

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/19-2018

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«28» июня 2018 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «19» июня 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «28» июня 2018 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 управления

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов

рассмотрев дело № 03-21/19-2018, возбужденное по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространения рекламных листовок на территории городского округа «Город Йошкар-Ола»,

в отсутствии лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга распространения на территории городского округа «Город Йошкар-Ола» рекламной информации выявлено распространение листовок, следующего содержания:

ТТ

листовка 2

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», «Единая городская служба по контролю и учету водоснабжения и водоотведения».

На основании выписки из реестра Российской системы и плана нумерации номер абонента (8362) 31-32-62, указанный в качестве контактного в рассматриваемом извещении, принадлежит номерной ёмкости ПАО «Мобильные ТелеСистемы». Данный номер согласно договору оказания услуг связи от 05.05.2017 выделен ИП Хомяку А.В.

В письменных пояснениях (вх. № 1791 от 22.02.2018) ИП Хомяк А.В. указал, что указанный номер телефона является номером обработки вызовов на основании договора на оказание услуг центра обработки вызовов от 23.05.2017, в соответствии с условиями которого ИП Хомяк А.В. обязался оказывать ИП Калачеву И.Д. (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 индивидуальным предпринимателем, 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: «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 «Единой Городской Службы по учету водоснабжения», «Единой городской службы по контролю учета водоснабжения и водоотведения».

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 «Единой Городской Службы по учету водоснабжения» и «Единой городской службы по контролю учета водоснабжения и водоотведения».

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 по учету водоснабжения», а также предварительно записываться на метрологическую поверку в «Единой городской службе по учету водоснабжения и водоотведения» для соблюдения требований действующего законодательства.

В рассматриваемых рекламах указано, что работы по проведению поверки будут проводиться с 15 января по 15 февраля 2018 года, и с 01 апреля по 30 апреля 2018 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, рекламные листовки содержат признаки нарушения 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 Калачев Д.И., хозяйствующих субъектов с наименованием «Единая Городская Служба по учету водоснабжения», в также «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» в ЕГРЮЛ не зарегистрировано.

Кроме того, наименования «Единая Городская Служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» создает впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта. У потребителей создается впечатление о том, что «Единая Городская Служба по учету водоснабжения», «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» являются муниципальными организациями, 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 «единой службой» неопределенному кругу лиц, ИП Калачев Д.И. 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 названия «Единая Городская Служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» 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 «Единая Городская Служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» является указанием на преимущество, которое в действительности у хозяйствующего субъекта отсутствует, поскольку объединенной, единой службы по учету водоснабжения 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, 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 изложенного, рассматриваемая реклама нарушает пункты 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.

На основании изложенного, Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых листовок является ИП Калачев И.Д.

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 Российской Федерации о рекламе.

В настоящий момент доказательства, свидетельствующие о прекращении ИП Калачевым И.Д. нарушения законодательства о рекламе, в материалах дела отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 ненадлежащей рекламу услуг поверки приборов учета воды в городе Йошкар-Ола, следующего содержания:

тт

листовка 2

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 индивидуальному предпринимателю Калачеву Ивану Дмитриевичу (ИНН 100108866278; ОГРНИП 314100106300057) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

РЕШЕНИЕ

по делу № 03-21/19-2018

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

**«28» июня 2018 года
Йошкар-Ола**

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «19» июня 2018 года

Полный текст решения изготовлен: «28» июня 2018 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 управления Фадеева М.В.,

член Комиссии – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Ерошкина О.В.,

член Комиссии – специалист 1 разряда отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Воробьева Д.А.,

