

О признании рекламы ненадлежащей

ООО «Экосервис»

607676, Россия, Нижегородская  
обл., м.о. Кстовский, д.  
Новоликеево,

ул. Молодежная, д. 113, этаж 2,  
помещение 9

<...>

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу №052/05/5-871/2024**

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 02 июля 2024 г.

Решение в полном объеме изготовлено 09 июля 2024 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

<...>	- <...>
<...>.	- <...>;
<...>	- <...>.

рассмотрев дело №052/05/5-871/2024, возбужденное по обращению

потребителя рекламы К. (Нижегородское УФАС России не располагает согласием физического лица на использование его персональных данных), в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Экосервис» (ИНН 5250054456; ОГРН 1115250003758) (далее — ООО «Экосервис») с привлечением к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства Индивидуального предпринимателя <...>, по признакам нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее — ФЗ «О рекламе»), в присутствии представителя ИП<...> по доверенности - <...>(паспорт), в отсутствие представителя ООО «Экосервис», уведомленного о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

## **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение потребителя рекламы К. по поводу рекламы ООО «Экосервис», содержащей, по мнению заявителя, признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

В связи с этим, Определением от 11.04.2024 возбуждено дело №052/05/5-871/2024 по признакам нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «Экосервис».

Определением от 14.05.2024 рассмотрение дела назначено на 28.05.2024, к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства привлечен ИП <...>

Определением от 19.06.2024 рассмотрение дела назначено на 02 июля 2024 года в 11 часов 30 минут посредством проведения видео-конференц-связи.

Рассмотрение дела по существу состоялось 02 июля 2024 года в 11 часов 30 минут посредством проведения видео-конференц-связи.

## **Изучив материалы дела, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

Как следует из обращения, на киоске по продаже питьевой воды, расположенном по адресу: Нижегородская область, г. Кстово, Шестой микрорайон, между домами №37 и №37А, указана информация следующего содержания: *«Ключ здоровья. Вода артезианская. Свежая*

*холодная. Федеральная программа».*

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона ФЗ «О рекламе», реклама представляет собой информацию, распространяемую любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, а также его продвижению на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама, пункт 3 этой же статьи определил, что товар — продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к услугам по продаже питьевой воды.

Таким образом, рассматриваемая информация отвечает всем требованиям, установленным статьей 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

Согласно 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.

Сообщая потребителям не соответствующие действительности сведения, недобросовестная, недостоверная, неэтичная реклама способна ввести их в заблуждение и нарушить охраняемые законом права или интересы. И наиболее распространенным способом получения необоснованных преимуществ в предпринимательской деятельности выступает ненадлежащая реклама, которая вводит потребителей в заблуждение и причиняет ущерб конкурентам.

Рекламное объявление формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться. Поэтому существенной является информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться

рекламируемым товаром или видом услуг.

Вводящая в заблуждение реклама способна причинить вред как потребителю рекламной информации, так и конкуренту рекламодавца. Так, введение потребителей в заблуждение посредством распространения рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, способно привести к неправильному выбору потребителем товара с необходимым ему набором потребительских свойств и в то же время привести к сокращению продаж однородных товаров конкурентами.

В целом вводящая в заблуждение реклама может формально являться достоверной, но поскольку рекламодавец умалчивает об отдельных характеристиках рекламируемого товара, условиях его приобретения, у потребителя складывается искаженное представление о его потребительских свойствах, условиях использования, предназначении и пр.

Введение в заблуждение является актом недобросовестной конкуренции и представляет собой действия, направленные на формирование неверных представлений в отношении собственных товаров (работ, услуг) или товаров конкурента.

Главным инструментом введения в заблуждение, как правило, является распространение ложной или неточной информации вследствие сокрытия части существенной информации. Вводящая в заблуждение реклама сообщает не "объективно неправильные (неверные) сведения", а субъективно неправильные, т.е. те, которые способны ввести в заблуждение. Это означает, что при оценке рекламы на предмет введения в заблуждение учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодавец, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями.

Как следует из обращения заявителя, информация «федеральная программа» указана с целью привлечения внимания, вызова доверия и побуждения приобрести товар. Однако, по мнению заявителя, такое указание вводит потребителей в заблуждение, поскольку продажа воды не относится к государственным программам.

Таким образом, вышеуказанная реклама противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодавец.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы.

На киоске размещена информация следующего содержания: «ООО «Экосервис» ИНН 5250054456; КПП: 525001001; ОГРН 1115250003758, e-mail: ...».

Следовательно, рекламодателем является ООО «Экосервис».

В отзыве по делу от 13.05.2024 ООО «Экосервис» сообщило, что терминалы для продажи питьевой воды приобретены на основании Договора купли-продажи киосков по продаже артезианской воды от 12.09.2016, заключенного с ИП <...>

В связи с этим, к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, привлечен ИП <...>

В отзыве по делу от 17.05.2024 ИП <...> сообщил, что указание на киоске по продаже питьевой воды словосочетания «*федеральная программа*» связано с федеральной целевой программой «Обеспечение населения России питьевой водой», утвержденной Постановлением Правительства Российской Федерации №292 от 06.03.1998. Деятельность киоска осуществляется в рамках данной целевой программы.

ООО «Экосервис» приобрело право собственности на киоски по продаже артезианской воды в момент их поставки, договором поставки не было предусмотрено условие о обязательном сохранении словосочетания «*федеральная программа*» на баке киоска.

Рассмотрев доводы сторон, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

Рекламное сообщение не содержит полного наименования

федеральной программы, в рамках которой ООО «Экосервис» продает воду через киоски (терминалы).

Вместе с тем, исходя из концепции федеральной целевой программы «Обеспечение населения России питьевой водой» главными целями Федеральной целевой программы являются улучшение обеспечения населения питьевой водой нормативного качества и в достаточном количестве, улучшение на этой основе состояния здоровья населения и оздоровление социально-экологической обстановки в Российской Федерации, восстановление, охрана и рациональное использование источников питьевого водоснабжения.

Для достижения этих целей необходимо решение задач по предотвращению загрязнения источников питьевого водоснабжения, обеспечению их соответствия санитарно-гигиеническим требованиям, повышению эффективности и надежности функционирования систем водообеспечения за счет реализации водоохраных, технических и санитарных мероприятий, совершенствования технологии обработки воды на водоочистных станциях, развития систем забора, транспортировки воды и водоотведения, а также развития нормативно-правовой базы и хозяйственного механизма водопользования, стимулирующего экономию питьевой воды.

Достижение целей предусматривается в 3 этапа:

на первом этапе (1999-2000 годы) намечается осуществление следующих мероприятий:

- экономия питьевой воды;
- улучшение качества питьевой воды в регионах и городах с наибольшим несоответствием состава используемой воды требованиям гигиенических нормативов;
- расширение использования подземных вод в городах и регионах, где поверхностные воды сильно загрязнены;
- восстановление и реконструкция в сельских населенных пунктах систем водоснабжения, находящихся в нерабочем состоянии либо подающих воду непитьевого качества;
- улучшение состояния и обеспечение соблюдения режимов зон санитарной охраны и водоохраных зон источников питьевого водоснабжения;

на втором этапе (2001-2005 годы) намечено расширить работы по восстановлению, реконструкции и строительству систем

водоснабжения городов и сельских населенных пунктов, а также по охране и улучшению состояния водных объектов - источников питьевого водоснабжения;

на третьем этапе (2006-2010 годы) предусматривается завершить наиболее капиталоемкие мероприятия, которые позволят обеспечить коренное улучшение водоснабжения населения.

В настоящее время, а также на момент распространения рекламы, федеральная целевая программа «Обеспечение населения России питьевой водой» не реализуется.

Кроме того федеральная программа не предусматривает в качестве задач продажу воды через автоматические киоски.

В соответствии с Актом приемки-передачи киосков по продаже артезианской воды от 13.10.2016, изготовленные киоски по продаже артезианской воды в количестве двух штук были переданы в пользование ООО «Экосервис».

Следовательно, владельцем киоска по продаже артезианской воды, находящегося по адресу: Нижегородская область, г. Кстово, Шестой микрорайон, между домами №37 и №37А, является ООО «Экосервис».

Таким образом, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу о том, что реклама ООО «Экосервис» *«Ключ здоровья. Вода артезианская. Свежая холодная. Федеральная программа, размещенная на баке киоска по продаже питьевой воды, находящегося по адресу: Нижегородская область, г. Кстово, Шестой микрорайон, между домами №37 и №37А, является ненадлежащей, противоречащей требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».*

В связи с тем, что в материалах дела отсутствуют доказательства прекращения нарушения рекламного законодательства, Комиссия Управления считает необходимым выдать ООО «Экосервис» предписание об устранении выявленных нарушений.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащей рекламой признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 43-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Комиссия,

## РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Экосервис» «Ключ здоровья. Вода артезианская. Свежая холодная. Федеральная программа», распространенную по адресу: Нижегородская область, г. Кстово, Шестой микрорайон, между домами №37 и №37А, поскольку она противоречит требованиям части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ООО «Экосервис» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

<...>