

ООО «ФАКРО-Р»

107143, г. Москва,  
Открытое шоссе, д. 17, к. 1

ЗАО «ВЕЛЮКС»

105120, г. Москва,  
ул. Нижняя Сыромятническая,  
д. 10, стр. 2, эт. 8

## РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «06» мая 2014 года.  
В полном объеме решение изготовлено «20» мая 2014 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – (...),  
членов Комиссии – (...), (...),

рассмотрев материалы дела № 3-5-22/77-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», рекламы реализуемой ООО «ФАКРО-Р» продукции, содержащей утверждение «Самое теплое окно на рынке», с признаками нарушения п. 1 ч. 2, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), выразившимися в распространении рекламы, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами,

в присутствии представителей ООО «ФАКРО-Р», ЗАО «ВЕЛЮКС» (полномочия установлены на основании представленных доверенностей),

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-22/77-14 возбуждено в отношении ООО «ФАКРО-Р» на основании обращения ЗАО «ВЕЛЮКС» (вх. № 24108 от 08.08.2013) по факту распространения в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», рекламы реализуемой ООО «ФАКРО-Р» продукции, содержащей утверждение «Самое теплое окно на рынке».

Комиссия Московского УФАС России, исследовав материалы дела, оценив доказательства в их совокупности и взаимной связи, установила следующее.

ООО «ФАКРО-Р» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027739332664, ИНН 7718187446, КПП 771801001.

ЗАО «ВЕЛЮКС» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027739809008, ИНН 7701022990, КПП 770901001.

Согласно материалам дела № 3-5-22/77-14 в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» размещена реклама реализуемой ООО «ФАКРО-Р» продукции, содержащей утверждение «Самое теплое окно на рынке».

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама — информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что каталог товаров ФАКРО, прейскурант рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюра «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» являются общедоступными для неопределенного

круга лиц-потребителей рекламы, в том числе распространяются в свободном доступе в магазинах дистрибьюторов товаров ФАКРО. Данный вывод Комиссии Московского УФАС России сторонами по делу в ходе его рассмотрения не оспаривался.

Информация, распространенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», отвечает всем требованиям рекламы: распространена в рекламно-информационных материалах; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования — товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная информация, размещенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», направлена на привлечение внимания к производимой ООО «ФАКРО-Р» продукции, а именно к мансардным окнам.

На основании изложенного, информация о мансардных окнах, производимых ООО «ФАКРО-Р», распространенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», признана Комиссией Московского УФАС России рекламой.

Каталог товаров ФАКРО, прейскурант рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюра «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» были изготовлены по заказу ООО «ФАКРО-Р» на основании договора № 1202 от 08.07.2010, заключенного между ОАО «Щербинская типография» и ООО «ФАКРО-Р», а также договора № 25/03 от 25.03.2013, заключенного между ООО «АЛГО-ПРИНТ» и ООО «ФАКРО-Р».

Предметом названных договоров является изготовление полиграфической продукции с готовых файлов, предоставленных ООО «ФАКРО-Р».

В соответствии с Уставом ООО «ФАКРО-Р» предметом деятельности Общества в частности является:

- производство на территории России мансардных окон ФАКРО и их элементов, окон-люков, чердачных лестниц и комплектующих (аксессуаров) для мансардных окон;

- торговля на территории России и за ее границами материалами, предлагаемыми ООО «ФАКРО», а в особенности торговля мансардными окнами ФАКРО вместе с принадлежностями.

Согласно письменным пояснениям ООО «ФАКРО-Р» (вх. № 6861 от 06.03.2014) Общество осуществляет реализацию мансардных окон ФАКРО.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России установлено, что ООО «ФАКРО-Р» является рекламодателем рассматриваемой.

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

К некорректным сравнениям следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Приведенное в рекламе сравнение должно быть корректным, правильным, а сравниваемые параметры должны быть сопоставимыми.

Комиссией Московского УФАС России установлено, что спорная реклама, размещенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», не содержит прямого сравнения с конкретными товарами находящимися в обороте, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Между тем, используемое в рекламе утверждение «Самое теплое окно на рынке» позволяет сделать вывод о том, что в рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке однородными товарами.

Рассматриваемая реклама помимо утверждения «Самое теплое окно на рынке» содержит также конкретный критерий (коэффициент теплопередачи), по которому возможно осуществить сравнение однородных товаров и который может быть подтвержден или опровергнут объективными данными.

