

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 03-07/183-2017

об административном правонарушении

«11» января 2018 года  
Йошкар-Ола

г.

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России), рассмотрев протокол от «28» ноября 2017 года и материалы дела № 03-07/183-2017 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Андроновой Эльвиры Александровны (ИНН 100399369768, ОГРНИП 317100100005642) по факту нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы услуг поверки учета воды в городе Йошкар-Ола «Единой городской службой по учету водоснабжения» (решение Марийского УФАС России от 13.10.2017 по делу № 03-21/48-2017), ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отсутствие ИП Андроновой Э.А., надлежащим образом уведомленной о дате, месте, времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Марийским УФАС России возбуждено дело об административном правонарушении № 03-07/183-2017 в отношении индивидуального предпринимателя Андроновой Эльвиры Александровны по факту нарушения требований пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», выразившихся в распространении ненадлежащей рекламы услуг поверки учета воды в городе Йошкар-Ола «Единой городской службой по учету водоснабжения», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Протокол об административном правонарушении № 03-07/183-2017 от 28 ноября 2017 года составлен ведущим специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России в соответствии со статьями 28.2, 28.3 КоАП РФ в отсутствие ИП Андроновой Э.А., надлежащим образом извещенной о дате и времени составления протокола об административном правонарушении (уведомление о составлении протокола от 07.11.2017 исх. № 03-07/8515 получено 23.11.2017).

Копия протокола № 03-07/183-2017 (исх.№03-07/9019 от 30.11.2017) направлена по адресу места регистрации и почтовому адресу индивидуального предпринимателя.

В связи с отсутствием доказательств надлежащего извещения лица, привлекаемого к административной ответственности, а также в связи с необходимостью получения дополнительных документов и сведений определением от 11.12.2017 по делу № 03-07/183-2017 рассмотрение дела об административном правонарушении отложено на 11.01.2018 в 13 часов 30 минут. Копия указанного определения (исх. № 03-07/9315 от 13.12.2017) направлена по адресу места регистрации и почтовому адресу индивидуального предпринимателя и получена ею 26.12.2017, что подтверждается почтовым уведомлением.

Таким образом, на момент рассмотрения дела ИП Андронova Э.А. была надлежащим образом уведомлена о дате, времени, месте рассмотрения дела.

Событие административного правонарушения выразилось в следующем.

В Марийское УФАС России поступило заявление (вх. № 7764 от 22.06.2017) в рамках переадресации из прокуратуры г. Йошкар-Олы.

Марийским УФАС России возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе в отношении ИП Андроновой Э.А. по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы поверки приборов учета воды в городе Йошкар-Ола «Единой городской службой по учету водоснабжения», распространявшейся в почтовые ящики жителей города Йошкар-Олы, что вводит в заблуждение потребителей рекламы.

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) 36-01-95, указанный в качестве контактного в рассматриваемом извещении, принадлежит номерной ёмкости ПАО «Вымпел-Коммуникации». Данный номер согласно договору оказания услуг связи № 645548453 от 29.03.2017 выделен ООО «ЕЦИС ЖКХ».

Оказание услуг от лица «Единый городской центр обслуживания ЖКХ» осуществляет ИП Андропова Эльвира Александровна.

Между ООО «ЕЦИС ЖКХ» и ИП Андроновой Э.А. заключен договор на оказание услуг центра обработки вызовов №145-1/2017, в соответствии с условиями которого ООО «ЕЦИС ЖКХ» обязалось оказывать ИП Андроновой Э.А. (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.

Из сведений, представленных ИП Андроновой Э.А. следует, что работы по поверке установленных приборов учета в г. Йошкар-Ола не производились.

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.

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...», «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».

Кроме того, форма изложения рекламной информации в виде «персонального извещения» со штрих-кодом может быть воспринято 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 12 июня по 26 июня 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, рассматриваемая реклама нарушает требования пунктов 2, 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку содержит 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 рекламирует и представляет ИП Андропова Э.А., хозяйствующих субъектов с наименованием «Единый городской центр обслуживания ЖКХ» в ЕГРЮЛ не зарегистрировано.

Вместе с тем, из материалов дела следует, что ИП Андропова Э.А. не оказывает услуги по поверке приборов учета воды, а только проверяет их на необходимости такой поверки специализированными учреждениями.

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 Андропова Э.А. 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 нарушает требования пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, 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 Андроновой Э.А. следует, что индивидуальный предприниматель самостоятельно определила содержание листовок и объект рекламирования, а также самостоятельно изготовила данные листовки и распространила в многоквартирных жилых домах.

На основании изложенного, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых листовок является ИП Андропова Э.А.

В соответствии с пунктом 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении, является виновность лица в совершении административного правонарушения (статья 26.1 КоАП РФ).

В силу статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия),

предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично. Административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Лицо может быть признано невиновным в совершении административного правонарушения, если представит доказательства того, что им были предприняты все необходимые и достаточные меры для предотвращения правонарушения.

Антимонопольным органом установлено, что ИП Андропова Э.А. при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы могла предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имел возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняла всех зависящих от нее мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган, на основе собранных по делу доказательств, приходит к выводу, что вина ИП Андроновой Э.А. в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

*Место совершения административного правонарушения:* Республика Марий Эл.

*Время совершения административного правонарушения:* 12.06.2017-дата распространения рекламы о поверке приборов учета воды в городе Йошкар-Ола «Единой городской службой по учету водоснабжения».

**Состав административного правонарушения** по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, совершенного ИП Андроновой Э.А., образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона — действия ИП Андроновой Э.А., направленные на доведение рекламы до потребителей с нарушением пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе;
- субъект правонарушения – ИП Андропова Э.А.
- субъективная сторона - виновное совершение административного

правонарушения, так как у ИП Андроновой Э.А. имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но ей не были приняты все зависящие от нее меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения ИП Андроновой Э.А. Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ) не установлено.

Дополнительно должностным лицом Марийского УФАС России исследован во прос о малозначительности.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Как разъяснил Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума от 24.03.2005 №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений. При этом такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное

сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Действия ИП Андроновой Э.А. содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении предпринимателя к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Совершенное ИП Андроновой Э.А. правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное ИП Андроновой Э.А. правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники, а также лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, не установлены.

Обстоятельством, отягчающим административную ответственность, Марийское УФАС России признает привлечение ИП Андроновой Э.А. к административной ответственности за размещение ненадлежащей рекламы услуг поверки учета воды в городах Смоленске, Новосибирске, Ижевске, Чебоксарах, Калининграде, Архангельске, Благовещенске «Единой городской службой по учету водоснабжения» (постановление Карельского УФАС России о назначении наказания в виде предупреждения по делу об административном правонарушении № 03-

03/65-2017 от 09.01.2018).

Основания для применения статьи 4.1.1 КоАП РФ не установлены.

Таким образом, должностное лицо, считает возможным назначить ИП Андроновой Эльвире Александровне административное наказание в виде штрафа в минимальном размере санкции ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ в сумме 4 000 (четырёх тысяч) рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.10, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ, статьями 25, 33, 38 Закона о рекламе,

ПОСТАНОВИЛА:

Привлечь индивидуального предпринимателя Андронову Эльвиру Александровну (ИНН 100399369768, ОГРНИП 317100100005642) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить наказание в виде штрафа в размере **4 000 (четырёх тысяч) рублей.**

Заместитель руководителя