

Резолютивная часть решения оглашена «13» февраля 2024 г.

В полном объеме решение изготовлено «28» февраля 2024 г.

«28» февраля 2024 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление).

Члены Комиссии:

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления;

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления, рассмотрев материалы дела № 050/05/5-2848/2023, возбужденного по факту распространения 01.11.2023 рекламных листовок по почтовым ящикам многоквартирного дома, расположенного по адресу: Московская область, г. Жуковский, ул. Комсомольская, с рекламой следующего содержания: «Уведомление за октябрь 2023 г. /Адрес: Комсомольская ул., д. 4/ Метрологическая служба г. Жуковский 8 (495) <...>/ Уважаемые собственники, согласно Федеральному Закону от 26.06.2008 года № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений», а также Постановлению Правительства РФ от 06.06.2011 г. № 354, индивидуальные приборы учета воды ДОЛЖНЫ ПРОЙТИ ОБЯЗАТЕЛЬНУЮ МЕТРОЛОГИЧЕСКУЮ ПОВЕРКУ, без проведения которой приборы считаются непригодными для учета водопотребления <...> Выдача документов для УК, ЕИРЦ, ГБУ Жилищник, внесение в новую базу ФГИС АРШИН. Согласовать дату и время проведения поверки счетчиков воды можно по телефону Метрологической службы: 8 (495) <...> с 9 до 19 часов, ежедневно <...> Во избежание мошеннических действий, напоминаем: Инженерная служба г. Москвы, МО и МФЦ не производит обзвон жителей на предмет метрологической поверки и не запрашивает личных данных» с признаками нарушения пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и пункта 6 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), в отсутствие <...>, извещенного надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение физического лица по факту распространения 01.11.2023 рекламных листовок по почтовым ящикам многоквартирного дома, расположенного по адресу: Московская область, г. Жуковский, ул. Комсомольская, с рекламой следующего содержания: «Уведомление за октябрь 2023 г. /Адрес: Комсомольская ул., д. 4/ Метрологическая служба г. Жуковский 8 (495) <...>/ Уважаемые собственники, согласно Федеральному Закону от 26.06.2008 года № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений», а также Постановлению Правительства РФ от 06.06.2011 г. № 354, индивидуальные приборы учета воды ДОЛЖНЫ ПРОЙТИ ОБЯЗАТЕЛЬНУЮ МЕТРОЛОГИЧЕСКУЮ ПОВЕРКУ, без проведения которой приборы считаются непригодными для учета водопотребления <...> Выдача документов для УК, ЕИРЦ, ГБУ Жилищник, внесение в новую базу ФГИС АРШИН. Согласовать дату и время проведения поверки счетчиков воды можно по телефону Метрологической службы: 8 (495) <...> с 9 до 19 часов, ежедневно <...> Во избежание мошеннических действий, напоминаем: Инженерная служба г. Москвы, МО и МФЦ не производит обзвон жителей на предмет метрологической поверки и не запрашивает личных данных» с признаками нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Обращение).

В ходе рассмотрения Обращения Управлением установлено, что рекламная листовка оформлена как официальный документ, графическое исполнение которого выполнено с использованием штрих-кода и ссылок на нормативные правовые акты Российской Федерации.

На основании Обращения Управлением возбуждено дело № 050/05/5-2848/2023, правовая позиция по настоящему делу <...> не представлена, ввиду чего дело рассмотрено на основании имеющихся документов.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

В силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования – 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая листовка содержит информацию, адресованную неопределенному кругу лиц, так как нельзя заранее определить ее получателей, она может представлять интерес и доступна неопределенному кругу лиц.

Информацию, размещенную на данной листовке, следует квалифицировать как

рекламу, поскольку она соответствует всем приведенным в Законе о рекламе признакам рекламы, а именно является информацией, распространенной в форме листовки, адресованной неопределенному кругу лиц и направленной на формирование интереса к объекту рекламирования – услугам по поверке средств измерений (приборов учета воды жилых помещений).

Пунктом 6 статьи 7 Закона о рекламе определено, что не допускается реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия, а также работ или услуг по оценке (подтверждению) соответствия, в том числе по приему и рассмотрению документов, необходимых для выполнения указанных работ и (или) оказания услуг, осуществляемых лицами, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации (в случае, если получение такой аккредитации предусмотрено законодательством Российской Федерации), либо аккредитованными лицами, но без указания наименования аккредитованного юридического лица или фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя и уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц.

