УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

РЕШЕНИЕ №Р18/49-05

26.02.2019 г. г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:	<…>	- заместитель руководителя управления – начальник отдела КСЗ;
Члены Комиссии:	<…>	- главный специалист-эксперт отдела КСЗ;
	<…>.	- ведущий специалист-эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р18/49-05, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламной информации в виде листовок, в отсутствии лиц, участвующих в деле (уведомлены надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления ФАС по Тюменской области поступили обращения от ООО «Тюмень Водоканал» (вх.№5492 от 20.07.2018г.), <…>. (вх.№6005 от 07.08.2018г.), <…>. (вх.№6651 от 27.08.2018г.), <…> (вх.№6765 от 30.08.2018г.), <…>. (вх.№7659 от 28.09.2019г.), по факту распространения рекламной информации в виде листовок в подъездах многоквартирных домов по следующим адресам: г. Тюмень, ул. Федюнинского, д. 11а; г. Тюмень, ул. Энергостроителей, д. 10; г. Тюмень, ул. Н. Зелинского, д. 5, корп. 2; г. Тюмень, ул. Уральская, д. 53, корп. 5; г. Тюмень, ул. П. Артамонова, д. 15.

В обращениях указано, что по почтовым ящикам, расположенным в подъездах многоквартирных домов города Тюмени распространяются листовки, содержащие рекламу поверки приборов учета воды, следующего содержания: «Городской Центр Учета Водопотребления. Извещение о проведении работ, номер извещения. Телефон горячей линии 8(3252)38-44-77…». Для подтверждения факта размещения рекламных листовок заявителями представлены оригиналы и копии вышеуказанных листовок. Заявители считают, что данная рекламная информация содержит недостоверные сведения и вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Определением от 03.10.2018 г. № Р18/49-05 возбуждено дело № Р18/49-05 по

признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «Первая Энергосберегающая Компания» (185031, Республика Карелия, г. Петрозаводск, Набережная Варкауса, д. 7, корп. 4, кВ. 6, ИНН 1001314869, ОГРН 1161001061594).

Определением от 01.11.2018 № Р18/49-05 рассмотрение дела № Р18/49-05 было приостановлено, поскольку возникла необходимость установления лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации.

Определением от 29.01.2019 г. № Р18/49-05 производство по делу № Р18/49-05 было возобновлено.

Комиссия, рассмотрев материалы дела, документы представленные лицами, в действиях, которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, заслушав доводы представителя, пришла к следующим выводам.

Согласно статье 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), рекламой является 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; 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики, под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Согласно письму ФАС России от 27.06.2016 г. №АД/43482/16, пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, 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.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Таким образом, информация, размещенная в рассматриваемой листовке является рекламой, поскольку соответствует всем требованиям, предъявляемым к рекламе, где объектами рекламирования являются «Городской Центр Учета

Водопотребления» и предоставляемые обществом услуги по метрологической поверке индивидуальных приборов учета воды.

Как следует из части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение.

В соответствии с ч. 7 ст. 5 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.

Рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей необходимости воспользоваться предоставляемой услугой – метрологической поверкой индивидуальных приборов учета воды. В таком случае, существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой – либо части информации о представляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Использование в рассматриваемом извещении следующих слов и словосочетаний: «Согласно Федеральному Закону от 26.06.2008 г. №102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений», «Согласно постановлению Правительства РФ № 354 от 06.05.2011 г. «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов», «Код подразделения…пройти обязательную метрологическую поверку, без проведения которой приборы считаются непригодными…необходимо согласовать дату и время процедуры», «Обращаем Ваше внимание, что самостоятельный демонтаж, а так же несанкционированное вмешательство в работу приборов учета категорически запрещено!» создает у потребителей впечатление об обязательности приобретения данной услуги именно у «Городского Центра Учета Водопотребления».

Кроме того, наименование «Городской Центр Учета Водопотребления» формирует мнение о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта. У потребителей создается впечатление о том, что «Городской Центр Учета Водопотребления» является некой муниципальной организацией, поскольку, присутствует словосочетание «городской центр». Ссылка в рекламе на нормативно-правовые акты, наличие штрих-кода и QR-кода, словосочетание «ПОВТОРНОЕ ИЗВЕЩЕНИЕ», а также оформление схожее с квитанциями по уплате коммунальных услуг, вводят потребителей в заблуждение, создают впечатление о проведении данных работ определенной организацией и необходимости обращения в «Городской Центр Учета Водопотребления» для соблюдения требований действующего законодательства.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушения требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе, а именно в ней отсутствует часть существенной информации об условиях приобретения рекламируемой услуги и о лице,

предоставляющем услугу.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Согласно письменным пояснениям ООО «ПЭК» (далее – Исполнитель), компания предоставляет услуги call-центра. Номер телефона, указанный в рекламе обслуживается в рамках договора на оказание услуг центра обработки вызовов от 18.07.2018 г., заключенного с ИП <…>. (далее – Заказчик).

Согласно п. 1.1 Договора 18.07.2018 г., Исполнитель обязуется по поручению Заказчика оказать, а Заказчик обязуется оплатить услуги Центра обработки вызовов, обработку телефонных вызывов, телефонные опросы, актуализацию данных, телефонные презентации товаров и услуг Заказчика, ввод данных, аппаратно-программное и прочее техническое обеспечение указанной деятельности, а также передачу Заказчику результата обработки вызова.

Согласно п. 2.2.2 Договора 18.07.2018 г., Заказчик обязуется принять на себя всю ответственность за лицензионную, налоговую, сертификационную, антимонопольную, рекламную и т.п чистоту продуктов и услуг, в связи с реализицией которых, Заказчик поручает Исполнителю выполнение услуг в рамках настоящего Договора.

Согласно п. 4.4 Договора 18.07.2018 г., в соответствии с действующим законодательством Заказчик несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе и защите информации.

Согласно п. 1.3 Приложения №3 к Договору 18.07.2018 г., Заказчик предоставляет подробный сценарий обработки вызовов – это четко прописанный алгоритм возможных действий оператора.

А также, в тексте рассматриваемой рекламе присутствует номер телефона +7(3452)38-44-77 (используемый обществом для осуществления своей деятельности и выделенный ИП Калачеву И. Д. в рамках договора на оказание услуг центра обработки вызовов от 18.07.2018 г.).

Вместе с тем, согласно выписке из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей от 16.01.2019 г., содержащей сведения об ИП <…>., основным видом экономической деятельности предпринимателя является производство санитарно-технических работ, монтаж отопительных систем и систем кондиционирования воздуха.

Таким образом, из вышеизложенного следует, что именно ИП <…> определил объект рекламирования, следовательно, ИП <…> (185000, Республика Карелия, г. <…>, ИНН 100108866278, ОГРНИП 314100106300057) является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации

о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что в материалах дела отсутствуют сведения о том, что распространение данной рекламы продолжается, Комиссия считает выдачу предписания нецелесообразной.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 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

Р Е Ш И Л А :

1. Признать рекламу поверки индивидуальных приборов учета воды, следующего содержания: «Городской Центр Учета Водопотребления. Извещение о проведении работ, номер извещения. Телефон горячей линии 8(3252)38-44-77…»., ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с отсутствием оснований для его выдачи.
3. Решение изготовлено в полном объеме _____ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии <…>.

Члены комиссии <…>.

<…>.