

**о признании рекламы ненадлежащей**

**«04» мая 2017 года г. Йошкар-Ола**

Резолютивная часть решения объявлена: «27» апреля 2017 года

Полный текст решения изготовлен: «04» мая 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

в составе:

председатель Комиссии,

член Комиссии,

член Комиссии,

рассмотрев дело № 03-21/27-2017, возбужденное по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в отношении ИП С., выразившимся в распространении рекламных листовок в почтовые ящики жителей г. Йошкар-Ола,

в присутствии на заседании комиссии:

председателя ТСЖ «Планета» Л. - паспорт,

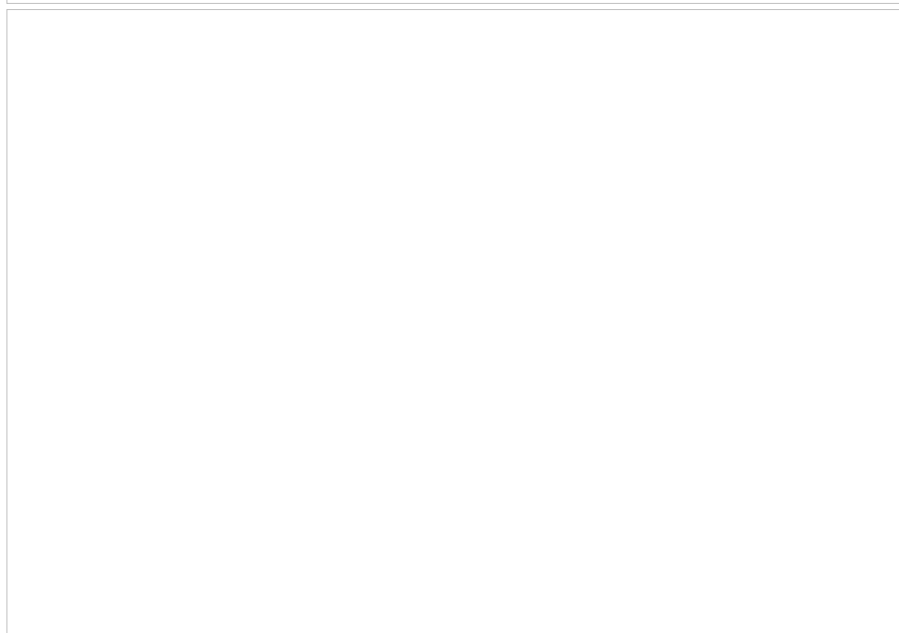
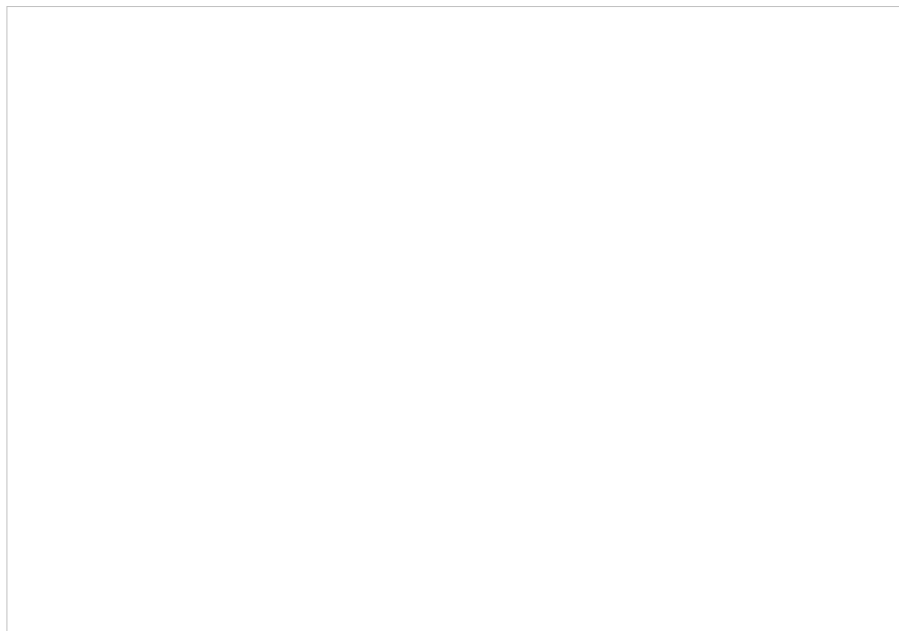
В.-паспорт,

