

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 06-06/11-2018**

10 апреля 2018 года

г. Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А. А. – начальник отдела рекламы,

Цынгалова Е. А. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Папырина Ю.С.- ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Леонова Ю. В. – специалист-эксперт отдела рекламы,

рассмотрев дело № 06-06/11-2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения требований пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - индивидуального предпринимателя <...> ИНН 100108866278, ОГРНИП 314100106300057 (далее – ИП <...>), извещенного надлежащим образом (идентификатор почтового отправления 64401025260192),

в отсутствие заинтересованного лица - индивидуального предпринимателя Хомяк Артема Васильевича (далее – ИП Хомяк А.В.), извещенного надлежащим образом (идентификатор почтового отправления 64401025260208),

в отсутствие заявителей, извещенных надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России поступили обращения граждан (вх. № 277э от 15.01.2018, вх. № 314 э от 16.01.2018, вх. № 671э от 26.01.2018, вх. № 701 э от 29.01.2018, вх. № 1228э от 13.02.2018, вх. № 1239э от 13.02.2018, вх. № 1418 от 19.02.2018, вх. № 1485э от 20.02.2018, вх. № 1996 э от 06.03.2018, вх. № 2178э от 14.03.2018), по факту распространения листовок в период с января по апрель 2018 года по почтовым ящикам многоквартирных домов в г. Омске.

К вышеуказанным обращениям заявителями были приложены листовки с информацией следующего содержания:

*«Федеральный закон Российской Федерации от 26 Июля 2008 г. № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений» Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 № 354 (ред. 27.02.2017) «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователей помещений в многоквартирных и жилых домов*

*ИЗВЕЩЕНИЕ № 1116 от 15.01.2018г.*

*Номер ВРФ 368994531*

*ЯНВАРЬ 2018*

*ТЕЛ. 8 (3812) 79-59-41*

*Код подразд. 2РО-П*

*ПРРИМ 01-2018*

*г.ОМСК*

*ПОВТОРНОЕ ИЗВЕЩЕНИЕ*

*Унифицированная форма № РЛ -20.28.12.16РО-П Утверждена 28.12.2016г.*

*ТЕЛЕФОН 8 (3812) **79-59-41***

*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, индивидуальные приборы учета воды должны пройти обязательную метрологическую поверку, без проведения которой приборы считаются непригодными для учета водопотребления. Таким образом, во избежание начисления платы за потребление воды по общему нормативу, а также в целях соблюдения Федерального Закона, Вам необходимо согласовать дату и время процедуры проведения поверки приборов учета воды (в случае истечения межповерочного интервала) по телефону 8 (3812) 79-59-41.*

*Работы по поверке будут проводиться с 15 января по 15 февраля 2018 года.*

*Обращаем Ваше внимание, что самостоятельный демонтаж, а также несанкционированное вмешательство в работу приборов учета категорически запрещено!».*

Аналогичная информация распространялась на рекламных листовках за февраль 2018 года.

По утверждению заявителей, внешний вид и текст листовок вводят их в заблуждение, вынуждая воспользоваться услугой поверки приборов учета водоснабжения у «Единая городская служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по учету водоснабжения и водоотведения».

В соответствии с [пунктом 1 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

В силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в печатном виде (листовки – извещения) по почтовым ящикам многоквартирных домов в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к «Единая городская служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по учету водоснабжения и водоотведения», а также к рекламируемой услуге - поверке приборов учета водоснабжения.

В качестве единственной контактной информации в листовках указан абонентский номер <...> (3812) 79-59-41.

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи ([www.rossvyaz.ru](http://www.rossvyaz.ru)), абонентский номер <...> -59-41 закреплен за оператором связи ПАО «МТС» (Омская область).

В письме ПАО «МТС» от 28.02.2018 № С0820/КТБ/17исх указано, что контракт о предоставлении услуг связи от 29.05.2017 № 155394657872 с выделением абонентского номера <...> в формате городского номера 79-59-41)

заключен между ПАО «МТС» и ИП <...>.

Из пояснений ИП <...> (вх. № 496 э от 22.01.2018) следует, что между ним и ИП <...> был заключен договор на оказание услуг колл-центра от 23.05.2017 (далее – Договор).

