

**Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми**

Определение

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 011/05/5-64/2021

13 апреля 2021 года

№ 03-
01/2636

г. Сыктывкар

ООО УК «Родная»

Сенюкова ул., д. 16,
пом. 1.001, г. Ухта, 169316

ООО «УК «Идеал»

Сенюкова ул., д. 55,

кв. 190, г. Ухта, 169316

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>;

рассмотрев дело № 011/05/5-64/2021, возбужденное в отношении ООО УК «Родная», адрес места нахождения: 169316, Республика Коми, г. Ухта, ул. Сенюкова, д. 16, пом. 1.001, ОГРН 1161101060361, ИНН 1102078833, КПП 110201001, по факту распространения рекламных листовок с признаками нарушения требований п. 1, п. 2, п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 6 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие ООО УК «Родная», ООО «УК «Идеал», надлежащим образом извещённых о времени месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение ООО «УК «Идеал» от 09.12.2020 № 506/20-01 (вх. № 6381э от 09.12.2020, вх. № 6082 от 14.12.2020) о распространении ООО УК «Родная» рекламных листовок с признаками нарушения рекламного законодательства.

Из обращения следует, что ООО УК «Родная» распространяло листовки по почтовым ящикам многоквартирных домов (далее – МКД), находящихся в управлении ООО «УК «Идеал»: в июне 2020 г. – в домах №№ <...>; в ноябре 2019 г. – в доме № <...>.

По результатам рассмотрения обращения было принято решение о возбуждении дела № 011/05/5-64/2021 (далее – рекламное дело) в отношении ООО УК «Родная» по признакам нарушения п. 1, п. 2, п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 6 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № 03-

01/843 от 05.02.2021.

Определением № 03-01/1514 от 03.03.2021 срок рассмотрения рекламного дела продлен, рассмотрение дела отложено на 13.04.2021.

По результатам рассмотрения материалов рекламного дела установлено следующее.

В материалы рекламного дела представлены листовки, содержащие следующую информацию: «УВАЖАЕМЫЕ СОБСТВЕННИКИ! Доверяйте только фактам! СРАВНИВАЕМ РЕЗУЛЬТАТЫ РАБОТЫ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ ЗА 2019 ГОД!»

Далее в листовках размещена таблица, сравнивающая результаты работы ООО УК «Родная» и ООО «УК «Идеал». Из таблицы следует, что в 2019 году:

- ООО УК «Родная» произвело ремонт 7 подъездов, а ООО «УК «Идеал» - 0;
- ООО УК «Родная» произвело замену окон в 6 подъездах, а ООО «УК «Идеал» - 0;
- ООО УК «Родная» произвело утепление межпанельных швов с изоляцией, а ООО «УК «Идеал» допустило грубое нарушение технологии;
- ООО УК «Родная» произвело ремонт кровли площадью 780 кв.м., а ООО «УК «Идеал» - 0 кв.м.

Под таблицей указано: «Мы видим, за гарантиями УК «Родная» - дело! За словами УК «Идеал» - ничего!»

На обратной стороне листовок указано: «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ «РОДНАЯ» Уважаемые жители! УК «Родная» обеспечит качественное управление Вашим домом, и гарантированно проведет работы по текущему ремонту подъездов! У нас есть результаты, а не просто слова!»

Далее в листовках указаны адреса домов, в которых с 01.06.2019 завершены работы по ремонту подъездов, а также контактные данные ООО УК «Родная» (в одной из листовок указаны номера телефонов, в другой – телефон и адрес).

ООО «УК «Идеал» полагает, что рассматриваемые листовки очерняют репутацию Общества, содержат некорректное сравнение, создают преимущества для ООО УК «Родная» на рынке.

Заявитель считает, что листовки вводят в заблуждение потребителей, используя фразы: «Мы видим, за гарантиями УК «Родная» - дело!», «гарантированно проведет работы по текущему ремонту подъездов», поскольку вид необходимых работ, их объем и периодичность определяются общим собранием собственников помещений МКД и не могут быть заранее известны.