в отсутствие иных лиц, привлеченных к участию в рассмотрении дела, надлежащим образом извещенных о дате, месте, времени рассмотрения дела,

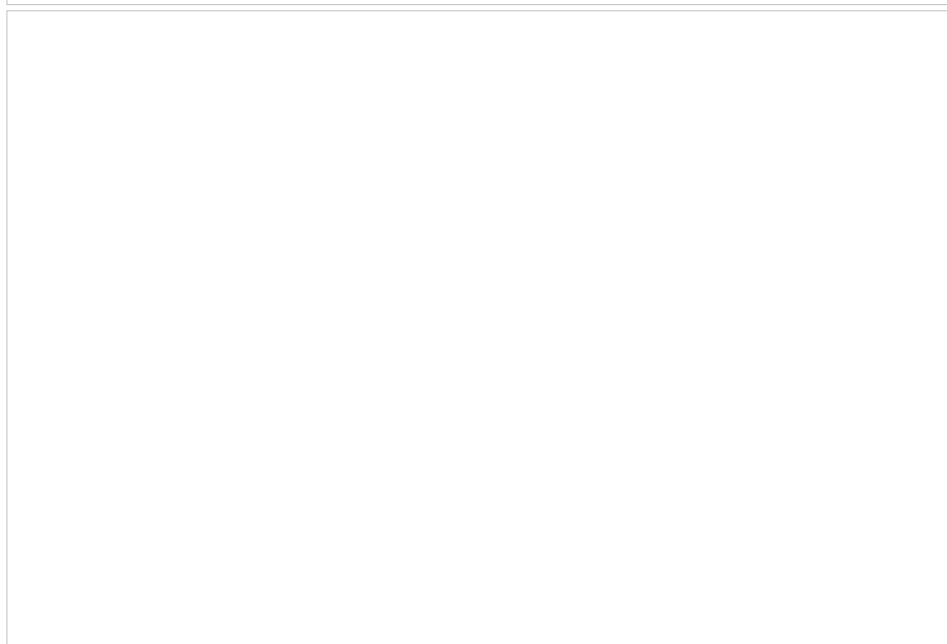
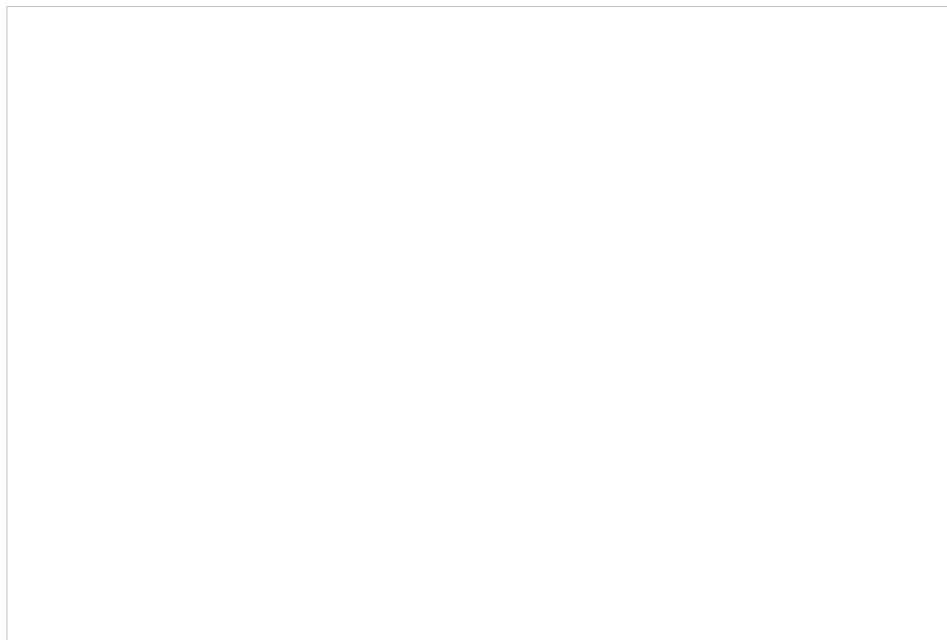
**УСТАНОВИЛА:**