Согласно условиям Договора ИП <...> (Исполнитель) обязуется оказать услуги ИП <...> (Заказчик), а именно:

- обработку телефонных вызовов;
- телефонные опросы;
- телефонные презентации товаров и услуг Заказчика;
- аппаратно - программное и прочее техническое обеспечение указанной деятельности;
- передача результата обработки вызовов.

В приложении к Договору указан номер телефона <...> (в формате городского номера 79-59-41), закрепленный предпринимателем <...> за предпринимателем <...>.

Таким образом, в соответствии с условиями Договора ИП <...> и/или его сотрудники осуществляли обработку входящих вызовов на абонентский номер <...> -59-41 (оказание услуг колл-центра) в интересах ИП <...>, который рекламируя услуги поверки приборов учета, указывал упомянутый номер телефона на распространенных листовках.

В пункте 17 статьи 2 Федерального закона от 26.06.2008 № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений» (далее – Федеральный закон «Об обеспечении единства измерений») указано, что поверка средств измерений (далее также - поверка) – это совокупность операций, выполняемых в целях подтверждения соответствия средств измерений метрологическим требованиям.

Поверку средств измерений осуществляют аккредитованные в соответствии с законодательством Российской Федерации об аккредитации в национальной системе аккредитации на проведение поверки средств измерений юридические лица и индивидуальные предприниматели (часть 2 статьи 13 Федерального закона «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 Федеральным законом «Об обеспечении единства измерений». К указанным работам и (или) услугам относятся, в том числе поверка средств измерений (пункт 2

статьи 19 Федерального закона «Об обеспечении единства измерений»).

Согласно сведениям Федеральной службы по аккредитации ([www.fsa.gov.ru](http://www.fsa.gov.ru)), сформированным на апрель 2018 года, в реестре аккредитованных лиц отсутствует информация о наличии аккредитации на проведение поверки средств измерений у ИП <...>, а также у организаций, указанных в рекламе как «Единая городская служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по учету водоснабжения и водоотведения».

На основании подпунктов «г» и «д» пункта 34 Постановления Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» (далее - Постановление Правительства РФ № 354) потребитель обязан, в том числе обеспечивать проведение поверок установленных за счет потребителя коллективных (общедомовых), индивидуальных, общих (квартирных), комнатных приборов учета в сроки, установленные технической документацией на прибор учета, предварительно проинформировав исполнителя о планируемой дате снятия прибора учета для осуществления его поверки и дате установления прибора учета по итогам проведения его поверки, за исключением случаев, когда в договоре, содержащем положения о предоставлении коммунальных услуг, предусмотрена обязанность исполнителя осуществлять техническое обслуживание таких приборов учета, а также направлять исполнителю копию свидетельства о поверке или иного документа, удостоверяющего результаты поверки прибора учета, осуществленной в соответствии с положениями законодательства Российской Федерации об обеспечении единства измерений.

Вместе с тем оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, воспринимающего рекламу буквально. При этом реклама влияет на мотивацию потребителя при выборе товара, побуждая людей совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования.

С целью привлечения внимания к оказываемой услуге листовки оформлены рекламодателем с использованием графических элементов: штрих-кода, штампа «Повторное извещение», выделенного красным цветом, таблиц, пунктирной линии (линия отрыва), что в целом придает распространенным листовкам визуальное сходство с официальными документами - квитанциями по оплате жилищно-коммунальных услуг.

Анализируя содержание листовки, Комиссия Омского УФАС России отмечает, что построение текста в рекламе, присутствие ссылок на нормативные акты Российской Федерации, названий организаций («Единая городская служба по учету водоснабжения», «Единая городская служба по учету водоснабжения и водоотведения»), выбор слов и словосочетаний

(«повторное извещение», «унифицированная форма №...», «код подразделения...», «... работы по поверке будут проводиться с \*\*\* по \*\*\* 2018 года...») и т.п. формируют у потребителя мнение о том, что поверку приборов учета водоснабжения осуществляет лицо, имеющее статус единой городской жилищно-коммунальной организации, распространяющей официальное уведомление о проведении поверки.

