

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 012/05/5-159/2023**

**о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе**

«26» апреля 2023 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «26» апреля 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «26» апреля 2023 года

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

председатель Комиссии – заместитель руководителя- начальник  
отдела

аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,  
>,

член Комиссии – главный государственный инспектор отдела  
аналитической

работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической  
работы и контроля

хозяйствующих субъектов <...>,

рассмотрев дело № 012/05/5-159/2023, возбужденное по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП К. по факту распространения рекламных листовок на территории городского округа «Город Йошкар-Ола», в отсутствие лиц, привлеченных к участию в деле,

### **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:

Определением от 01.03.2023 возбуждено дело № 012/05/5-159/2023 по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в отношении ИП К.

Так же, в адрес Марийского УФАС России поступило обращение <... > (вх. №1556-ЭП/23 от 07.03.2023), направленное в порядке переадресации из Управления Роспотребнадзора по Республике Марий Эл, о распространении рекламных листовок следующего содержания:

Рассмотрев представленные в материалы дела документы и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

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.

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 – «ЖКХ Сервис Йошкар-Ола».

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: «индивидуальные приборы учета воды должны пройти обязательную метрологическую поверку», «во избежание начисления платы за потребление по общему нормативу..., Вам необходимо согласовать дату и время процедуры проведения поверки...», «работы по поверке будут проводиться с 06.02 по 28.02.2023г. (с 06.03 по 31.03.2023г.)» создает у потребителей впечатление об обязательности приобретения данной услуги именно у ЖКХ-Сервис Йошкар-Ола.

Кроме того, форма изложения рекламной информации в виде «извещения» за февраль 2023 года, март 2023 года 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 ЖКХ-Сервис.

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 «ЖКХ-Сервис» для соблюдения требований действующего законодательства.

В рассматриваемых рекламных листовках указано, что поверка будет проводиться с 06.02 по 28.02.2023г. (с 06.03 по 31.03.2023г.). 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, 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.

Рассматриваемая реклама содержит недостоверные сведения относительно лица, оказывающего услуги, поскольку фактически услуги в городе Йошкар-Ола рекламирует и представляет ИП К., хозяйствующим субъектом с наименованием «ЖКХ-Сервис» (г. Йошкар-Ола) в ЕГРЮЛ не зарегистрировано.

Кроме того, наименование «ЖКХ-Сервис» (г. Йошкар-Ола) создает впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта. У потребителей создается впечатление о том, что «ЖКХ-Сервис» (г. Йошкар-Ола) является некой муниципальной организацией обслуживания объектов ЖКХ, а также указывает на преимущество перед другими хозяйствующими субъектами, оказывающими услуги по поверке приборов учета, тогда как в действительности данного преимущества не существует.

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

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама нарушает требования пунктов 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.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

ИП К. является как рекламодателем, так и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

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.

В материалы дела доказательства прекращения распространения рекламы не представлены.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России считает, что имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе не имеются.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 в форме уведомлений по проведению поверки приборов учета воды организацией – «ЖКХ Сервис Йошкар-Ола» следующего содержания:

ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП К. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

