**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**о назначении административного наказания**

**по делу № 058/04/14.3-173/2021**
**об административном правонарушении**

**25 мая 2021 года** **г. Пенза, ул. Урицкого, 1**

руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по зенской области , рассмотрев протокол и материалы дела об инистративном правонарушении № 058/04/14.3-173/2021, возбужденного в ошении индивидуального предпринимателя , в связи с нарушением части 7 тьи 5; статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», новленному решением Пензенского УФАС России от 12.03.2021 по делу № '05/9-25/2021, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 екса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее АП РФ),

**УСТАНОВИЛ:**

рассмотрение поступил протокол от 12.04.2021 № 058/04/14.3-173/2021 об инистративном правонарушении, составленный ведущим специалистом- пертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления ,ральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – зенское УФАС России) в отношении ИП , в связи с совершением деяния, етственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса сийской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП

протокола об административном правонарушении от 12.04.2021 № '04/14.3-173/2021 и материалов дела следует.

зенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/9-25/2021 о ушении законодательства о рекламе в отношении ИП по факту нарушения ти 7 статьи 5; статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О ламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

пространяемая ИП реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от арта 2021 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана адлежащей.

ответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение жностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об

инистративных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на ичие события административного правонарушения, является поводом к буждению дела об административном правонарушении, предусмотренном тьей 14.3 настоящего Кодекса.

рассмотрение настоящего дела 26.04.2021 ИП не явился. Все почтовые равления (с определениями о месте и времени рассмотрения дела № '04/14.3-173/2021), направляемые по адресу ИП , возвращались в Пензенское АС России с пометкой: «истек срок хранения».

зенское УФАС России предприняло все меры для установления и обеспечения лежащего уведомления ИП

ласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 30.07.2013 №61 «О некоторых росах практики рассмотрения споров, связанных с достоверностью адреса дического лица» юридическое лицо несет риск последствий неполучения дически значимых сообщений, поступивших по его адресу, указанному в ЭЛ, а также риск отсутствия по этому адресу своего представителя, и такое дическое лицо не вправе в отношениях с лицами, добросовестно агавшимися на данные ЕГРЮЛ об адресе юридического лица, ссылаться на ные, не внесенные в указанный реестр, а также на недостоверность данных, ержащихся в нем (в том числе на ненадлежащее извещение в ходе смотрения дела, в рамках производства по делу об административном вонарушении, за исключением случаев, когда соответствующие данные сены в ЕГРЮЛ в результате неправомерных действий третьих лиц или иным ем помимо воли юридического лица.

нетом вышеизложенного, считаю возможным рассмотреть дело в отсутствие

смотрев материалы настоящего административного дела, прихожу к дующему.

т совершения ИП действий по распространению ненадлежащей рекламы азан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и тверждается представленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении онодательства о рекламе № 058/05/9-25/2021 следует, что в январе 2021 года в Пензе распространялась реклама следующего содержания: «Московский дюсерский центр SHOW-KIDS представляет самый грандиозный и масштабный ект года. Тайна чудес фантастическое шоу для всей семьи SHOWKIDS.RF om/show_kids_rf САМЫЙ МАСШТАБНЫЙ ИНТЕРАКТИВНЫЙ ПРОЕКТ ГОДА. шебная страна Чудесариум, сражение великих магов, перемещение сквозь ия и пространство, лаборатория чудес и тайны подводного мира. Приключения щают быть захватывающими! Чтобы увидеть Вас и Вашего ребенка мы менили самые передовые технологии: -Гигантские МЕГАБОЛЫ (2 метра высотой) офессиональное ЛАЗЕРНОЕ ШОУ –Водопад из МЫЛЬНЫХ ПУЗЫРЕЙ –Красочные маппинг-проекции –Грандиозный САЛЮТ из огромных пневмопушек –

:штабные интерактивные ИГРЫ со зрителями. Мы предоставляем новую ›ищную интерактивную форму. Это значит, что теперь главными героями нашего дставления можете стать Вы и Ваши друзья! !!! ВПЕРВЫЕ В ВАШЕМ ГОРОДЕ!!! 31 ›ря в 11:00 ЦКиД (г. Пенза, ул. Ленина, 11А). Адреса касс и билеты ONLINE на те: KASSY.RU Билеты без наценки в кассе ЦКиД ежедневно с 10:00 до 19:00 Тел.: 03-834-13-32, +7(8412)39-07-88 !!! Приобретайте билеты заранее!!! Стоимость этов от 600 руб. Продолжительность шоу 1 час 40 мин. (с антрактом). Дети до 3-х бесплатно (в сопровождении взрослого). Групповые заявки: 8-952-127-29-04 8-960-39-99. Наши партнеры приготовили ПОДАРКИ! МОДНЫЕ ИГРУШКИ. Для стия в розыгрыше подарков необходимо заполнить информацию Фамилия:_____ :_____ № школы____».

оответствии со статьёй 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О ›ламе» (далее – ФЗ «О рекламе») рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых дств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на влечение внимания к объекту рекламирования, формирование или держание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под ектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, отовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности о мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

екламе сообщается о проведении стимулирующего мероприятия: «Наши тнеры приготовили ПОДАРКИ! МОДНЫЕ ИГРУШКИ. Для участия в розыгрыше арков необходимо заполнить информацию Фамилия:_____ Имя:_____ № лы____».

оответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых дств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на влечение внимания к объекту рекламирования, формирование или держание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект ›ламирования – товар, средство его индивидуализации, изготовитель или давец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на ке игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама; ар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для дажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама – реклама, оответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

ми словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять дующим условиям, а именно:

›дназначаться для неопределенного круга лиц;

ıвлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

›собствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. ложность купить товар или воспользоваться услугой).

неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть анее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной оны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта ламирования.

ласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования – товар, дства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или давец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на ке игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

знаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к экту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти ребителя.

ормация семейного шоу «Тайна чудес», распространяющаяся в г. Пензе, ержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие лифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации екламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; следует строго заданные цели информирования: формирует и поддерживает ерес к объектам рекламирования и способствует их продвижению на рынке логичных услуг (по своему характеру разовым предложением не является) довательно, является рекламой.

оответствии со статьей 9 ФЗ «О рекламе» в рекламе, сообщающей о ведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в рых является приобретение определенного товара (далее – стимулирующее оприятие), должны быть указаны:

роки проведения такого мероприятия;

сточник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его ведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого оприятия, сроках, месте и порядке их получения.

признания рекламы стимулирующим мероприятием необходимо установить ой признак как выполнение его участником обязательного условия – обретение определенного товара.

текста распространяемой рекламы семейного шоу «Тайна чудес» следует: ши партнеры приготовили ПОДАРКИ! МОДНЫЕ ИГРУШКИ. Для участия в ыгрыше подарков необходимо заполнить информацию Фамилия:_____ Имя:_____ колы____».

ст рекламного сообщения свидетельствует о намерении рекламодателя влечь внимание потребителей и воспользоваться рекламируемой услугой. Для , чтобы стать претендентом на получение подарков «модных игрушек», длагается совершить покупку билета на семейное шоу «Тайна чудес».

им образом, реклама содержит информацию о проведении стимулирующего

оприятия, условием в котором является приобретение определенного товара.

кду тем, в указанной рекламе семейного шоу «Тайна чудес» о возможности трать подарки не указаны: срок проведения такого мероприятия, источник ормации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, что ется нарушением статьи 9 ФЗ «О рекламе».

илу части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается лама, в которой отсутствует часть существенной информации о ламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители ламы.

занная норма принята в интересах потребителя, с целью формирования у него вильного (неискаженного и относительно полного) представления о ламируемой услуге.

кольку в рекламе семейного шоу «Тайна чудес» указана информация о можности выиграть подарки, которая направлена на формирование у ребителя желания ею воспользоваться, то существенной является также обная информация, относящаяся к данной акции (кто может быть участником ии).

им образом, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации озможности выиграть подарки приводит к искажению смысла рекламы и собствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение пользоваться рекламируемой акцией, является нарушением части 7 статьи 5 ,ерального закона «О рекламе.

ме того, указание срока проведения такого мероприятия, источника ормации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, ется одной из гарантий информационного права потребителей.

утствие в рекламе сведений о сроке проведения такого мероприятия, об очнике информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его зведения, является нарушением части 7 статьи 5 Федерального закона «О ламе.

довательно, рассматриваемая реклама содержит нарушения части 7 статьи 5, тьи 9 ФЗ «О рекламе».

ласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая бованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

ласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за ушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5, статьей 9 настоящего она несет рекламодатель.

оответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это отовитель или продавец товара либо иное определившее объект ламирования и (или) содержание рекламы лицо.

амодателем вышеуказанной рекламы является ИП

ствия ИП были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по смотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как ушение требований части 7 статьи 5; статьи 9 ФЗ «О рекламе», а пространяемая реклама признана ненадлежащей.

основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных вонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение амодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем онодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 тоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан змере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц – от рех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч лей до пятисот тысяч рублей.

то совершения административного правонарушения: г. Пенза.

ия совершения административного правонарушения: январь 2021 года.

асно статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую тельность без образования юридического лица, совершившие инистративные правонарушения, несут административную ответственность должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

асно статье 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной етственности в случае совершения им административного правонарушения в зи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных занностей.

к давности привлечения ИП к административной ответственности, новленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение законодательства сийской Федерации о рекламе, на момент вынесения постановления не истек.

им образом, в действиях ИП , содержится состав административного вонарушения, ответственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 П РФ.

основании пункта 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного азания физическому лицу учитываются характер совершенного им инистративного правонарушения, личность виновного, его имущественное ожение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и тоятельства, отягчающие административную ответственность.

рассмотрении дела об административном правонарушении в качестве тоятельств, смягчающих административную ответственность согласно статье КоАП РФ учитывается следующее:

впервые совершил административное правонарушение, ответственность за рое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

:тоятельства, отягчающие административную ответственность, согласно тье 4.3 КоАП РФ, при рассмотрении дела не установлены.

рассмотрении настоящего административного дела сведений о тяжелом щественном положении ИП не поступало.

:тоятельств, исключающих согласно статье 24.5 КоАП РФ производство по делу дминистративном правонарушении, при рассмотрении административного а, не установлено.

оответствии с частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ, административное наказание ется установленной государственной мерой ответственности за совершение инистративного правонарушения и применяется в целях предупреждения ершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими ами.

илу ч. 1 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение инистративного правонарушения назначается в пределах, установленных оном, предусматривающим ответственность за данное административное вонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

тью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность де административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух ч пятисот рублей; на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч лей; на юридических лиц - от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

сте с тем, в соответствии с ч.1 ст.4.1.1. КоАП РФ являющимся субъектами ого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим дпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и дическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное инистративное правонарушение, выявленное в ходе осуществления дарственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если начение административного наказания в виде предупреждения не дусмотрено соответствующей статьей раздела 2 настоящего Кодекса или она субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, инистративное наказание в виде штрафа подлежит замене на дупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи настоящего Кодекса.

:илу ч.1,2 ст.3.4 КоАП РФ предупреждение – мера административного азания, выраженная в официальном порицании физического или юридического а. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение анавливается за впервые совершенные административные правонарушения отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда ни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, ужающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и туры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы звычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при тствии имущественного ущерба.

де рассмотрения дела установлено, что ИП подпадает под критерий малого и днего предпринимательства. Совершенное ИП правонарушение не причиняет да и не создает угрозу возникновения причинения вреда жизни и здоровью ей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам турного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской ерации, безопасности государства, чрезвычайных ситуаций природного и погенного характера, а также не причиняет имущественный ущерб.

тья 51 Конституции Российской Федерации:

Никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и зких родственников, круг которых определяется федеральным законом.

Федеральным законом могут устанавливаться иные случаи освобождения от занности давать свидетельские показания.

соответствии с частью 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ется производство по делу об административном правонарушении вправе комиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять азательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической ощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с эксом Российской Федерации об административных правонарушениях.

тывая характер совершенного индивидуальным предпринимателем инистративного правонарушения, имущественное положение лица, тоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь тьями 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

**ПОСТАНОВИЛ:**

Признать индивидуального предпринимателя виновным в совершении инистративного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена тью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить ему наказание в виде предупреждения.