

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе:

ИП К

Лица, привлекаемые в качестве заявителей:

А

Прокуратура города Йошкар-Олы

М

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-681/2020

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«07» декабря 2020 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «07» декабря 2020 года

Полный текст решения изготовлен: «07» декабря 2020 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 аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России Ерощкина О.В.,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Швецова М.А.,

член Комиссии – специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Вершинина А.С.,

рассмотрев дело № 012/05/5-681/2020 по факту распространения листовок с признаками нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее - Марийское УФАС России) поступили обращения граждан (вх. № 75-А от 10.07.2020) и (вх. №219–М от 09.11.2020), а так же заявление (вх. № 6597 от 14.07.2020), переадресованное из Прокуратуры города Йошкар-Олы о распространении листовок с информацией следующего содержания:

Определением от 04.09.2020 Марийским УФАС России возбуждено дело №012/05/5-681/2020.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

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. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Согласно пункту 2 статьи 3 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.

Из содержания текста рекламной информации, содержащегося в рассматриваемом извещении следует, что объектом рекламирования являются услуги по проведению поверки приборов учета воды организацией - «Единая информационная служба жилищно-коммунального хозяйства».

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация отвечает всем признакам рекламы: распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, продвижение его на рынке.

На основании выписки из реестра Российской системы и плана нумерации номер абонента 8, указанный в качестве контактного в рассматриваемом извещении, принадлежит ПАО «Мобильные ТелеСистемы».

В ответе на поступивший запрос № 03-13/259 от 22.07.2020 и уточнение к запросу № 01-13/260 от 23.07.2020 ПАО «Мобильные ТелеСистемы» указало, что по данному абонентскому номеру заключен договор на оказание услуг связи между Обществом и ИП К

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: «предупреждение о проверке счетчика», «истек срок проверки водосчетчика...», «вам необходимо вызвать контролера в срок до...», «в случае невыполнения предписания до истечения срока проверки водомера, начисления по вашему адресу будут осуществляться по норме, приведенной в таблице...» «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 информационной службы Жилищно-коммунального хозяйства» (г. 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 «Единой информационной службы Жилищно-коммунального хозяйства».

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 «Единую информационную службу Жилищно-коммунального хозяйства» для соблюдения требований действующего законодательства.

В рассматриваемых рекламных листовках указано, что проверку необходимо осуществить в срок до 10.07.2020 и до 30.06.2020. 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.

Исходя из сравнения, представленных заявителями рекламных листовок, они имеют полностью идентичное содержание в части: тарифов, нормативов, показаний, начислений и перерасчету, из чего следует, что представленные листовки не содержат достоверной информации, а значит не являются извещением.

Таким образом, рекламных листовках усматриваются нарушения 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 представляет ИП К., хозяйствующих субъектов с наименованием «Единая информационная служба жилищно-коммунального хозяйства» (г. Йошкар-Ола) в ЕГРЮЛ не зарегистрировано.

Кроме того, наименование «Единая информационная служба жилищно-коммунального хозяйства» создает впечатление о возможности приобретения услуг только у данного хозяйствующего субъекта. У потребителей создается впечатление о том, что «Единая информационная служба жилищно-коммунального хозяйства» является некой муниципальной организацией, 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 К. неправомерно привлекает внимание потребителей на рынке услуг по проведению поверки приборов учета воды к одному хозяйствующему субъекту, что тем самым создает преимущество рекламируемых им услуг перед другими хозяйствующими субъектами, оказывающими услуги на данном рынке.

Более того, включение в название «Единая информационная служба жилищно-коммунального хозяйства» 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 информационная служба жилищно-коммунального хозяйства» является указанием на преимущество, которое в действительности у хозяйствующего субъекта отсутствует, поскольку единой информационной службы жилищно-коммунального хозяйства в городе Йошкар-Ола не существует.

На основании изложенного, в рассматриваемой рекламе присутствуют нарушения пунктов 1, 2, 3, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, которые являются достаточными для возбуждения дела.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный

орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Однако в материалах дела отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе 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:

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 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.

Ерошкина

Члены Комиссии
Швецова

М.А.

Вершинина

А.С.