

## РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев дело № 4-05/75 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы компании «Окна Роста», с нарушением требований пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в присутствии представителя ООО «Окна Роста»,

### УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного контроля за соблюдением законодательства РФ о рекламе отделом рекламы и недобросовестной конкуренции отслежена реклама пластиковых окон компании «Окна Роста» распространяемая:

1. в период с 02 по 31 марта 2009 года в эфире радиостанции «Радио России», следующего содержания:

«Весенняя сенсация от «Окна Роста»! Цены 2007 года! Окно от 11990 рублей! Найдете дешевле – вернем разницу! Условия акции по телефону 250-260, акция до 15 апреля 2009 года».

2. в период с 25 марта по 31 марта 2009 года в эфире радиостанции «Европа Плюс Хабаровск», следующего содержания:

«Просто! Вы скажете, все окна похожи. Просто! Все обещают одно и то же. Цены тают в Окнах Роста... Окно... За 11990! Звоните 500-200. Цена указана в рублях».

3. с 20 по 30 апреля 2009 года в эфире радиостанций «Ретро FM» и «Европа Плюс Хабаровск», следующего содержания:

«Грандиозное предложение от компании «Окна Роста»! Окно из особо прочного германского профиля «Века» стало еще дешевле... Окно... За 9590! Ага!!! «Окна Роста» Телефон 500-100. Цена указана в рублях».

Из содержания рекламной информации следует, что рекламодатель предлагает потребителю совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно, заключить с ним договор на приобретение пластиковых окон по цене от 11990 рублей и от 9590 рублей соответственно.

Как следует из писем ООО «Окна Роста» (вх. № 5/2354 от 17.04.2009; вх. № 5/2479 от 22.04.2009), рекламируемая стоимость пластиковых окон распространяется только на изделие (оконный блок), а элементы отделки (аксессуары – отлив, подоконная доска, торцевая заглушка, откосы (ГВЛ, ПВХ), москитная сетка, москитная дверь, гребенка микропроветривания, клапан проветривания) и монтажные работы не входят в рекламу товара.

Вместе с тем, 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.

В соответствии с требованиями пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Таким образом, поскольку фактически пластиковые окна по рекламируемой цене предлагаются только на само изделие, без учета комплектующих, реклама компании «Окна Роста» о приобретении окон от 11990 рублей и от 9590 рублей, является нарушением указанных требований Закона.

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «Окна Роста» нарушение не признал, пояснив следующее.

Понятие «окно» использовалось как общедоступное и понятное потребителю. В соответствии с толковым словарем Ожегова С.И. окно - это отверстие в стене для света и воздуха, а также рама со стеклом, закрывающая это отверстие. ГОСТ 23166-99 дает понятие «окно» как технический термин, используемый только в строительстве, и содержится в Приложении А, которое носит рекомендательный характер.

ООО «Окна Роста» представлено заключение, проведенное по запросу общества НИУПЦ «Межрегиональный институт окна», в соответствии с которым НИУПЦ «Межрегиональный институт окна» дает разъяснения и считает возможным использовать в рекламе термин «окно» равнозначным термину «оконный проем» в формулировке ГОСТ 23166-99.

Также ООО «Окна Роста» предоставили заключение Института экономических исследований Российской Академии наук Дальневосточного отделения по результатам научно-исследовательской работы по теме «Социометрическое исследование потребительского рынка услуг по установке окон», в соответствии с которым потенциальные потребители не осведомлены о ГОСТах, действующих в данной сфере.

Данные доводы отклоняются по следующим основаниям.

Понятие «окно» по ГОСТу носит хотя и рекомендательный, но специальный характер, применительно к строительству. Словарь Ожегова дает лишь толкование слова «окно». При отсутствии понятия «окно» законодательно закрепленного как обязательное, рекомендуемое понятие из ГОСТа является основополагающим.

Из содержания рекламы не усматривается, что откосы, отливы, подоконник и облицовка не являются частью пластикового окна. По смыслу рекламы цена распространяется на окно в целом. Обычаи делового оборота, потребительская практика, подтверждают, что в понятие «окно» входят все, установленные ГОСТом, комплектующие.

Заключение НИУПЦ «Межрегиональный институт окна» не принимается в качестве доказательства по делу, так как данный институт не является организацией, уполномоченной проводить какие-либо лингвистические экспертизы, толковать право и давать разъяснения по применению рекламного законодательства.

Отклоняется как ненадлежащее и заключение Института экономических исследований РАН ДО, поскольку оно основано на результатах исследования знаний потребителями строительных ГОСТов, что не является предметом рассмотрения данного дела.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение указанных требований несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект

рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Окна Роста».

В связи с изложенным следует, что ООО «Окна Роста» нарушены нормы пункта 4 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Реклама в указанных частях признается ненадлежащей.

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:

Признать ненадлежащей рекламу пластиковых окон «ООО «Окна Роста» - «Окно от 11990 рублей!», распространяемую в период с 02 по 31 марта 2009 года в эфире радиостанции «Радио России», в период с 25 марта по 31 марта 2009 года в эфире радиостанции «Европа Плюс Хабаровск», и рекламу «Окно... За 9590!», распространяемую в период с 20 по 30 апреля 2009 года в эфире радиостанций «Ретро FM» и «Европа Плюс Хабаровск», поскольку в ней нарушены требования пункта 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Выдать ООО «Окна Роста» предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.

Решение изготовлено в полном объеме 18 мая 2009 года.

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

**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 18 мая 2009 года по делу № 4-05/75 о признании ненадлежащей рекламы пластиковых окон ООО «Окна Роста» - «Окно от 11990 рублей!», распространяемой в период с 02 по 31 марта 2009 года в эфире радиостанции «Радио России», в период с 25 марта по 31 марта 2009 года в эфире радиостанции «Европа Плюс Хабаровск», и рекламы «Окно... За 9590!», распространяемой в период с 20 по 30 апреля 2009 года в эфире радиостанций «Ретро FM» и «Европа Плюс Хабаровск», противоречащей требованиям пункта 4 части 3 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. ООО «Окна Роста» в пятидневный срок с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: не допускать распространение рекламы пластиковых окон с информацией о цене окна без учета стоимости всех его составляющих.

2. ООО «Окна Роста» представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 31 мая 2009 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.