

Резолютивная часть решения оглашена 22 мая 2018 г.

- изготовлено в полном объеме 5 июня 2018 г.

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 -	главный специалист-эксперт – Селютина Елизавета Михайловна ведущий специалист – Власова Екатерина Александровна

рассмотрев дело № 18-03-5-02/69, возбужденное в отношении ООО «Доступные окна» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы акции по предоставлению скидок 50 % на пластиковые окна от ООО «Доступные окна» в региональном эфире следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Россия 1», «Петербург – 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», ЭСМИ «Первый развлекательный СТС», «Телекомпания НТВ», «Телеканал REN-TV», «Национальная компания ЗВЕЗДА»,

в присутствии представителя по доверенности от ООО «Доступные окна» Фоминой С.А., а также представителя заявителя по доверенности Животягиной Ю.И.,

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 Х.В.М. (вх. № 11789 от 15.12.2017) 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 «Окна Рехау» (переименовано в ООО «Доступные окна»).

Х.В.М. в своем заявлении указала, что увидела в эфире регионального телевидения (предположительно на канале «Россия 1» и «Волгоград ТВ») рекламу компании ООО «Окна Рехау» с пластиковых окон и балконов. В рекламе говорилось о предоставлении скидок на окна и балконы 70 % и предоставление рассрочки от ООО «Окна Рехау» (ООО «Доступные окна»), также, по словам заявителя, в рекламе говорилось о бесплатных услугах монтажа и установки. Заявитель записалась на замер окон по указанному в рекламе номеру телефону и заключила договор с ООО «Окна Рехау» от 19.04.2017 № 77-720-0417. Для оплаты стоимости работ у ООО «Окна Рехау» был оформлен потребительский кредит, сроком на 36 месяцев в банке «Хоум Кредит», при этом, как указал заявитель, в рекламе изначально указывалось, что товар можно приобрести в рассрочку именно у самой компании ООО «Окна Рехау» без оформления кредита, также при покупке товара заявителю не была предоставлена указанная в рекламе скидка.

В ходе рассмотрения заявления сотрудниками Волгоградского УФАС России были направлены запросы в АО «Регион Медиа» и ООО «Волгоград-ТВ-Медиа» (исх. № 02-12/8212 от 25.12.2017, № 02-12/465 от 29.01.2018, № 02-12/889 от 15.02.2018) с требованием предоставить информацию о том, размещалась ли ими спорная реклама услуг по изготовлению и установке пластиковых окон от ООО «Окна Рехау» (ООО «Доступные окна»).

В ответ на запросы АО «Регион Медиа» (вх. 1298 от 19.02.2018) сообщило, что рекламодателем рекламы по установке окон и балконов является ООО «Окна Рехау», позднее компания переименовалась в ООО «Доступные окна» (ОГРН 11534350006010 ИНН/КПП 3435122810/343501001 пр-т Ленина, д. 75, лит. Офис 1, г. Волжский, 404130).

Спорные телевизионные рекламные ролики распространялись с 1 марта 2017 по 30 сентября 2017 года в региональном эфире следующих телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Россия 1», «Петербург – 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», ЭСМИ «Первый развлекательный СТС», «Телекомпания НТВ», «Телеканал REN-TV», «Национальная компания ЗВЕЗДА».

Содержание рекламных роликов: **«Акция – скидка 50 % на окна и балконы. Закажи в рассрочку, доступные окна в каждый дом. Волжский 8443-207777 пр. Ленина, д. 75. Волгоград 8442-8888 ТЦ «Стройград» 3 этаж. Предложение действует с ... по ... 2017 г. Подробности об условиях предоставления скидок**

и рассрочки по тел. 8443-207777. Количество товара ограничено. **Рассрочка предоставляется ООО «Окна Rehau».**

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.

На основании полученной информации, в отношении ООО «Доступные окна» определением от 22 февраля 2018 г. было возбуждено производство по делу № 18-03-5-02/69 по признакам нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

На заседание Комиссии 14.03.2018 представитель ООО «Доступные окна» представила письменные объяснения:

Реклама следующего содержания: «Акция-скидка 50% на окна и балконы. Закажи в рассрочку, доступные окна в каждый дом. Волжский 8443-207777 пр. Ленина, д. 75. Волгоград 8442-8888 ТЦ «Стройград» 3 этаж. Предложение действует с по ... 2017 года. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел. 8443-207777. Количество товара ограничено. Рассрочка предоставляется ООО «Окна Rehau» - в марте-апреле 2017 года ООО «Доступные окна» (ранее, до 01.09.2017 года до смены наименования ООО «Окна Rehau») не распространялась.

Распространялась реклама следующего содержания: «Акция! Скидка 50% на окна и балконы. Закажи в рассрочку, доступные окна в каждый дом. Волжский 207777, Волгоград 438888. Предложение действует на окна и балконы из профиля КБЕ (КаБЭЕ) 58 мм с 12 апреля по 30 апреля 2017 года. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел. 8443-207777. Количество товара ограничено. Рассрочка предоставляется ООО «Окна Rehau»».

Договор розничной купли-продажи № 77-720-0417 (Далее по тексту Договор) был заключен 19 апреля 2017 года между ООО «Доступные окна» (ранее ООО «Окна Rehau») (Далее по тексту Общество, Компания, Продавец) и Х.В.М. (Далее по тексту Покупатель).

Согласно указанному договору Продавец принял на себя обязательство поставить Х. В.М. изделия в количестве 6 штук из профиля Rehau Blitz/Eur (Rehau 64), конфигурация и стоимость которых, определялась в Спецификации, неотъемлемом приложении к договору. Стоимость договора составила 189700 рублей. Обязательства по договору исполнены ООО «Доступные окна» надлежащим образом, о чем свидетельствуют накладные, приложенные к настоящему письму, а также решение суда от 03.11.2017

года.

Учитывая то, что Покупателем были заказаны изделия из профиля Rehau, который, как видно из рекламного ролика, не участвовал в акции, потребителю Х. В.М. и не была предоставлена скидка в размере 50%.

Оплатить стоимость договора в рассрочку, предоставляемой ООО «Доступные окна» (ранее ООО «Окна Рехау»), также было возможно, но только при заказе изделий из профиля КБЕ 58 мм. И эта информация указана в рекламном ролике. Покупателем, как следует из договора, были заказаны изделия из профиля Rehau, скорее всего по этой причине сторонами и не был заключен договор с условием о рассрочке платежа по договору.

Кроме того, Покупателем был выбран способ оплаты товара частично путем внесения денежных средств в кассу Продавца (в размере 3000 рублей), частично путем заключения кредитного договора с банком «Хоум Кредит». Данное обстоятельство подтверждается п. 2.2. Договора, и решением суда от 03.11.2017 года.

На заседании Комиссии 29.03.2018 представитель ООО «Доступные окна» сообщила, что за период с 01.01.2017 и по настоящее время Обществом заключено 7 договоров на поставку изделий из профиля КБЕ 58 мм, где оплата производилась в рассрочку на территории Волгограда и Волгоградской области, три из которых Фомина С.А. представила Комиссии.

Дополнительно Обществом были представлены записи спорной рекламы от рекламодателя АО «Регион Медиа» (исх. 14 от 13.03.2018).

Комиссией осуществлен просмотр телевизионного рекламного ролика, распространяемого в период апреля 2017 года со следующим текстом на экране:

«Акция скидка 50 % на окна и балконы. Закажи в рассрочку. Доступные окна в каждый дом. – 50% (8443)20-7777, пр. Ленина, 75, (8442)43-8888, ТЦ «Стройград», 3 этаж. (далее мелким шрифтом) Предложение действует на окна и балконы из профиля «КБЕ» (КаБЭЕ) 58 мм с 12 апреля 2017 г. по 30 апреля 2017 г. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел (8443)20-7777. Количество товара ограничено. Рассрочка предоставляется ООО «Окна Рехау».

Продолжительность рекламного ролика – 10 секунд.

Звуковое сопровождение ролика со следующим текстом: «Акция, скидка 50 % на окна и балконы. Закажи в рассрочку доступные окна в каждый дом. Волжский 20-7777. Волгоград 43-8888».

Представитель ООО «Доступные окна» пояснила, что скидка согласно

рекламе представлялась в период с 12 апреля 2017 г. по 30 апреля 2017 г. только на окна профиля КБЕ. Акция была нацелена на стимулирование продаж окон именно из данных профилей (КаБЭЕ), так как он не является особенно востребованным.

Представитель заявителя озвучила ранее заявленные обстоятельства, также обратила внимание Комиссии на то, что договор с заявителем, а также со всеми потребителями ООО «Доступные окна» заключает на поставку товара (окон), без услуг установки. Так, заявителю были доставлены по договору на дом окна и только после этого сообщено, что требуется дополнительное заключение договора на установку окон и соответственно оплата данных услуг.

Представитель заявителя обратила внимание Комиссии, что указание на то, что рекламируемая скидка применяется только для окон профиля КБЕ в рекламе оформлено мелким шрифтом, а в аудио тексте указание на конкретный профиль вообще отсутствует. Соответственно, если потребитель не смотрит на экран, то данная информация (о том, что скидка представляется только на конкретный профиль) до потребителя не доводится. Кроме того, в рекламе явно нет особого акцента, что только данный профиль окон предлагается к продаже со скидкой, между тем данное обстоятельство требует особого акцента, так как потребители в основном не разбираются в типах оконных профилей.

Проанализировав дополнительные объяснения представителя ООО «Доступные окна» и представителя заявителя Комиссия пришла к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе признаков нарушения ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

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.

Признаки нарушения выразились в том, что в рекламе отсутствует существенная информация о том, что ООО «Доступные окна» предлагает только поставку окон без их установки, хотя в самой рекламе демонстрируется образ окна, установленного в проем и людей за ним. Таким образом, обычный потребитель может воспринять объект рекламирования как комплексную услугу по продаже окон с их доставкой и установкой.

Кроме того, Комиссия усматривает не доведение до потребителей в достаточно доступном для восприятия виде существенной информации о товаре, на который применяется рекламируемая скидка (окна и балконы из профиля «КБЕ» (КаБЭЕ) 58 мм), так как текст: «Предложение действует на окна и балконы из профиля «КБЕ» (КаБЭЕ) 58 мм с 12 апреля 2017 г. по 30 апреля 2017

г. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел (8443)20-7777. Количество товара ограничено», исполнен мелким шрифтом, и, кроме того, в звуковом сопровождении полностью отсутствует информация о том, что скидка распространяется только на профиль «КБЕ 58 мм». Фактически объектом рекламирования выступают изделия из профиля «КБЕ 58 мм», однако данная существенная информация, по мнению Комиссии, не доводится до потребителей в достаточно доступном для восприятия виде. Данные обстоятельства в их совокупности свидетельствуют о наличии в рекламе признаков нарушения ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

На заседании Комиссии 25.04.2018 представитель ООО «Доступные окна» представила следующие письменные и устные объяснения:

- ООО «Доступные окна» (далее - Общество) действительно заказывало распространение на территории Волгограда и Волгоградской области за период с 12.04.2017 года 30.04.2017 года в региональных эфирах телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Россия 1», «Петербург - 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», ЭСМИ «Первый развлекательный СТС», «Телекомпания НТВ», «Телеканал REN-TV», «Национальная компания ЗВЕЗДА» рекламного видео ролика следующего содержания: «Акция! Скидка 50% на окна и балконы. Закажи в рассрочку, доступные окна в каждый дом. Волжский 207777, Волгоград 438888. Предложение действует на окна и балконы из профиля КВЕ (КабЭЕ) 58 мм с 12 апреля по 30 апреля 2017 года. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел. 8443-207777. Количество товара ограничено. Рассрочка предоставляется ООО «Окна Рехау».

