

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области Волгоградского УФАС России (далее – Волгоградское УФАС России или Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

- Председатель Комиссии - заместитель руководителя Управления –  
Никуйко Ирина Борисовна,
- Члены Комиссии - заместитель начальника отдела – Алимova  
Елена Владимировна,  
- главный специалист-эксперт – Козубова  
Елизавета Михайловна,  
  
- ведущий специалист – эксперт – Власова  
Екатерина Александровна,

рассмотрев дело № 17-03-5-02/429 по признакам нарушения ООО «Эво-касса» (ОГРН ... ИНН/КПП ... юридический адрес: 400120, г. Волгоград, ...) п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) с участием законного представителя ООО «Эво-касса» ... (личность удостоверена по паспорту),

#### **УСТАНОВИЛА:**

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее - Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

Правилами в п. 3 предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту

жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В Волгоградское УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 5575 от 15.06.2017) с жалобой на размещение по адресу: г. Волгоград, ул. Богданова, 1/2 недостоверной рекламы по продаже онлайн-касс ООО «Эво-касса». Заявитель указал, что при осуществлении звонка по указанному в рекламе номеру ему была озвучена иная стоимость онлайн касс (17500 руб.), чем указана в рекламе (1 руб.). К заявлению приложено фото распространяемой рекламы.

В ходе рассмотрения заявления специалистами Волгоградского УФАС России был проведен мониторинг распространения наружной рекламы по адресу: г. Волгоград, ул. Богданова, 1/2, распространение спорной рекламы подтвердилось (акт мониторинга № 286-Р от 20.06.2017). По указанному адресу на здании, расположенном напротив Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы №10 по Волгоградской области, было выявлено распространение рекламы следующего содержания «Онлайн Касса за 1 рубль! Касса под ключ, 96-24-41 ЭВО-КАССА, [www.evokassa.ru](http://www.evokassa.ru), 54 ФЗ Новый порядок применения контрольно-кассовой техники. Услуги: регистрация в ФНС, подключение к ОФД, выпуск КЭП, продажа ФН, модернизация ККТ, обучение персонала, техническое обслуживание, рассрочка платежа. Техника от производителя: Эвотор, Атол, Казначей, Штрих-М».

В рамках рассмотрения заявления от ООО «Эво-касса» в ответ на запрос Волгоградского УФАС России исх. № 02-13/4203 от 06.07.2017 была получена информация (см. письмо вх. № 6666 от 17.07.2017). ООО «Эво-Касса» подтвердило, что размещает наружную рекламу на здании по адресу: г. Волгоград, ул. Богданова, 1/2 на основании договора на оказание платных услуг по размещению рекламной-информационной конструкции № 5 от 08.06.2017, заключенного с ТСЖ «Зеленое кольцо» (срок размещения рекламы с 06.06.2017 по 31.08.2017). Общество сообщило, что условия участия в акции клиентам разъясняют в офисе компании. Акция заключается в том, что клиент получает кассу за 1 рубль при условии заключения договора на расчетно-кассовое обслуживание по специальному предложению банка-партнера – «ЮниКредит Банк» (см. соглашение о сотрудничестве № б/н от 07.06.2017). Банк выдает сертификат, удостоверяющий право клиента получить кассу за 1 рубль.

ООО «Эво-касса» указало, что клиент имеет возможность приобрести у компании кассовую технику, соответствующую требованиям Федерального

закон от 22.05.2003 № 54 ФЗ [«О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и \(или\) расчетов с использованием электронных средств платежа»](#) (с учетом изменений, внесенных Федеральным законом № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации») (далее – Закон о применении ККТ), зарегистрировать ее при содействии ООО «Эво-касса» в ФНС, заключить договор с оператором фискальных данных, осуществить настройку кассы для работы, обучить персонал работе с кассовым оборудованием. Обществу была представлена фотография распространяемой рекламы, идентичной по содержанию той, на распространение которой указал заявитель.

Однако в представленной ООО «Эво-касса» рекламе имелась надпись «Данное предложение не является публичной офертой, подробнее об акции узнайте по телефону (8442) 95-24-41. Срок действия акции с 01.06.2017г. по 31.08.2017г.» Данная надпись располагалась в нижней части рекламного баннера, выполнена заметно более мелким шрифтом в сравнении с иной информацией.

