

# РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 058/05/5-100/2019

17 июня 2019 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 17 июня 2019 года.

иссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 058/05/5-100/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по факту распространения по почтовым ящикам многоквартирных домов в г. Заречном Пензенской области листовок с рекламой «замены старых деревянных окон на новые пластиковые, а так же установки балконов и лоджий со скидкой 50% от производителя (ГОСТ 3067-99, ГОСТ 30971-2002), коллективную установку проводит Компания Благоустройство Города», содержащей признаки нарушения пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее – ФЗ «О рекламе»)),

УСТАНОВИЛА:

В Пензенское УФАС России поступили заявления по поводу распространения рекламы (рекламные листовки) компании «Благоустройство Города» в подъездах многоквартирных домов в г. Заречном Пензенской области, не соответствующей требованиям законодательства о рекламе.

Пензенским УФАС России определением от 24.04.2019 по факту распространения вышеуказанной рекламы возбуждено дело № 058/05/5-100/2019 по признакам нарушения пункта 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен индивидуальный предприниматель

Определением от 22.05.2019 дело было отложено и назначено к рассмотрению на 17.06.2019.

На рассмотрении дела представитель заявителя поддержал доводы, изложенные в заявлении.

На рассмотрении дела ИП факт нарушения законодательства о

рекламе признал. Пояснил, что допущенное нарушение произошло в связи с незнанием требований законодательства о рекламе.

Изучив представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

Рекламные листовки, представленные заявителем, содержат следующую информацию:

- «Персональное извещение БЛАГОУСТРОЙСТВО ГОРОДА. Уважаемый собственник жилого помещения! Доводим до Вашего сведения, что с 20.02.2019 до 10.03.19 в Вашем доме будет повторно производиться коллективная замена старых деревянных окон на новые пластиковые, а так же установка балконов и лоджий со скидкой 50% от производителя (ГОСТ 3067-99, ГОСТ 30971-2002). Коллективную установку проводит Компания Благоустройство Города. Если в вашей квартире не произведена замена старых деревянных окон на пластиковые, не установлены пластиковые рамы на балконе и лоджии, то у вас есть возможность произвести установку вышеперечисленного по льготной цене в связи с акцией компании, в рассрочку до 24 месяцев. Если вы не являетесь жителем этого дома, просьба не беспокоить и дождаться акции в Вашем доме. Записаться на бесплатный замер можно по телефонам: 8(8412). С уважением «Благоустройство Города» (указан штрих-код, печать ООО «Благоустройство Города»);

- «Персональное извещение БЛАГОУСТРОЙСТВО ГОРОДА. Уважаемый собственник жилого помещения! Доводим до Вашего сведения, что в Вашем доме будет повторно производиться замена старых деревянных окон на новые пластиковые, а так же установка балконов и лоджий (ГОСТ 3067-99, ГОСТ 30971-2002). Установку проводит Компания Благоустройство Города. Если в вашей квартире до сих пор не произведена замена старых деревянных окон на пластиковые и не установлены пластиковые рамы на балконе и лоджии, то у вас есть возможность произвести установку вышеперечисленного по льготной цене в связи с акцией компании в рассрочку до 24 месяцев. Записаться на бесплатный замер можно по телефонам: С уважением «Благоустройство Города» (указан штрих-код, печать ООО «Благоустройство Города»).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В силу пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространяемая информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена в печатном виде (листовки – извещения) по почтовым ящикам многоквартирных домов в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к компании «Благоустройство Города», а также к рекламируемой услуге – замене старых деревянных окон на новые пластиковые.

В качестве единственной контактной информации в листовках указаны абонентские номера: 8(8412).

Согласно информации, размещенной на официальном сайте Федерального агентства связи ([www.rossvyaz.ru](http://www.rossvyaz.ru)), абонентские номера 8(8412) закреплены за оператором связи ПАО «ВымпелКом».

В письме ПАО «ВымпелКом» от 29.03.2019 исх.№159/3 указано, что абонентские номера выделены индивидуальному предпринимателю на основании Договора №.

Согласно выписки из ЕГРИП основным видом деятельности ИП основным видом деятельности является: установка дверей, окон, дверных и оконных рам из дерева или прочих материалов.

По утверждению заявителей, позвонив по указанному в листовке номеру телефона, было установлено, что данные листовки распространяются индивидуальным предпринимателем для реализации собственных нужд.

