

Додаток 7
до Технічного регламенту
енергетичного маркування
холодильних приладів з
функцією прямого продажу
(пункт 1 розділу II)

**Інформація, яка надається у візуальній рекламі, в технічних
рекламних матеріалах для дистанційного продажу, за винятком
дистанційного продажу через мережу Інтернет**

1. У візуальній рекламі холодильних приладів з функцією прямого продажу, з метою забезпечення відповідності вимогам, викладеним у абзаці сьомому пункту 1 розділу II та абзаці п'ятому розділу III цього Технічного регламенту, клас енергоефективності та діапазон класів енергоефективності, зазначені на енергетичній етикетці, повинні відповідати вимогам зазначеним в пункті 4 цього додатка.

У візуальній рекламі холодильних приладів з функцією прямого продажу, з метою забезпечення відповідності вимогам, викладеним у абзаці сьомому пункту 1 розділу II та абзаці п'ятому розділу III цього Технічного регламенту, клас енергоефективності та діапазон класів енергоефективності доступні на етикетці, повинні бути вказані, як зазначено в пункті 4 цього додатка.

2. У технічних рекламних матеріалах щодо холодильних приладів з функцією прямого продажу, з метою забезпечення відповідності вимогам, викладеним у абзаці восьмому пункту 1 розділу II та абзаці шостому розділу III цього Технічного регламенту, клас енергоефективності та діапазон класів енергоефективності, зазначені на енергетичній етикетці, повинні відповідати вимогам зазначеним у пункті 4 цього додатка.

3. Будь-які паперові матеріали щодо дистанційного продажу холодильних приладів з функцією прямого продажу повинні вказувати клас енергоефективності та діапазон класів енергоефективності, як зазначено на енергетичній етикетці відповідно до вимог пункту 4 цього додатка.

4. Клас енергоефективності та діапазон класів енергоефективності мають бути зазначені, як наведено на рисунку 2 цього додатка, а саме:

стрілка, що містить літеру класу енергоефективності на 100 % білого кольору, надруковану шрифтом Calibri Bold і розміром шрифту, що принаймні еквівалентний розміру шрифту ціни, коли ціна вказана, у всіх інших випадках – чітко видимим і розбірливим розміром шрифту;

колір стрілки має відповідати кольору класу енергоефективності;
діапазон доступних класів енергоефективності на 100 % чорного кольору;
розмір повинен бути таким, щоб стрілка була чітко видима та розбірлива.
Літера в стрілці класу енергоефективності повинна бути розміщена в центрі прямокутної частини стрілки, з рамкою 0,5 pt 100 % чорного кольору навколо стрілки та літерою класу енергоефективності.

Як виняток, якщо візуальна реклама, технічні рекламні матеріали або паперові матеріали для дистанційного продажу друкуються монохромним друком, стрілка може бути монохромною в такій візуальній рекламі, технічному рекламному матеріалі або паперовому матеріалі для дистанційного продажу.



Рис. 2 Кольорова/монохромна ліва/права стрілка, із зазначеним діапазоном класів енергоефективності

5. Дистанційний продаж на основі телемаркетингу має спеціально інформувати споживача про класи енергоефективності продукції та діапазон класів енергоефективності, доступний на енергетичній етикетці, а також про те, що споживач може отримати доступ до енергетичної етикетки та інформаційного листа продукції через вебсайт бази даних продукції або на запит про надання друкованої копії.

6. Для всіх ситуацій, наведених у пунктах 1–3, 5 цього додатка, споживач повинен мати можливість доступу до енергетичної етикетки та інформаційного листа продукції через посилання на вебсайт бази даних продукції, або отримати друковану копію на запит.