

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/5-839/2022

и назначении дела к рассмотрению

«17» ноября 2022 года

г. Йошкар-Ола

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...>, рассмотрев материалы по факту распространения рекламных листовок на территории городского округа «Город Йошкар-Ола»,

УСТАНОВИЛА:

Марийским УФАС России осуществлен осмотр рекламы, распространяемой в форме листовок, содержащих признаки нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», следующего содержания:

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 рассматриваемом извещении, является рекламой, так как распространена при помощи рекламных листовок, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Согласно пункту 2 статьи 3 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.

Из содержания текста рекламной информации, содержащегося в рассматриваемом извещении следует, что объектом рекламирования являются услуги по проведению поверки приборов учета воды организацией – «Метрологический Учет Приборов ЖКХ» МУП ЖКХ.

Из имеющихся у Марийского УФАС России сведений следует, что абонентский номер 8(8362)31-32-62 принадлежит ИП К.

На основании выписки из реестра Российской системы и плана нумерации номер абонента 8(8362) 31-32-62, указанный в качестве контактного в рассматриваемом извещении, принадлежит ПАО «Мобильные ТелеСистемы». Общество указало, что по данному абонентскому номеру заключен договор на оказание услуг связи между Обществом и ИП К.

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 не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара; 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: «...в связи с истечением срока эксплуатации прибора учета ...», «граждане (потребители) обязаны обеспечить проведение поверок... «...Вам необходимо оставить заявку в срок до...», «запись на проведение работ по поверке-замене производится по номеру...» «...в соответствии с п. д ст. 34 «Правил предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов», утвержденных Постановлением правительства Российской Федерации от 06.05.2011 г. за № 354...» создает у потребителей впечатление об обязательности приобретения данной услуги

именно у «Метрологического Учета приборов ЖКХ» МУП ЖКХ (г. Йошкар-Ола).

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 «Метрологического Учета приборов ЖКХ» МУП ЖКХ (г. Йошкар-Ола).

Ссылки в рекламе на нормативно-правовые акты, а также утверждение об обязательности поверки приборов учета вводят потребителей в заблуждение, создают впечатление о проведении данных работ определенной организацией и необходимости обращения в «Центр метрологии ЖКХ» для соблюдения требований действующего законодательства.

В рассматриваемых рекламных листовках указано, что поверка будет проводиться с 07.11 по 30.11.2022. 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, в рекламных листовках усматриваются признаки нарушения пунктов 2, 3 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку они 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 рекламирует и представляет ИП К., хозяйствующих субъектов с наименованием «Метрологический Учет приборов ЖКХ» МУП ЖКХ (г. Йошкар-Ола) в ЕГРЮЛ не зарегистрировано.

Кроме того, наименование «Метрологический Учет приборов ЖКХ» МУП ЖКХ (г. Йошкар-Ола) создает впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта. У потребителей создается впечатление о том, что «Метрологический Учет приборов ЖКХ» МУП ЖКХ (г. Йошкар-Ола) 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.

Следовательно, применение в рассматриваемой рекламе названия «Метрологический Учет приборов ЖКХ» МУП ЖКХ (г. Йошкар-Ола) является

указанием на преимущество, которое в действительности у хозяйствующего субъекта отсутствует, поскольку отдельного муниципального предприятия в сфере жилищно-коммунального хозяйства, оказывающего рекламируемые услуги в городе Йошкар-Ола, не существует.

Таким образом, реклама также содержит недостоверные сведения относительно преимущества хозяйствующего субъекта и наименования лица, оказывающего услугу, что содержит признаки нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, в рассматриваемой рекламе присутствуют признаки нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, которые являются достаточными для возбуждения дела.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/5-839/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Назначить дело № 012/05/5-839/2022 к рассмотрению на **08 декабря 2022 года в 10 часов 00 минут** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.

3. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения: ИП К. (<...>)

4. ИП К. в срок **до 07 декабря 2022** года представить письменные пояснения, в которых:

1) указать, считает ли индивидуальный предприниматель, что рассматриваемая реклама является ненадлежащей и противоречит требованиям пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Представить мотивированную позицию;

2) с какой целью распространяются данные листовки? Представить мотивированную позицию;

3) информацию о том, на какой территории распространялись указанные листовки;

4) информацию о «Центре метрологии ЖКХ» (учредительные документы, договоры);

5) копию заявок на изготовление/размещение рассматриваемой рекламной информации;

б) иные документы и материалы, имеющие значения для полного и всестороннего изучения данного вопроса.

5. Явка лиц, участвующих в деле (либо их представителей с надлежащим образом оформленными доверенностями), является правом, а не обязанностью.

6. Предложить лицам представить иные сведения и материалы, имеющие значение при рассмотрении данного дела.

Все затребованные документы должны быть оформлены в соответствии с требованиями делопроизводства, подписаны должностным лицом и заверены печатью. В случае невозможности представления документов в указанные сроки просим направить их по факсу: 8(8362)56-60-56 либо по электронной почте to12@fas.gov.ru, с последующим направлением по почте.

В случае отсутствия названных документов представить письменное объяснение причины их отсутствия.

Дополнительно сообщаем, что пропуск в здание ограничен: при входе необходимо иметь при себе средства индивидуальной защиты (медицинская маска).

В связи с чем возможность участия в рассмотрении дела № 012/05/5-410/2022 будет организована посредством удаленного доступа через программу «TrueConf Server». Вход в конференцию по ссылке: <https://fas1.tconf.rt.ru/c/9110774730>.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Информацию о невозможности участия посредством удаленного доступа необходимо сообщить до 07 декабря 2022 года до 17:00.

Председатель

2022-1114