При этом извещение о поверке приборов учета воспринималось потребителями как обязательное к исполнению, что подтверждается информацией ПАО «МТС» от 05.02.2018 о количестве входящих звонков на абонентский номер <...> -59-41 (за период с 01.10.2017 по 31.12.2017 поступило 14397 звонков).

Выбранные рекламодателем форма и содержание рекламы вводят в заблуждение потребителей рекламы относительно исполнителя услуг, формируют неверное мнение о лице, производящем поверку приборов учета водоснабжения, а также о необходимости проведения поверки только у «Единая городская служба по учету водоснабжения» и/или «Единая городская служба по учету водоснабжения и водоотведения».

Согласно сведениям [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru) организаций, включающих наименования «Единая городская служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по учету водоснабжения и водоотведения», не зарегистрировано.

Отсутствие в тексте рекламы указания на непосредственного исполнителя услуги (ИП <...> или иного лица), а также отсутствие у <...> аккредитации на предоставление услуг поверки приборов учета искажает общий смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, что противоречит требованиям пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которым недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Реклама сама по себе не является офертой, по определению, данному в пункте 1 статьи 437 Гражданского кодекса Российской Федерации, реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении.

Таким образом, информация, размещенная на указанных листовках, не может носить обязательный характер, но в данном случае графическое оформление рекламных листовок, имеющее визуальное сходство с квитанциями по оплате жилищно-коммунальных услуг, вводит потребителей рекламы в заблуждение в части обязательности проведения поверки приборов учета воды. Поэтому содержание данной рекламы искажает требования действующего законодательства и вводит в заблуждение потребители рекламы.

В силу части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

На запрос Омского УФАС России о предоставлении информации, необходимой для полного и всестороннего рассмотрения дела № 06-06/11-2018, каких-либо пояснений или документов ИП <...> в адрес Управления не представил.

В ходе рассмотрения дела № 06-06/11-2018 Комиссия Омского УФАС России установила, что ИП <...> является и рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»), и рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 20 части 3 и частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Исследовав материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении требований пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе поверки приборов учета водоснабжения, размещенной на листовках, распространенных в период с января по март 2018 года по почтовым ящикам многоквартирных домов листовок.

Руководствуясь пунктом 2 части 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 рекламу «...Федеральный закон Российской Федерации от 26 Июля 2008 г. № 102-ФЗ...», размещенную ИП <...> на листовках, распространенных в период с января по март 2018 года по почтовым ящикам многоквартирных домов г.Омска, ненадлежащей, нарушающей требования пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 17 апреля 2018 года.

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

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

### **о прекращении нарушения законодательства**

### **Российской Федерации о рекламе**

### **по делу № 06-06/11-2018**

10 апреля 2018 года

г. Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Шмакова Т.П., заместитель руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии:

Морозов А.А. – начальник отдела рекламы,

Цынгалова Е.А.- ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Папырина Ю.С. - ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Леонова Ю.В.- специалист – эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 10.04.2018 по делу № 06-06/11-2018 о признании рекламы ненадлежащей, действий индивидуального предпринимателя <....> зарегистрированного по адресу: <....> ИНН 100108866278, ОГРНИП 314100106300057, нарушающих требования пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1 и 3 статьи 36



Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пунктом 3.56.1 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН 100108866278, ОГРНИП 314100106300057) в десятидневный срок с момента получения настоящего предписания прекратить изготовление и распространение ненадлежащей рекламы, нарушающей требования пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в виде листовок с информацией о проведении поверки приборов учета водоснабжения:

- без указания в такой рекламе сведений о непосредственном исполнителе предлагаемых услуг, поскольку отсутствие такой информации может вводить потребителей в заблуждение относительно лица, деятельность которого подлежит аккредитации;

- в виде, схожем с содержанием квитанций, ежемесячно выставляемых за оказание жилищно-коммунальных услуг;

- до получения соответствующего разрешения (аккредитации) на осуществление деятельности по поверке средств измерений.

2. Индивидуальному предпринимателю <...> представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в пятидневный срок с момента исполнения предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Омское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии Т.П. Шмакова

Члены Комиссии

А.А. Морозов

Е.А.Цынгалова

Ю.С. Папырина

Ю.В. Леонова