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП С. по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении листовок рекламного характера с недостоверной информацией относительно установки проведения поверки установленных приборов учета воды.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) проведен мониторинг рекламы, распространенной в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов города Йошкар-Олы, в результате которого в ноябре 2016 года установлен факт распространения рекламных листовок в почтовых ящиках многоквартирных жилых домов следующего содержания:



В период рассмотрения полученных материалов в Марийское УФАС России поступило заявление ТСЖ «Планета» от 20.03.2017 вх.№3048 о распространении листовок в многоквартирном доме по адресу ул. Петрова, д.5 следующего содержания:



При этом заявитель указал, что листовки с указанным содержанием постоянно поступают в почтовые ящики жильцов. Также ТСЖ «Планета» указало, что листовки выполнены в угрожающей форме, что вводит в заблуждение жильцов, особенно пенсионеров, которые вынуждены пользоваться услугами, указанными в рекламе. Так, собственник квартиры В. получив данное извещение, связалась по указанному в листовке телефону, при этом ей была предоставлена информация о непригодности установленных приборов учета, вместо проведения поверки были выполнены работы по установке новых приборов учета.

Определением от 03.04.2017 о возбуждении дела о нарушении законодательства о рекламе к участию в рассмотрении дела привлечены: заявители В., ТСЖ «Планета», заинтересованные лица ООО «ЕЦИС ЖКХ», ООО «Метер», лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ИП С.

На заседании комиссии по рассмотрению дела В., ТСЖ «Планета» поддержали доводы, изложенные в заявлении, указали, что гражданка В. была введена в заблуждение при оказании ей услуг, поскольку целью ее обращения по телефону, указанному в листовке, являлась поверка установленных у нее приборов учета воды. Однако фактически ей были

проведены работы по замене установленных счетчиков на новые. Установленные ранее приборы учета воды были изъяты. Также заявителями представлены копии паспортов на установленные приборы учета НОРМА СВКМ.

ИП С., а также заинтересованные лица ООО «Метер», ООО «ЕЦИС ЖКХ» на заседание комиссии не явились, письменные пояснения и документы не представили. С учетом того, что указанные лица были надлежащим образом извещены о дате, времени, месте рассмотрения дела, Комиссия считает возможным рассмотреть дело в отсутствие данных лиц.

Комиссия Марийского УФАС России, рассмотрев полученные в ходе рассмотрения материалы и документы, письменные и устные пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, приходит к выводу о нарушении законодательства о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы на основании следующего.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - 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.

Информация, указанная в рассматриваемых извещениях, является рекламой, так как распространена при помощи рекламных листовок, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под объектом рекламирования понимают товар, средства 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Из содержания текста рекламной информации, содержащегося в рассматриваемом извещении следует, что объектом рекламирования являются услуги по проведению поверки приборов учета воды, а также «Единая городская служба по учету водоснабжения».

На основании выписки из реестра Российской системы и плана нумерации номер абонента (8362) 31 17 65, указанный в качестве контактного в рассматриваемом извещении, принадлежит номерной ёмкости АО «СМАРТС-Йошкар-Ола». Данный номер согласно договору оказания услуг связи от 25.10.2015 выделен ООО «ЕЦИС ЖКХ».

Оказание услуг от лица «Единый городской центр обслуживания ЖКХ» осуществляет ИП С.

Между ООО «ЕЦИС ЖКХ» и ИП С. заключен договор на оказание услуг центра обработки вызовов №144-3/2016, в соответствии с условиями которого ООО «ЕЦИС ЖКХ» обязано оказывать ИП С. (Заказчику) услуги по обработке телефонных вызовов, телефонные опросы, актуализации данных, телефонных презентаций товаров и услуг заказчика, ввод данных, аппаратно-программное и прочее техническое обеспечение указанной деятельности, а также передачу заказчику результата обработки вызовов.

Целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых

сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге).