Таким образом, приведенное в спорной рекламе мансардного окна сравнение по своей форме корректно, а сравниваемые параметры сопоставимы и могут быть объективно проверены.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России факта нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», при распространении рассматриваемой рекламы, не установлено.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед

находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с п. 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В спорной рекламе указано, что коэффициент  $R_0$  окна FTT U8 составляет  $0,96 \text{ м}^2\text{С}^\circ/\text{Вт}$ . В тоже время, согласно сведениям, представленным производителем данного товара, коэффициент теплопередачи мансардного окна FTT U8 составляет  $058 \text{ Вт}/\text{м}^2\text{К}$ .

Согласно пояснениям ООО «ФАКРО-Р» (вх № 6861 от 06.03.2014) коэффициент теплопередачи в спорной рекламе приведен в соответствии с европейскими стандартами, а разница между указанным в рекламе коэффициентом и коэффициентом приведенным в документах производителя окон объясняется технической ошибкой. При этом приведенный в рекламе коэффициент теплопередачи указан в соответствии с европейскими стандартами, так как производство данного мансардного окна осуществляется в Польше.

В соответствии с данными ООО «МИНТЕСТ» на территории Российской Федерации коэффициент теплопередачи исчисляется в других единицах измерения согласно ГОСТ 26602.1-99. При пересчете европейского показателя на российский стандарт согласно формулам ГОСТ 26602.1-99, приведенный коэффициент  $R_0$  теплопередачи оконного блока составляет  $1,72 \text{ м}^2\text{С}^\circ/\text{Вт}$ .

ООО «ФАКРО-Р» в подтверждение достоверности указанного в рекламе утверждения «Самое теплое окна на рынке» в материалы дела № 3-5-22/77-14 также представлено экспертное исследование № 003/05-14, проведенное ФБГУ Научно-исследовательским институтом строительной физики.

В соответствии с названным экспертным исследованием по приведенному сопротивлению теплопередаче, кв.м град./Вт — результат испытаний оконного блока FTT U8 — 1.724.

Как указывалось выше, утверждение «Самое теплое окно на рынке», содержащиеся в спорной рекламе позволяет сделать вывод о том, что в

рассматриваемом случае сравнение производится со всеми другими представленными на данном рынке однородными товарами.

В тоже время, какие-либо документы, свидетельствующие о достоверности указанного утверждения ООО «ФАКРО-Р» не представлены.

Представленное ООО «ФАКРО-Р» заключение Ассоциации польских окон и дверей, в соответствии с которым рекламируемое окно является самым теплым окном среди окон, производимых и реализуемых на территории Польши, не может являться доказательством достоверности утверждения «Самое теплое окно на рынке», в связи со следующим.

Распространение спорной рекламы осуществлялось на территории Российской Федерации.

Таким образом, представляется возможным сделать вывод о том, что сравнение в рассматриваемой рекламе товара осуществляется с аналогичными товарами производимыми или реализуемыми на территории Российской Федерации.

Документы, подтверждающие проведение сравнительных исследований рекламируемых окон с аналогичными окнами, производимыми либо реализуемыми на территории Российской Федерации иными хозяйствующими субъектами, ООО «ФАКРО-Р» не представлены.

Таким образом, в распространенной ООО «ФАКРО-Р» рекламе были использованы не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара, а именно использовано утверждение «Самое теплое окно на рынке» в превосходной степени при отсутствии на то документального подтверждения.

На основании изложенного, Комиссией Московского УФАС России при распространении в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», рекламы мансардных окон, в которой используется утверждение «Самое теплое окно на рынке» установлено нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Таким образом, реклама мансардных окон, в которой используется утверждение «Самое теплое окно на рынке», распространенная в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим», является ненадлежащей.

ООО «ФАКРО-Р» представлены документы, свидетельствующие о прекращении распространения рекламы с нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Фе-

дерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «ФАКРО-Р» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «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 рекламу мансардных окон, в которой используется утверждение «Самое теплое окно на рынке», распространенную ООО «ФАКРО-Р» в каталоге товаров ФАКРО, прейскуранте рекомендованных цен «ОКНА ДЛЯ КРЫШИ. ОПЕРЕЖАЯ БУДУЩЕЕ», брошюре «Суперэнергосберегающий комплект «Решение для русских зим» ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Не выдавать ООО «ФАКРО-Р» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в связи с истечением сроков привлечения к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии (...)

Члены Комиссии (...)

(...)