Также заявитель указывает, что в листовках содержится недостоверная информация о производимых ООО «УК «Идеал» работах, в том числе о нарушении технологии.

ООО «УК «Идеал» полагает, что в результате распространения листовок Обществу был причинён ущерб в виде неполученной прибыли, так как содержащаяся в листовках информация несёт негативную характеристику об ООО «УК «Идеал», и собственники некоторых МКД передумали заключать договор управления с ООО «УК «Идеал».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 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.

Приложенные к обращению листовки обладают следующими признаками рекламы:

- распространены по почтовым ящикам МКД г. Ухты;
- адресованы неопределенному кругу лиц;
- направлены на привлечение внимания к объектам рекламирования: ООО УК «Родная» и оказываемым им услугам, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1, п. 2, п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая:

- содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно п. 6 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности

сведения о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара.

В соответствии с положениями ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции):

конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;

недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации;

хозяйствующий субъект – коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

Согласно п. 3 ст. 14.2 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение, в том числе в отношении гарантийных обязательств продавца или изготовителя.

В силу п. 3 ст. 14.3 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

ООО «УК «Идеал» представило в материалы обращения информацию о перечне и объёмах работ, проведённых ООО «УК «Идеал» в 2019 г. в МКД, находящихся в управлении Общества. ООО «УК «Идеал» пояснило, что в 2019 г. Общество произвело, в том числе следующие работы:

- ремонт кровли в МКД по адресам: <...>;

- ремонт оконных переплетов в МКД по адресу: <...>; остекление оконных и дверных полотен в МКД по адресу: <...>;

- герметизация межпанельных швов в МКД по адресу: <...>.

В подтверждение указанного ООО «УК «Идеал» представило копии следующих документов:

- Отчет о выполненных работах по содержанию и текущему ремонту общего имущества в МКД по адресу <...> на период с 01.05.2019 по 30.04.2020. В отчете в перечне выполненных работ указан, в том числе ремонт отдельных мест покрытия из асбестоцементных листов обыкновенного профиля.

- Годовой отчет выполненных работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества в МКД по адресу: <...> на период с 01.06.2019 по 31.05.2020. В отчете в перечне выполненных работ указан, в том числе ремонт оконных переплетов.

- Годовой отчет по содержанию и текущему ремонту общего имущества в МКД по адресу: <...> на период с 01.04.2019 по 31.03.2020. В отчете в перечне выполненных работ указано, в том числе остекление оконных и дверных проемов.

- Годовой отчет выполненных работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества в МКД по адресу <...> 2019-2020. В отчете в перечне выполненных работ указана, в том числе герметизация межпанельных швов.

- Отчет выполненных работ по содержанию и текущему ремонту общего имущества в МКД по адресу: <...> за период с 01.03.2019 по 29.02.2020. В отчете в перечне выполненных работ указаны, в том числе ремонт отдельными местами рулонного покрытия, промазка битумными составами – битумом нефтяным.

Как пояснило ООО «УК «Идеал», ремонт подъездов в 2019 г. силами ООО «УК «Идеал» не проводился, так как эти работы не были утверждены собственниками, при этом были выполнены более важные работы (например, замена канализации в МКД по адресу: <...>). Также ООО «УК «Идеал» указало, что в 2019 г. были запланированы и утверждены работы по ремонту подъездов на 2020 г. в МКД по адресу: <...> (акт выполненных работ приложен).

В силу ч. 1 ст. 44 Жилищного кодекса Российской Федерации (далее – ЖК РФ) общее собрание собственников помещений в многоквартирном доме является органом управления многоквартирным домом. Общее собрание собственников помещений в многоквартирном доме проводится в целях управления многоквартирным домом путем обсуждения вопросов повестки дня и принятия решений по вопросам, поставленным на голосование.

Согласно п. 4.1 ч. 2 ст. 44 ЖК РФ к компетенции общего собрания

собственников помещений в многоквартирном доме относится принятие решений о текущем ремонте общего имущества в многоквартирном доме.

