

## РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-391/2023

### о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«14» июня 2023 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «14» июня 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «14» июня 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 <...>;

член Комиссии – ведущий специалист – эксперт <...>,

член Комиссии – специалист- эксперт <...>,

рассмотрев дело № 012/05/5-391/2023, 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) в отношении ИП К., по факту распространения рекламных листовок на территории городского округа «Город Йошкар-Ола», в отсутствие ИП К., надлежащим образом уведомленного о дате, времени, месте рассмотрения дела (копия определения получена лицом 25.05.2023),

#### УСТАНОВИЛА:

Марийским УФАС России 24.04.2023 осуществлен осмотр рекламы, распространяемой в форме листовок, содержащих признаки нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, следующего содержания:

Марийским УФАС России возбуждено дело № 012/05/5-391/2023 по признакам нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе в отношении ИП К.

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.

Если рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

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 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 организацией – «ЖКХ – Сервис Йошкар-Ола».

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 ...», «должны пройти обязательную метрологическую поверку...», «...Вам необходимо согласовать дату и время ...», «в случае невыполнения п. 60 Постановления Правительства № 354 произойдет увеличение оплаты за коммунальные услуги на 50 процентов, т.е расчет будет производиться по нормативу с повышенным коэффициентом 1,5...» создает у потребителей впечатление об обязательности

приобретения данной услуги именно у «ЖКХ-Сервис- 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 «ЖКХ-Сервис- 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 «ЖКХ-Сервис- Йошкар-Ола» для соблюдения требований действующего законодательства.

В рассматриваемых рекламных листовках указано, что поверка будет проводиться с 03.04. по 30.04.2023. 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 рассматриваемой рекламе нарушены требования 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 предоставляет ИП К., хозяйствующих субъектов с наименованием «ЖКХ-Сервис- Йошкар-Ола» в ЕГРЮЛ не зарегистрировано.

Вместе с тем, из имеющихся у Марийского УФАС России сведений следует, что абонентский номер 8(8362)31-32-62, указанный в извещении, 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.

Кроме того, наименование «ЖКХ-Сервис-Йошкар-Ола» создает впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта, 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 «ЖКХ-Сервис-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 г. Йошкар-Ола, не существует.

На основании изложенного, Марийское УФАС России приходит к выводу, что при распространении рассматриваемой рекламы нарушены пункты 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

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.

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.

Вместе с тем, ИП К. не представлено документальных доказательств, подтверждающих прекращение распространения данной рекламной информации в настоящее время.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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 ИП К., распространённую в виде листовок с информацией следующего содержания:

поскольку она не соответствует требованиям пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю К. (ОГРНИП: <...>, ИНН: <...>, <...>) 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 в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии