

ООО «Сегмент»

---

125367, г. Москва,

ул. Габричевского, д. 4, пом. 1, к.  
3

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**о назначении административного наказания в виде предупреждения**

**по делу № 19-А об административном правонарушении**

«28» июня 2017 г.

г. Брянск

Заместитель руководителя управления - начальник отдела естественных монополий и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области Н.А. Новикова, рассмотрев протокол об административном правонарушении, составленный в отношении ООО

«Сегмент» (ИНН 7733301820, ОГРН 1167746918151, юрид. адрес: 125367, г. Москва, ул. Габричевского, д. 4, пом. 1, к. 3) в отсутствие лица (уведомлено надлежащим образом),

### **УСТАНОВИЛ:**

В адрес Брянского УФАС поступила жалоба (...), из которой следует, что 27 октября 2016г. в 15:43 ч. ею была произведена оплата за услуги телефонной связи через терминал приема платежей в отделе "Евросеть" по адресу: г.Брянск, Московский мкр., 44Б (...). На терминале приема платежей имеется реклама "прием платежей без комиссии Оплата кредита Евросеть". При внесении денег в терминал, была начислена комиссия в размере 5% от внесенной суммы. Отказаться от данной операции было уже невозможно. При наборе телефонного номера и в последующем никаких сведений о сборе комиссии не было указано. На чеке указан оператор "Тульский Расчетный Центр". По мнению заявителя, указанная реклама недостоверна и вводят потребителей в заблуждение.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рекламируемом случае отсутствие взимания комиссии является одним из преимуществ, позволяющим сэкономить деньги, что следует рассматривать как благоприятные для покупателя (потребителя) последствия участия в акции.

Поэтому существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. В рекламе не содержится существенной информации о взимании комиссии при оплате услуг телефонной связи.

Исходя из анализа приведенных нормативных положений, 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).

Отсутствие в рекламе существенной части информации приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей в нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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, имеющие намерение воспользоваться рекламируемым видом услуг.

Оценка восприятия спорной информации дается с точки зрения рядового потребителя. Таким образом, рядовые потребители вводятся в заблуждение относительно существенных условий приобретения желаемой услуги.

Согласно п. 4 ч. 3 ст. 5 ФЗ «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.

Комиссия в размере 5% была начислена и удержана, что подтверждается чеком.

В рекламе указаны недостоверные сведения, что прием платежей осуществляется без комиссии.

Таким образом, размещенная на терминале реклама не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, п. 4 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо; рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламодателем данной рекламы является

ООО «Сегмент», поскольку именно данное лицо определило объект рекламирования и распространило рекламу путем размещения при техническом обслуживании устройства спорной рекламной наклейки (согласно пояснений общества от 04.05.2017г.).

Ответственность за нарушение положений ч. 7 ст. 5, п. 4 ч. 3 ст. 5 в соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ установлено, что административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (действие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, установлено событие административного правонарушения, выразившееся в распространении 27 октября 2016г. на терминале приема платежей в отделе "Евросеть" по адресу: г.Брянск, Московский мкр., 44, рекламы "прием платежей без комиссии Оплата кредита Евросеть" с указанием в рекламе недостоверных сведений в части приема платежей без комиссии, что приводит к искажению рекламы и не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе».

Субъектом административного правонарушения является ООО «Сегмент» (ИНН 7733301820, ОГРН 1167746918151, юрид. адрес: 125367, г. Москва, ул. Габричевского, д. 4, пом. 1, к. 3).

В соответствии с ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В силу ч. 1, 2 ст. 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам

животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) Кодекса.

Учитывая характер совершенного ООО «Сегмент» административного правонарушения, наличие обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) Кодекса, руководствуясь ст. 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПО С Т А Н О В И Л:**

Признать ООО «Сегмент» виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде **предупреждения**.

В соответствии частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

начальник отдела естественных  
монополий и рекламы

Н.А.Новикова