В силу ч. 5 ст. 46 ЖК РФ решение общего собрания собственников помещений в многоквартирном доме, принятое в установленном настоящим Кодексом порядке, по вопросам, отнесенным к компетенции такого собрания, является обязательным для всех собственников помещений в многоквартирном доме, в том числе для тех собственников, которые не участвовали в голосовании.

В соответствии с п. 17 Правил содержания общего имущества в многоквартирном доме (утв. Постановлением Правительства РФ от 13.08.2006 № 491) собственники помещений обязаны утвердить на общем собрании перечень услуг и работ, условия их оказания и выполнения, а также размер их финансирования.

В п. 2.2 Методического пособия по содержанию и ремонту жилищного фонда. МДК 2-04.2004 (утв. Госстроем России) указано, что текущий ремонт общего имущества жилого дома – это ремонт, выполняемый в плановом порядке с целью восстановления исправности или работоспособности жилого дома, частичного восстановления его ресурса с заменой или восстановлением его составных частей ограниченной номенклатуры, установленной нормативной и технической документацией.

ООО «УК «Идеал» указывает, что в зависимости от решения общего собрания собственников закладывается определённая сумма денежных средств на текущий ремонт; все работы выполняются Обществом в зависимости от состава, конструктивных особенностей, степени физического износа и технического состояния общего имущества, а также в зависимости от геодезических и природно-климатических условий расположения МКД.

Перечень услуг и работ в отношении каждого МКД устанавливается индивидуально, с учётом особенностей конкретного дома, в том числе его конструктивных и технических параметров (степени износа, этажности, наличия и состава внутридомовых инженерных систем и т.д.). В связи с чем, перечень услуг и работ по содержанию общего имущества не может быть одинаковым для различных МКД, поскольку техническое состояние каждого дома индивидуально, следовательно, содержание и объём работ для каждого дома будут различными.

Учитывая изложенное, сравнение управляющих организаций, основанное на сопоставлении некоторых видов работ, выполненных в различных МКД, не может быть объективным.

В рассматриваемых рекламах собственникам предлагаются услуги ООО УК «Родная» по управлению МКД и сравниваются результаты работы за год ООО УК «Родная» с результатами работы другой управляющей организации - ООО «УК «Идеал». При этом в сравнении приводится только четыре вида

работ и делается вывод: «Мы видим, за гарантиями УК «Родная» - дело! За словами УК «Идеал» - ничего!». Вместе с тем, указанной в листовках информации недостаточно для объективной оценки результатов деятельности управляющей организации.

Пленум ВАС РФ в п. 9 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Рассматриваемое сравнение основано на несопоставимых критериях, что приводит к искажению представления о рекламируемых услугах и не позволяет объективно оценить их свойства.

При таких обстоятельствах, имеются достаточные основания полагать, что содержащееся в рассматриваемых рекламах сравнение результатов работы управляющих компаний является некорректным.

Рассматриваемые рекламы заявляют, что УК «Родная» обеспечит качественное управление домом и гарантированно проведет работы по текущему ремонту подъездов.

Вместе с тем, принятие решений о текущем ремонте общего имущества МКД относится к компетенции общего собрания собственников помещений в МКД (п. 4.1 ч. 2 ст. 44 ЖК РФ). Управляющая организация не правомочна принимать такие решения.

Согласно п. 18 Правил содержания общего имущества в многоквартирном доме (утв. Постановлением Правительства РФ от 13.08.2006 № 491) текущий ремонт общего имущества проводится по решению общего собрания собственников помещений для предупреждения преждевременного износа и поддержания эксплуатационных показателей и работоспособности, устранения повреждений и неисправностей общего имущества или его отдельных элементов (без замены ограждающих несущих конструкций, лифтов).

Таким образом, управляющая организация не может давать гарантии проведения текущего ремонта подъездов в МКД, который не находится в управлении такой организации, а также в МКД, общее собрание собственников которого не приняло решения о необходимости проведения такого ремонта.

В связи с чем, усматривается, что рассматриваемые рекламы содержат не соответствующие действительности сведения о гарантийных обязательствах по проведению текущего ремонта подъездов.