В соответствии со статьей 19 Федерального закона от 26.06.2018 № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений» аккредитация в области обеспечения единства измерений осуществляется в целях официального признания компетентности юридического лица или индивидуального предпринимателя выполнять работы и (или) оказывать услуги по обеспечению единства измерений в соответствии с указанным законом. К указанным работам и (или) услугам относится в том числе поверка средств измерений.

Рассматриваемая реклама является рекламой услуг по оценке (подтверждению) соответствия приборов учета горячей и холодной воды, оказание данных услуг осуществляется только лицами, состоящими в реестре аккредитованных лиц, сформированном Федеральной службой по аккредитации в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 01.07.2014 № 604 «Об утверждении Правил формирования и ведения реестра аккредитованных лиц, реестра экспертов по аккредитации, реестра технических экспертов, реестра экспертных организаций и предоставления сведений из указанных реестров».

Лица, выполняющие работы по оценке соответствия, в том числе по оценке соответствия приборов учета воды, вправе осуществлять указанную деятельность только после получения аккредитации в порядке, установленном Федеральным законом от 28.12.2013 № 412-ФЗ «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» и при наличии подтверждающих документов.

Таким образом, пунктом 6 статьи 7 Закона о рекламе установлен запрет на распространение рекламы в тех случаях, когда оказание рекламируемых услуг осуществляется лицом, не имеющими аккредитации в национальной системе аккредитации.

В рассматриваемой рекламе отсутствует указание наименования аккредитованного юридического лица либо фамилии, имени и (если имеется) отчества аккредитованного индивидуального предпринимателя, а также уникального номера записи об аккредитации в реестре аккредитованных лиц.

Учитывая изложенное, Управлением установлен факт нарушения пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Недостоверной является реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара (пункт 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Исходя из смысла указанной нормы Закона о рекламе, сведения об изготовителе, продавце услуг являются обязательными, так как потребитель должен знать, кто оказывает те или иные услуги.

Согласно части 1 статьи 1473 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

В нарушение данных правовых норм в тексте рассматриваемой рекламы не содержатся соответствующие действительности сведения о лице, оказывающем рекламируемые услуги.

Учитывая изложенное, Управлением установлен факт нарушения пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Законом о рекламе установлено, что 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 (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

Рекламная листовка оформлена как официальный документ, содержащий ссылки на нормативные правовые акты Российской Федерации, следовательно, рассматриваемая реклама вводит потребителей в заблуждение оформлением и содержанием текста.

Учитывая изложенное, Управлением установлен факт нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Частью 6 статьи 38 Закона о рекламе установлено, что рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 20 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 и пунктом 6 статьи 7 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 6 статьи 7 Закона о рекламе.

В силу положений пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект

рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования.

Отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространения рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы. Рекламодателем признается лицо, которое в силу объекта рекламирования и обстоятельств заинтересовано в распространении рекламы.

В постановлении Арбитражного суда Московского округа от 06.07.2021 № Ф05-13131/2021 по делу № А40-134375/2020 суд отметил, что решающим фактором при определении рекламодателя является наличие интереса в распространении рекламы в отношении объекта рекламирования.

Аналогичный вывод отражен в постановлении Арбитражного суда Московского округа от 26.09.2017 № Ф05-13544/2017 по делу № А40-240073/2016.

Управлением установлено, что абонентский номер +7 (495) <...>, указанный в рекламе в качестве контактного номера, выделен <...> в соответствии с договором от 31.03.2021 № 100301659, заключенным с АО «МТТ».

Согласно приложению № 2 к договору от 31.03.2021 № 100301659 <...> подтвердил, что является единственным лицом, использующим оборудование (абонентский номер +7495<...>), установленное по адресу: <...>.

Учитывая изложенное, именно <...> заинтересован в рекламе рассматриваемых услуг, поскольку потенциальный клиент для получения указанных услуг совершит звонок на абонентский номер, принадлежащий <...>

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы также является <...>

Документов и сведений, опровергающих данный факт, <...> в Управление не представил.

Учитывая изложенное, Комиссия пришла к выводу о том, что <...> своими действиями нарушил пункт 20 части 3 статьи 5, часть 7 статьи 5 и пункт 6 статьи 7 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в

целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На дату вынесения решения по настоящему делу у Комиссии отсутствуют сведения о продолжении распространения рассматриваемой рекламы.

Таким образом, основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и пункта 6 статьи 7 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:

<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>