Однако, внешний вид и текст листовок вводит их в заблуждение, вынуждая воспользоваться услугой замены окон у ООО «Благоустройство Города».

Вместе с тем оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, воспринимающего рекламу буквально. При этом реклама влияет на мотивацию потребителя при выборе товара, побуждая людей совершать определенные действия в отношении объекта рекламирования.

С целью привлечения внимания к оказываемой услуге листовки оформлены рекламодателем с использованием графических элементов: штрих-кода,

штампа печати ООО «Благоустройство Города», что в целом формирует у потребителя мнение о том, что замену окон осуществляет юридическое лицо.

Выбранные рекламодателем форма и содержание рекламы вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно исполнителя услуг, формирует неверное мнение о лице, производящем замену окон у ООО «Благоустройство Города».

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Отсутствие в тексте рекламы указания на непосредственного исполнителя услуги, искажает общий смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, что противоречит требованиям пункта 20 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в соответствии с которым недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Реклама сама по себе не является офертой, по определению, данному в пункте 1 статьи 437 Гражданского кодекса Российской Федерации, реклама и иные предложения, адресованные неопределенному кругу лиц, рассматриваются как приглашение делать оферты, если иное прямо не указано в предложении.

Таким образом, информация, размещенная на указанных листовках, не может носить обязательный характер, но в данном случае графическое оформление рекламных листовок вводит потребителей рекламы в заблуждение в части обязательности коллективной замены окон. Поэтому содержание данной рекламы искажает требования действующего законодательства и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

В силу части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Исследовав материалы дела, Комиссия Пензенского УФАС России пришла к выводу о нарушении требований пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе услуг компании «Благоустройство Города» по коллективной замене окон, размещенной на листовках, распространяемых в период с 2018 по март 2019 года по почтовым ящикам многоквартирных домов.

По определению (пункт 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В ходе рассмотрения дела № 058/05/5-100/2019 Комиссия

Пензенского УФАС России установила, что ИП является и рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом (пункт 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе»), и рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

В силу части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 20 части 3 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ИП нарушил требования пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями данного закона являются развитие уровня, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции в Российской Федерации единства экономического пространства, защита права потребителей на получение добросовестной и достоверной информации, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ 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.

Статьей 33 Закона о рекламе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ИП представлено не было.

В связи с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать рекламодателю предписание о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в

соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольных дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Персональное извещение БЛАГОУСТРОЙСТВО ГОРОДА. Уважаемый собственник жилого помещения! Доводим до Вашего сведения, что с 20.02.2019 до 10.03.19 в Вашем доме будет повторно производиться коллективная замена старых деревянных окон на новые пластиковые, а так же установка балконов и лоджий со скидкой 50% от производителя (ГОСТ 3067-99, ГОСТ 30971-2002). Коллективную установку проводит Компания Благоустройство Города. Если в вашей квартире не произведена замена старых деревянных окон на пластиковые, не установлены пластиковые рамы на балконе и лоджии, то у вас есть возможность произвести установку вышеперечисленного по льготной цене в связи с акцией компании, в рассрочку до 24 месяцев. Если вы не являетесь жителем этого дома, просьба не беспокоить и дождаться акции в Вашем доме. Записаться на бесплатный замер можно по телефонам: 8(8412). С уважением «Благоустройство Города» (указан штрих-код, печать ООО «Благоустройство Города»);

- «Персональное извещение БЛАГОУСТРОЙСТВО ГОРОДА. Уважаемый собственник жилого помещения! Доводим до Вашего сведения, что в Вашем доме будет повторно производиться замена старых деревянных окон на новые пластиковые, а так же установка балконов и лоджий (ГОСТ 3067-99, ГОСТ 30971-2002). Установку проводит Компания Благоустройство Города. Если в вашей квартире до сих пор не произведена замена старых деревянных окон на пластиковые и не установлены пластиковые рамы на балконе и лоджии, то у вас есть возможность произвести установку вышеперечисленного по льготной цене в связи с акцией компании в рассрочку до 24 месяцев. Записаться на бесплатный замер можно по телефонам: 8(8412). С уважением «Благоустройство Города» (указан штрих-код, печать ООО «Благоустройство Города»),

размещенную ИП на листовках, распространяемых в период с января по март 2019 года по почтовым ящикам многоквартирных домов г. Заречный Пензенской области, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 20 части 3 и части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 17 июня 2019 года.