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «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 соответствии с пунктами 2, 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит недостоверные сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара, недостоверные сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

В соответствии с Федеральным законом от 26.06.2008 №102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений» в целях официального признания компетентности юридического лица или индивидуального предпринимателя выполнять работы и (или) оказывать услуги по обеспечению единства измерений проводится аккредитация в области обеспечения единства измерений. К работам и (или) услугам, для оказания которых требуется прохождение аккредитации, относятся: аттестация методик (методов) измерений, относящихся к сфере государственного регулирования обеспечения единства измерений, поверка средств измерений.

Из заявления ТСЖ «Планета» следует, что фактически гражданке В. были установлены новые приборы учета воды вместо проведения поверки уже установленных счетчиков. Из пояснений В. также следует, что при обращении по номеру телефона, указанному в качестве контактного в рекламе, ее убедили о необходимости установки новых приборов учета воды, несмотря на желание потребителя о проведении поверки установленных счетчиков.

Из сведений, представленных ИП С. работы по поверке установленных приборов учета проводятся ООО «Метер» (которое имеет разрешительные документы на право осуществления поверки приборов учета) на основании договора от 04.01.2016 №8/2016п, заключенного с ИП С.

Согласно письменным пояснениям ИП С. от 15.03.2017 вх.№2868 с момента заключения указанного договора не было проведено ни одной поверки.

С учетом имеющихся в деле документов и доказательств, Комиссия приходит к выводу о том, что до потребителей в рассматриваемой рекламе доводятся недостоверные сведения относительно характеристик рассматриваемых услуг, поскольку фактически вместо

проведения поверки предлагаются услуги по установке счетчиков воды. Кроме того, использование в рассматриваемом извещении следующих слов и словосочетаний: «обращаем Ваше внимание на утвержденный график проведения коллективной поверки приборов учета воды в Вашем доме», «работы по поверке будут проводиться...», «Вам необходимо согласовать дату и время процедуры поверки приборов учета воды», «напоминаем Вам, что согласно Федеральному Закону от 26.06.2008 №102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений», а также Постановлению Правительства РФ от 06.05.2011 №354» создает у потребителей впечатление об обязательности приобретения данной услуги именно у «Единый городской центр обслуживания ЖКХ».

Также форма изложения рекламной информации в виде «персонального извещения» со штрих-кодом может быть воспринята потребителями как обязательное к исполнению распоряжение снабжающей организации к совершению действий по поверке приборов учета воды в указанные в листовке (извещении) сроки, а также обязательности приобретения данной услуги у «Единый городской центр обслуживания ЖКХ».

Ссылки в рекламе на нормативно-правовые акты, а также утверждение о том, что будут проводиться работы по коллективной поверке приборов учета вводят потребителей в заблуждение, создают впечатление о проведении данных работ определенной организацией и необходимости обращения в «Единую городскую службу» для соблюдения требований действующего законодательства.

В рассматриваемой рекламе указано, что работы по проведению поверки будут проводиться с 14 ноября по 14 декабря 2016 года, с 6 марта по 6 апреля 2017 года. Такое указание в рекламе создает у потребителей впечатление о плановости проведения работ. В действительности не установлено, что работы являются плановыми, проводятся в соответствии с графиком и т.д.

Таким образом, рекламные листовки нарушают требования пунктов 2, 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку содержат недостоверные сведения относительно характеристик и условий потребления данной услуги гражданами, а также недостоверные сведения относительно возможности приобретения данных услуг в определенное время.

В силу пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит недостоверные сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание недостоверных сведений о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Рассматриваемая реклама содержит недостоверные сведения относительно лица, оказывающего услуги, поскольку фактически услуги в городе Йошкар-Ола оказывает ИП С., хозяйствующие субъекты с наименованием «Единый городской центр обслуживания ЖКХ» в ЕГРЮЛ не зарегистрированы.

Кроме того, наименование «Единой городской центр обслуживания ЖКХ» создает впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта. У потребителей создается впечатление о том, что «Единый городской центр обслуживания ЖКХ» является некой муниципальной организацией, а также указывает на преимущество перед другими хозяйствующими субъектами,

оказывающими услуги по поверке приборов учета, тогда как в действительности данного преимущества не существует.