В соответствии с пунктом 1 статьи 150 Гражданского кодекса Российской Федерации честь, достоинство, деловая репутация являются нематериальными благами, принадлежащими от рождения или в силу закона, они неотчуждаемы и непередаваемы иным способом.

Как разъяснено в пункте 7 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.02.2005 № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц», под распространением сведений, порочащих честь и достоинство граждан или деловую репутацию граждан и юридических лиц, следует понимать опубликование таких сведений в печати, трансляцию по радио и телевидению, демонстрацию в кинохроникальных программах и других средствах массовой информации, распространение в сети Интернет, а также с использованием иных средств телекоммуникационной связи, изложение в служебных характеристиках, публичных выступлениях, заявлениях, адресованных должностным лицам, или сообщение в той или иной, в том числе устной, форме хотя бы одному лицу. Порочащими, в частности, являются сведения, содержащие утверждения о нарушении гражданином или юридическим лицом действующего законодательства, совершении нечестного поступка, неправильном, неэтичном поведении в личной, общественной или политической жизни, недобросовестности при осуществлении производственно-хозяйственной и предпринимательской деятельности, нарушении деловой этики или обычаев делового оборота, которые умаляют честь и достоинство гражданина или деловую репутацию гражданина либо юридического лица.

Вместе с тем, действие нормы п. 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе применительно к порочащим сведениям носит оценочный характер, и при квалификации нарушения по данному основанию они оцениваются исходя из толкования рекламного текста и его воздействия на потребителей рекламы.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 1, п. 2, п. 4 ч. 2 ст. 5, п. 6 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламодаделец.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что

нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из письменных пояснений, представленных ООО УК «Родная» в материалы рекламного дела, и пояснений, данных представителем Общества 03.03.2021 в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что ООО УК «Родная» не имеет никакого отношения к распространению рассматриваемых листовок. Представитель ООО УК «Родная» указал, что утверждение заявителя о распространении листовок силами ООО УК «Родная» ничем не подтверждено, соответствующие доказательства в материалы рекламного дела не представлены.

Определением № 03-01/1514 от 03.03.2021 ООО «УК «Идеал» предлагалось в срок не позднее 09.04.2021 представить имеющиеся доказательства распространения рассматриваемых листовок силами ООО УК «Родная». Однако ООО «УК «Идеал» не представило такие доказательства.

Несмотря на предпринятые Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела меры установить рекламодавца, рекламопроизводителя и рекламодателя рассматриваемых реклам не представилось возможным.

Из имеющихся материалов не представляется возможным установить в рассматриваемых рекламах наличие (отсутствие) признаков недобросовестной конкуренции, в том числе наличие конкурентных отношений между рекламодавцем и ООО «УК «Идеал». В связи с чем, нарушение п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе из имеющихся материалов не усматривается.

В материалах рекламного дела отсутствуют доказательства, позволяющие сделать однозначный вывод о том, что рассматриваемые рекламы воздействуют на потребителей таким образом, что порочат деловую репутацию ООО «УК «Идеал». В связи с чем, достаточных оснований полагать, что рассматриваемые рекламы распространены с нарушением требований п. 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, не имеется.

В ходе рассмотрения рекламного дела Комиссией установлено, что

рассматриваемые рекламы распространены с нарушением требований п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 6 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Вместе с тем, в течение сроков рассмотрения дела не представилось возможным установить лицо, нарушившее законодательство о рекламе. Материалами рекламного дела вина ООО УК «Родная» в нарушении рекламного законодательства при распространении рассматриваемых реклам не установлена, не подтверждена, иных виновных лиц не выявлено.

Достаточных оснований полагать, что ООО УК «Родная» нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 5, п. 6 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе, у Комиссии не имеется.

Оперативно-розыскными полномочиями антимонопольный орган не наделен.

На основании изложенного, руководствуясь подпунктом «е» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 011/05/5-64/2021 в отношении ООО УК «Родная» прекратить.

Председатель _____ <...>
Комиссии

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>