- рассматриваемый рекламный ролик ООО «Доступные окна» распространялся с 12.04.2017 года по 30.04.2017 года на территории Волгограда и Волгоградской области. Скидка на изделия, заявленная в ролике, и возможность оплаты изделий и работ в рассрочку, предоставлялась только при заказе изделий из профиля КВЕ (КабЭЕ) 58 мм;

- скидка на изделия и работы, заявленная в ролике, и возможность оплаты изделий и работ в рассрочку, предоставлялась только при заказе изделий из профиля КВЕ (КабЭЕ) 58 мм. Это было четко сформулировано в ролике. Ролик был направлен на стимулирование продаж окон именно из профиля КВЕ, т.к. он не является особенно востребованным.

Закон о рекламе не регламентирует размер, вид или цвет шрифтов в рекламных плакатах и макетах рекламораспространителя. В то же время, п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», регламентирует 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».

- ООО «Доступные окна» (на тот момент ООО «Окна Рехау») распространялся не аудио ролик, а видео ролик (непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров), который ориентирован именно 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 50% скидке на окна и балконы из профиля КВЕ с возможностью оплаты в рассрочку. Текст в ролике далеко не мелкий, как указано в определении Комиссии, хорошо читаемый. Дополнительно ролик был оснащен звуковым сопровождением.

- отсутствие массовых обращений со стороны потребителей товаров и услуг ООО «Доступные окна» говорит о том, что приводимая в рекламном ролике информация, воспринималась аудиторией как должно и всем было понятно, на какие именно окна и балконы распространялась акция.

- объектом рекламирования действительно являлся комплекс услуг по продаже окон и балконов из профиля КВЕ 58 мм с их доставкой и установкой. И в период времени с 12.04.2017 года по 30.04.2017 года ООО «Доступные окна» были заключены договоры с предоставлением 50 % скидки на окна и балконы на условиях оплаты в рассрочку как на поставку изделий, так и на их установку и дополнительные работы (копии указанных договоров прилагаются к настоящим объяснениям). Причем договоры на выполнение работ заключались в один день с договорами купли-продажи. Учитывая изложенное, указание представителя заявителя на то, что договоры на выполнение работ с потребителями ООО «Доступные окна» не заключаются, а предложение об их заключении поступает только после доставки изделий, не соответствует действительности и противоречит здравому смыслу. Общество ориентировано на получение прибыли, заключить договор с покупателем как на поставку изделий так и на выполнение работ в интересах ООО «Доступные окна». И заключение договора на выполнение работ силами Общества предлагается всем обратившимся, но потребитель сам выбирает чьими услугами он воспользуется. Некоторые клиенты отказываются от выполнения работ силами ООО «Доступные окна» в их числе была и заявитель – Х. В.М.

Помимо этого, заявителем при заказе изделий, было отдано предпочтение

более дорогому и качественному профилю Rehau, который стоит дороже и не участвовал в акции. Х. В.М. прекрасно видела размер предоставленной ей скидки (из спецификации, подписанной заявителем, явно прослеживается, что заявителю не была предоставлена скидка в размере 50% и уж тем более 70%), тем не менее при подписании спецификации возражений от Х. В.М. о размере предоставленной скидки не поступило. Таким образом, заявитель понимала, что ей не предоставляется скидка ни 50% и 70% по причине заказа ею изделий из профиля, который не участвует в акции.

- оплатить стоимость договора в рассрочку, предоставляемой ООО «Доступные окна» (ранее ООО «Окна Рехау»), также было возможно, но было возможно только при заказе изделий из профиля КБЕ 58 мм. И эта информация опять же указана в рекламном ролике. Покупателем, как следует из договора, были заказаны изделия из профиля Rehau, именно по этой причине сторонами и не был заключен договор с условием о рассрочке платежа по договору.

Кроме того, представитель ООО «Доступные окна» счел необходимым пояснить, что именно потребителями выбирается способ оплаты товара, понудить покупателя заключить с Обществом договор на условиях оплаты в рассрочку товара/услуг/работ Общество не имеет возможности, хотя возможность оплаты в рассрочку, в рамках проводимых акций, иногда и предоставляется потребителям.

Также ООО «Доступные окна» представило все 7 договоров, заключенных с 12.04.2017 по 30.04.2017, заключенных в период распространения спорной рекламы, и договоры с 01.01.2017 по 31.12.2017.

Представитель заявителя настаивала на том, что вопрос об установке окон возник по факту поставки окон Х. В.М. Также Животягина Ю.И. сообщила о судебном разбирательстве между Х. В.М. и ООО «Доступные окна» (в материалы дела приобщено решение Тракторозаводского районного суда от 03.11.2017 № 2-2886/2017). Сообщено, что данное решение суда было обжаловано Х. В.М.

На заседание Комиссии 22.05.2018 представитель заявителя представила следующие письменные дополнения:

Информация в спорном рекламном ролике была доведена до потенциальных потребителей не в полном объеме. «Подробности на сайте или по телефону...» некорректна, ведь она лишь предлагает потребителю посетить данный сайт в сети Интернет или позвонить по телефону, а не получить информацию о стимулирующем мероприятии (нарушение п. 2 ст. 9 Закона о рекламе).

Обстоятельство, что в законе не прописан размер шрифта, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть

добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителя. Текст сноски спорного видеоролика указан несоизмеримо мелким шрифтом по отношению к привлекательному тексту рекламы. (Постановление АС Ставропольского края от 23.12.2015 № А63-12133/2015).

В связи с чем, 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. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Информация, указанная мелким шрифтом в нижней части рекламы, является существенной, так как ее отсутствие вводит в заблуждение потребителей, умышленно создает об объекте рекламирования впечатление, которое на самом деле не соответствует действительности.

Также представитель заявителя представил апелляционное определение Судебной коллегии по гражданским делам Волгоградского областного суда по делу № 33-4262/2018, которая удовлетворила требования Х. В.М. в части расторжения договора с ООО «Доступные окна» и взыскании средств в её пользу.

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

В апреле 2017 года в региональном (волгоградском) эфире телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Россия 1», «Петербург – 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», ЭСМИ «Первый развлекательный СТС», «Телекомпания НТВ», «Телеканал REN-TV», «Национальная компания ЗВЕЗДА» распространялась реклама акции по предоставлению скидки в размере 50 % на пластиковые окна от ООО «Доступные окна» с текстом «Акция скидка 50 % на окна и балконы. Закажи в рассрочку. Доступные окна в каждый дом. – 50% (8443)20-7777, пр. Ленина, 75, (8442)43-8888, ТЦ «Стройград», 3 этаж. (далее мелким шрифтом) Предложение действует на окна и балконы из профиля «КВЕ» (КабЭЕ) 58 мм с 12 апреля 2017 г. по 30 апреля 2017 г. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел (8443)20-7777. Количество товара ограничено. (далее более крупно) Рассрочка предоставляется ООО «Окна Рехау», транслируемую

Продолжительность рекламного ролика – 10 секунд.

Звуковое сопровождение ролика со следующим текстом: «Акция, скидка 50

% на окна и балконы. Закажи в рассрочку доступные окна в каждый дом. Волжский 20-7777. Волгоград 43-8888».

В видеоряде присутствует изображение уже вставленного окна, что создает впечатление, что рекламируемые скидки распространяются на весь комплекс услуг (сами окна и их установку).

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 и балконы профиля «КВЕ» (КаБэЕ) 58 мм от компании ООО «Окна Рехау».

Целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (пластиковые окна и балконы), реализуемые ООО «Доступные 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.

Как установлено в ходе дела рассрочка платежа и 50% скидка фактически предоставлялись Обществом в период распространения рекламы исключительно на окна из профиля КВЕ 58 и их установку (всего заключено 7 договоров, копии представлены в материалы дела).

В рассматриваемой телевизионной рекламе тексты «скидка 50%» (выделен дополнительно красным цветом) и «рассрочка платежа» исполнены крупным шрифтом.

При этом письменный текст «Предложение действует на окна и балконы из профиля «КВЕ» (КаБЭЕ) 58 мм с ... 2017 г. по ... 2017 г. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел (8443)20-7777. Количество товара ограничено» исполнен гораздо более мелким шрифтом по сравнению с остальной информацией.