Сообщая недостоверную информацию о том, что хозяйствующий субъект является «единым центром» неопределенному кругу лиц, ИП С. неправомерно привлекает внимание потребителей услуг на рынке услуг по проведению поверки приборов учета воды к одному хозяйствующему субъекту, чем создает преимущество рекламируемых им услуг перед другими хозяйствующими субъектами, оказывающими услуги на данном рынке.

Более того, включение в название «Единый городской центр обслуживания ЖКХ» слова «Единый» создает у потребителей впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта, и отсутствии иных хозяйствующих субъектов, занимающихся поверкой приборов учета в г. Йошкар-Оле.

Таким образом, применение в рассматриваемой рекламе названия «Единый городской центр обслуживания ЖКХ» является указанием на преимущество, которое в действительности у хозяйствующего субъекта отсутствует, поскольку объединенного, единого центра ЖКХ в городе Йошкар-Ола не существует.

Следовательно, реклама также содержит недостоверные сведения относительно преимущества хозяйствующего субъекта и наименования лица, оказывающего услугу, что является нарушением пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама нарушает требования пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из пояснений ИП С. от 15.03.2017 вх.№2869 следует, что индивидуальный предприниматель самостоятельно определил содержание листовок и объект рекламирования, а также самостоятельно изготовил данные листовки и распространил в многоквартирных жилых домах.

Поскольку при обращении гражданки по телефону, указанному в рекламной листовке, были проведены работы ИП С., что подтверждается представленными в материалы дела актом приема -передачи выполненных работ (оказанных услуг) от 10.03.2017 и квитанцией об оплате, а также договором бытового подряда от 10.03.2017, заключенным с потребителем, Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что коммерческий интерес к размещению и распространению рекламы в многоквартирных жилых домах города Йошкар-Олы имеет ИП С.

На основании изложенного, Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых листовок является ИП С.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания

о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

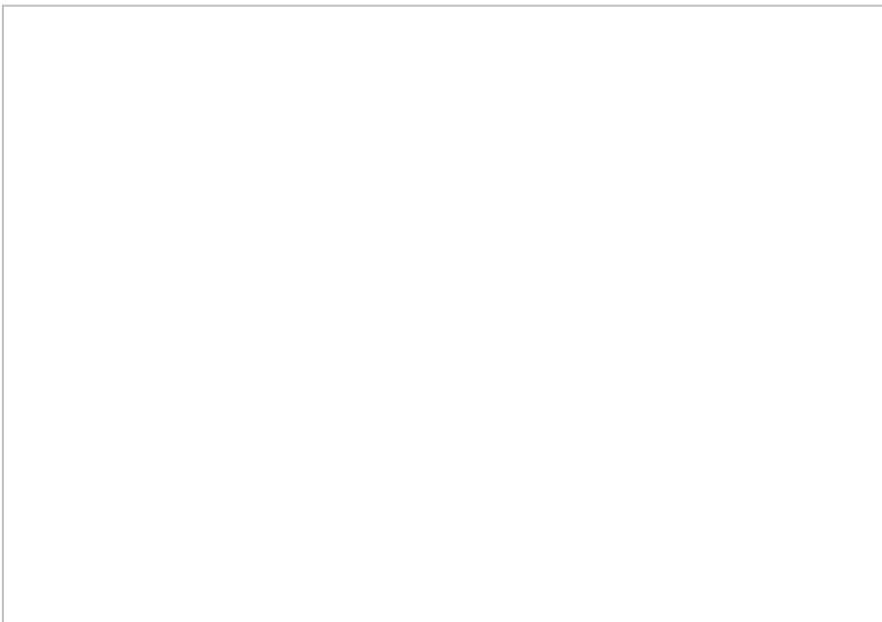
В настоящий момент доказательства, свидетельствующие о прекращении ИП С. нарушения законодательства о рекламе, в материалах дела отсутствуют.

Марийское УФАС России, изучив представленные в материалы дела доказательства, считает необходимым выдать ИП С. предписание о прекращении нарушения законодательства 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 услуг по проведению поверки приборов учета воды, распространенную в виде листовок рекламного характера в почтовых ящиках жилых домов города Йошкар-Олы следующего содержания:





поскольку в ней нарушены пункты 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП С. обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии  
Члены комиссии: