

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 21-24.07.2026
Управления федеральной антимонопольной службы России по Камчатскому краю

Запрос рассмотрен 6 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 24.07.2026 – 14.08.2026.

Описание рекламного продукта

Организация ООО «Водомер Сервис» распространяла в г.Петропавловск-Камчатский информационные письма в адрес собственников жилых помещений о необходимости проведения поверки индивидуальных приборов учета воды.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы России по Камчатскому краю (далее — УФАС), где рассматривается дело, возбужденное в отношении ООО «Водомер Сервис» по признакам нарушения статьи 14.2 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой информации на предмет наличия/отсутствия нарушений требований Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной информации требованиям законодательства Российской Федерации о защите конкуренции, нормам, изложенным в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Способна ли формулировка «Специализированная организация», использованная в информационном письме организации, не имеющей аккредитации на поверку средств измерений, создать у потребителей (собственников жилья) ложное впечатление об особом профессиональном или правовом статусе отправителя, наличии у него аккредитации, либо исключительного права на выполнение данных работ?

4 эксперта ответили НЕТ, а 1 эксперт ответил ДА

Вопрос №2. Может ли данная формулировка в контексте сообщения о необходимости проверки приборов учета вводить потребителей в заблуждение относительно существа предлагаемой услуги и способствовать получению необоснованного преимущества перед конкурентами, действующими на том же товарном рынке?

4 эксперта ответили НЕТ, а 2 эксперта ответили ДА

Вопрос №3. Свидетельствует ли содержание нового информационного письма (от 21.01.2026 № 677) о том, что ООО «Водомер Сервис» полностью устранило нарушения, послужившие основанием для вынесения предупреждения от 05.04.2024 № ЕФ/888/24, или же использованная в нём формулировка «Специализированная организация» продолжает вводить потребителей в заблуждение аналогично ранее выявленным нарушениям?

5 эксперта ответили ДА, а 1 эксперт ответил НЕТ

Вопрос №4. Имеются ли нарушения требований Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»?

4 эксперта ответили НЕТ, а 2 эксперта ответили ДА

Вопрос №5. Имеются ли нарушения иных законодательных актов Российской Федерации?

5 эксперта ответили НЕТ, а 1 эксперт ответил ДА

Вопрос №6. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

4 эксперта ответили НЕТ, а 2 эксперта ответили ДА

На основании проведенного анализа большинство экспертов согласились с заключением лингвиста и пришли к мнению, что спорная информация Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не нарушает.

Вопрос «Может ли...» допускает неоднозначный ответ и требует экспериментальной проверки, что не входит в компетенцию и задачи экспертов. Неизвестно, сколько адресатов интерпретируют его так или иначе. По сути, в письме предлагаются консультационные услуги («рекомендуем позвонить для получения консультации»).

Согласны с заключением лингвиста о необходимости разграничения нормативно закреплённого и общеупотребительного значений словосочетания специализированная организация. Сравните: специализированная организация — юристо в сфере закупок, и специализированная клиника, например. В последнем случае это не означает единственное медицинское учреждение в указанной сфере деятельности.

Особое мнение

Один эксперт высказал особое мнение, что данная формулировка вводит потребителей в заблуждение.

Федеральная антимонопольная служба России все четко сформулировала: «ложное впечатление о наличии у отправителя особого правового статуса, исключительных полномочий

по проведению поверки или официального признания со стороны управляющих и ресурсоснабжающих организаций».

Таким образом, есть нарушение Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Решение

1.Нарушения требований Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» не выявлены.

2.Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