В рамках рассмотрения дела № 17-03-5-02/429 ООО «Эво-касса» были представлены письменные объяснения, подтверждающие ранее представленные сведения. Кроме того, Общество указало, что по состоянию на 03.08.2017 реклама «Онлайн касса за 1 рубль» демонтирована, в доказательство чего была представлена фотография.

Законный представитель ООО «Эво-касса» на заседании Комиссии Волгоградского УФАС России 04.08.2017 согласился с доводами Волгоградского УФАС России, изложенными в определении о возбуждении дела № 17-03-5-02/429 от 25.07.2017.

Иных заявлений, ходатайств, объяснений в адрес Комиссии Волгоградского УФАС России не поступило.

Рассмотрев имеющиеся материалы дела, с учётом доводов лица, участвующего в рассмотрении дела, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе реклама – это 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством наружной рекламной конструкции;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае являются онлайн-кассы, реализуемые ООО «Эво-касса», техника от производителей, а также услуги ООО «Эво-касса».

Целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемую продукцию и услуги ООО «Эво-касса».

В соответствии со ст. 1.1 Закона о применении ККТ контрольно-кассовая техника - электронные вычислительные машины, иные компьютерные устройства и их комплексы, обеспечивающие запись и хранение фискальных данных в фискальных накопителях, формирующие фискальные документы, обеспечивающие передачу фискальных документов в налоговые органы через оператора фискальных данных и печать фискальных документов на бумажных носителях в соответствии с правилами, установленными законодательством Российской Федерации о применении контрольно-кассовой техники;

Согласно письму Минфина России от 01.09.2016 № 03-01-12/ВН-38831 онлайн-кассы (кассовые аппараты с обязательной онлайн передачей данных о наличных расчетах) являются новым видом контрольно-кассовой техники.

В соответствии с п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Согласно ч. 7 ст. 5 Закона 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.

Материалами дела установлено и не оспаривается ООО «Эво-касса», что в период с 14.06.2017 (как указал заявитель) и до момента получения Обществом запроса о предоставлении информации от Волгоградского УФАС России реклама «Онлайн касса за 1 рубль!» распространялась в том виде, в котором была зафиксирована актом мониторинга № 286-Р от 20.06.2017, т.е. без сведений: «Данное предложение не является публичной офертой, подробнее об акции узнайте по телефону (8442) 95-24-41. Срок действия акции с 01.06.2017г. по 31.08.2017г.»

Исходя из текста рекламы, до потребителя не доводилась информация о проведении какой-либо акции. Внесённые впоследствии в рекламу корректировки также не отражают сведения, о какой акции идет речь. В рекламе констатировалась возможность приобретения онлайн-кассы за 1 рубль.

Рассматриваемая реклама не содержит никаких условий (ссылок на наличие таковых) приобретения онлайн-касс по указанной в рекламе цене. В отсутствие данных сведений искажается смысл рекламы, потребитель вводится в заблуждение.

Фактически, исходя из условий соглашения, заключенного между ООО «Эво-касса» (продавец) и АО «ЮниКредит Банк» продавец продает клиенту, являющемуся покупателем тарифного плана оборудование (контрольно-кассовую аппаратуру) по договору купли-продажи на основании сертификата, выдаваемого Банком, за 1 руб. Однако для этого должны быть соблюдены определенные условия. Так, Банк оплачивает реализованное оборудование и услуги ООО «Эво-касса» только при условии осуществления клиентом первой оплаты тарифного плана в соответствии с правилами, которые публикуются на сайте Банка (см. п. 1.2 соглашения сторон № б/н от 07.06.2017). При этом под клиентом понимается хозяйствующий субъект, относящийся к сегменту малого и среднего бизнеса (МСБ), планирующий обслуживание по тарифному плану (специальному комплексному продукту банка, разработанному для клиентов Банка сегмента МСБ) и не находящийся на расчетно-кассовом обслуживании в Банке на момент подключения к тарифному плану и являющийся получателем оборудования (см. термины и определения соглашения сторон № б/н от 07.06.2017).

Сторонами соглашения также определено, что срок действия выдаваемого Банком сертификата, эквивалентен трем календарным месяцам с даты подключения клиента к тарифному плану, в течение которого клиент имеет

возможность не оплачивать полностью стоимость приобретаемого у продавца оборудования. По истечении этого срока клиент теряет такую возможность и оплачивает оборудование собственными средствами.

При этом соглашение между ООО «Эво-касса» и АО «ЮниКредит Банк» было заключено 07.06.2017, с этого же момента сторонами было определено наступление срока действия соглашения (см. п. 8.1 соглашение сторон от 07.06.2017), а согласно рекламе, фотография которой была представлена ООО «Эво-касса», акция проводилась в период с 01.06.2017.

В рамках рассмотрения дела законный представитель ООО «Эво-касса» указал, что стоимость контрольно-кассового оборудования колеблется от 17 500 руб. до 50.000 руб.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе отсутствует существенная информация об условиях приобретения товара (онлайн-касс) за 1 рубль, что искажает смысл информации и вводит потребителя в заблуждение, в отсутствие данной информации указание на стоимость товара в 1 рубль является недостоверной информацией.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе).

Рекламное послание 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.

Поскольку рекламодатель умалчивает об отдельных характеристиках рекламируемого товара, условиях его приобретения, у потребителя складывается искаженное представление о его потребительских свойствах, условиях использования, предназначении и пр.

Закон о рекламе в ч. 7 ст. 5 запрещает умалчивать в рекламе информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или

использования, а значит, изменило бы и решение потребителя: воспользоваться ли рекламируемой услугой, приобрести рекламируемый товар или нет.

Закон о рекламе ставит цель реализовать право потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупредить нарушения законодательства о рекламе и пресечь факты ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

Как указал Двенадцатый Арбитражный апелляционный суд в постановлении от 29.07.2016 № 12АП-6577/2016 по делу № А06-602/2016, краткость содержания рекламы допустима, но при условии, что реклама не создает иллюзий о рекламируемом товаре (услуге) и порядке его приобретения (пользования) в целях привлечения интереса потребителей.

При этом потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор исходя из самой запоминающейся, самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

Именно в связи с направленностью рекламы на привлечение внимание покупателей она должна информировать потенциального потребителя о возможных ограничениях и изъятиях (постановление Двенадцатого арбитражного апелляционного суда от 14.11.2014 по делу № А12-20905/2014).

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, рекламодаделец несет ответственность за нарушение п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Пунктом 5 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Волгоградским УФАС России установлено, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Эво-касса» (ОГРН ... ИНН/КПП ... юридический адрес: 400120, г. Волгоград, ...).

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Рассматриваемая реклама «Онлайн Касса за 1 рубль! Касса под ключ, 96-

24-41 ЭВО-КАССА, [www.evokassa.ru](http://www.evokassa.ru), 54 ФЗ Новый порядок применения контрольно-кассовой техники. Услуги: регистрация в ФНС, подключение к ОФД, выпуск КЭП, продажа ФН, модернизация ККТ, обучение персонала, техническое обслуживание, рассрочка платежа. Техника от производителя: Эвотор, Атол, Казначей, Штрих-М», распространявшаяся в период с 14.06.2017 по 03.08.2017 посредством наружной рекламной конструкции, является ненадлежащей, нарушающей п. 4 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

Нарушение рекламоделателями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 3 ст. 36 Закона о рекламе предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдаётся на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей и должно содержать указание о прекращении ее распространения.

Однако с учётом того, что на момент рассмотрения дела № 17-03-5-02/429 распространение рекламы с использованием слоганов: «Онлайн Касса за 1 рубль!..» было прекращено, Комиссией Волгоградского УФАС не было установлено оснований для выдачи предписания.

Руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с п.п. 37-42 Правил, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «Онлайн Касса за 1 рубль! Касса под ключ, 96-24-41 ЭВО-КАССА, [www.evokassa.ru](http://www.evokassa.ru), 54 ФЗ Новый порядок применения контрольно-кассовой техники. Услуги: регистрация в ФНС, подключение к ОФД, выпуск КЭП, продажа ФН, модернизация ККТ, обучение персонала, техническое обслуживание, рассрочка платежа. Техника от производителя: Эвотор, Атол, Казначей, Штрих-М», распространявшуюся в период с 14.06.2017 по 03.08.2017 посредством наружной рекламной конструкции, ненадлежащей, нарушающей требования п. 2 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Основания для выдачи предписания отсутствуют.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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