В звуковом сопровождении полностью отсутствует информация о том, что скидка распространяется только на профиль «КВЕ 58 мм».

Таким образом, информация о том, что скидка распространяется на один профиль - «КВЕ 58 мм» присутствует в рекламе только в письменном тексте, исполненном мелким шрифтом. Потребители могут воспринять данную информацию исключительно посредством прочтения текста.

Комиссией проведена оценка возможности восприятия данного письменного текста.

Общее количество знаков письменного текста в рекламе – 286.

Ролик длится 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 со средней скоростью чтения необходимо 12 секунд, чтобы прочитать текст с нормальной величиной букв с количеством знаков 286 (расчет $(286 \cdot 60) / 1500$).

Для потребителей с низкой скоростью чтения необходимо – 19 секунд (расчет $(286 \cdot 60) / 900$).

Таким образом, обычные потребители, телезрители не могут прочитать за время прохождения ролика (10 секунд) весь написанный текст. Мелкий шрифт усложняет прочтение информации. Следовательно, текст написанный мелким шрифтом, в частности информация о виде профиля («профиля «КВЕ» (КаБЭЕ) 58 мм»), не доведен до потребителей в доступном для восприятия виде.

Между тем, как установлено в ходе рассмотрения дела, фактически объектом рекламирования выступают именно изделия из одного конкретного профиля «КВЕ 58 мм», данная информация является существенной для потребителя, так как именно заказ данного конкретного профиля позволяет потребителю воспользоваться рекламируемой скидкой на окна.

В п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального

закон «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 ([часть 7 статьи 5](#) Закона о рекламе).

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, на какой именно профиль распространяется скидка 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 заявитель по данному делу. Не заметив, не восприняв информацию, указанную мелким шрифтом, он понял рекламу таким образом, что скидка 50 % процентов действует при заказе любого профиля у ООО «Окна Рехау» (ныне ООО «Доступные окна»).

Таким образом, при формальном присутствии в рекламе указания на применение скидки на конкретный профиль (*«Предложение действует на окна и балконы из профиля «КВЕ» (КаБЭЕ) 58 мм»*)- 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.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает 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 «Доступные окна» (ОГРН 11534350006010 ИНН/КПП 3435122810/343501001 пр-т Ленина, д. 75, лит. Офис 1, г. Волжский, 404130).

На момент вынесения решения у Комиссии прекращения распространения ненадлежащей рекламы, поэтому имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения рекламного законодательства.

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 акции по предоставлению скидки в размере 50 % на пластиковые окна от ООО «Доступные окна» с текстом *«Акция скидка 50 % на окна и балконы. Закажи в рассрочку. Доступные окна в каждый дом. – 50% (8443)20-7777, пр. Ленина, 75, (8442)43-8888, ТЦ «Стройград», 3 этаж. (далее мелким шрифтом) Предложение действует на окна и балконы из профиля «КВЕ» (КабЭЕ) 58 мм с 12 апреля 2017 г. по 30 апреля 2017 г. Подробности об условиях предоставления скидок и рассрочки по тел (8443)20-7777. Количество товара ограничено. Рассрочка предоставляется ООО «Окна Рехау», транслируемую с апреля по сентябрь 2017 года в региональном (волгоградском) эфире телеканалов: общероссийского обязательного общедоступного канала «Первый канал», «Россия 1», «Петербург – 5 канал», «ТВ ЦЕНТР-Москва», ЭСМИ «Домашний», ЭСМИ «Первый развлекательный СТС», «Телекомпания НТВ», «Телеканал REN-TV», «Национальная компания ЗВЕЗДА» 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 действий которого содержатся признаки нарушения законодательства: ООО «Доступные окна» (ОГРН 11534350006010 ИНН/КПП 3435122810/343501001 пр-т Ленина, д. 75, лит. Офис 1, г. Волжский, 404130).

3. Выдать лицу, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства: ООО «Доступные окна» (ОГРН 11534350006010 ИНН/КПП 3435122810/343501001 пр-т Ленина, д. 75, лит. Офис 1, г. Волжский, 404130) 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.