08.2011 г., заключенного между ИП Дрейзин и ООО «Спорт Медиа».

В соответствии с пунктами 1.1, 2,3 и приложением № 1 к договору лицом, предоставившем рекламу компании «Окна Роста» для распространения в СЗК «Платинум Арена» (рекламодателем) является ИП Дрейзин, следовательно, по ее вине произошло распространение рекламы, не соответствующей требованиям законодательства РФ о рекламе.

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 «40 лет гарантии», распространяемую 4, 5, 10, 11 декабря 2011 г. на информационном табло СЗК «Платинум Арена» в период проведения чемпионата Континентальной Хоккейной Лиги.

2. Выдать ИП Дрейзин обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушений законодательства РФ о рекламе.

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 09 февраля 2012 года.

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

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

Комиссия Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе на основании своего решения от 09 февраля 2012 года по делу № 4-05/12 о признании ненадлежащей реклам «40 лет гарантии», распространяемой на информационном табло СЗК «Платинум Арена», противоречащей требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Дрейзин в пятидневный срок с момента получения настоящего предписания прекратить распространение любым способом, в любой форме, с использованием любых средств ненадлежащей рекламы «40 лет гарантии» без указания информации, что «гарантия распространяется на профиль».

2. ИП Дрейзин представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 22 февраля 2012 года.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

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