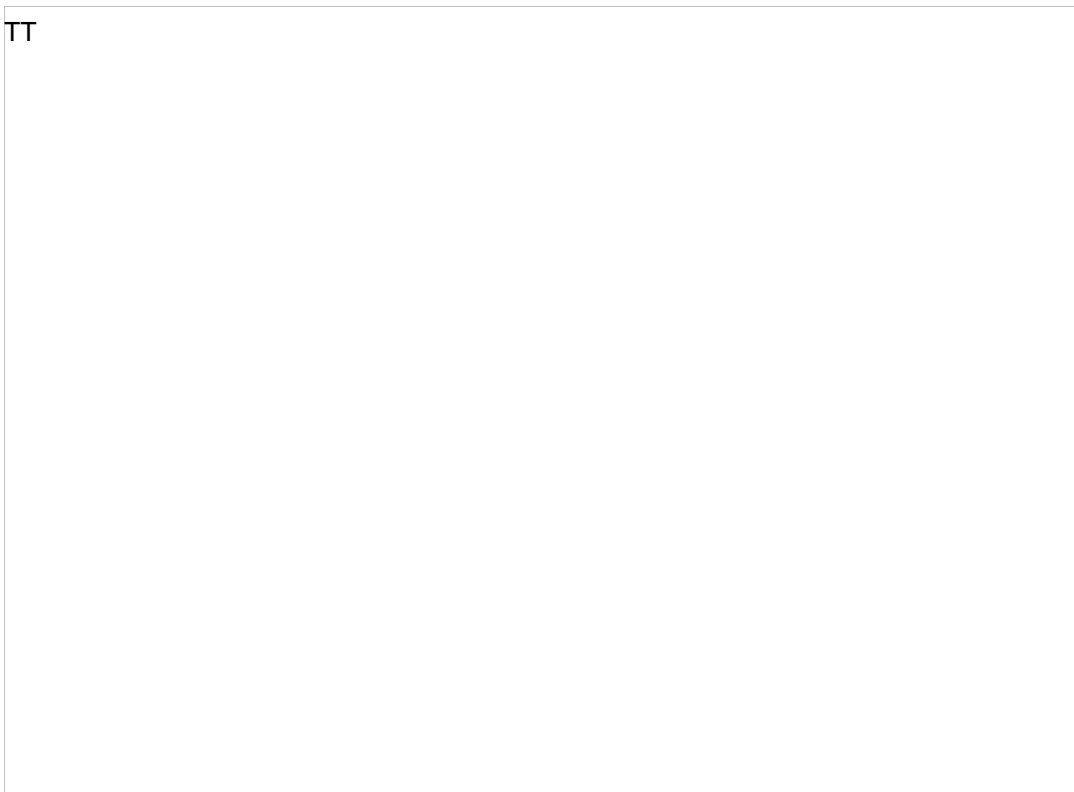
рассмотрев дело № 03-21/19-2018, возбужденное по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространения рекламных листовок на территории городского округа «Город Йошкар-Ола»,

в отсутствие лиц, участвующих в деле, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в ходе мониторинга распространения на территории городского округа «Город Йошкар-Ола» рекламной информации выявлено распространение листовок, следующего содержания:

тт



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», «Единая городская служба по контролю и учету водоснабжения и водоотведения».

На основании выписки из реестра Российской системы и плана нумерации номер абонента (8362) 31-32-62, указанный в качестве контактного в рассматриваемом извещении, принадлежит номерной ёмкости ПАО «Мобильные ТелеСистемы». Данный номер согласно договору оказания услуг связи от 05.05.2017 выделен ИП Хомяку А.В.

В письменных пояснениях (вх. № 1791 от 22.02.2018) ИП Хомяк А.В. указал, что указанный номер телефона является номером обработки вызовов на основании договора на оказание услуг центра обработки вызовов от 23.05.2017, в соответствии с условиями которого ИП Хомяк А.В. обязался оказывать ИП Калачеву И.Д. (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 индивидуальным предпринимателем, 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: «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 «Единой Городской Службы по учету водоснабжения», «Единой городской службы по контролю учета водоснабжения и водоотведения».

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 «Единой Городской Службы по учету водоснабжения» и «Единой городской службы по контролю учета водоснабжения и водоотведения».

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 по учету водоснабжения», а также предварительно записываться на метрологическую поверку в «Единой городской службе по учету водоснабжения и водоотведения» для соблюдения требований действующего законодательства.

В рассматриваемых рекламах указано, что работы по проведению поверки будут проводиться с 15 января по 15 февраля 2018 года, и с 01 апреля по 30 апреля 2018 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, рекламные листовки содержат признаки нарушения 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 Калачев Д.И., хозяйствующих субъектов с наименованием «Единая Городская Служба по учету водоснабжения», в также «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» в ЕГРЮЛ не зарегистрировано.

Кроме того, наименования «Единая Городская Служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» создает впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта. У потребителей создается впечатление о том, что «Единая Городская Служба по учету водоснабжения», «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» являются муниципальными организациями, 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 «единой службой» неопределенному кругу лиц, ИП Калачев Д.И. 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 названия «Единая Городская Служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по контролю учета

водоснабжения и водоотведения» 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 «Единая Городская Служба по учету водоснабжения» и «Единая городская служба по контролю учета водоснабжения и водоотведения» является указанием на преимущество, которое в действительности у хозяйствующего субъекта отсутствует, поскольку объединенной, единой службы по учету водоснабжения 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, 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 изложенного, рассматриваемая реклама нарушает пункты 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.

На основании изложенного, Марийское УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемых листовок является ИП Калачев И.Д.

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 Российской Федерации о рекламе.

В настоящий момент доказательства, свидетельствующие о прекращении ИП Калачевым И.Д. нарушения законодательства о рекламе, в материалах дела отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 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 ненадлежащей рекламу услуг поверки приборов учета воды в городе Йошкар-Ола, следующего содержания:

тт

листовка 2

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 индивидуальному предпринимателю Калачеву Ивану Дмитриевичу (ИНН 100108866278; ОГРНИП 314100106300057) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.