

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении № 011/04/14.3.1-522/2023

05 июля 2023 года г. Сыктывкар

<...> Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 20.06.2023 и материалы дела № 011/04/14.3.1-522/2023 о совершении индивидуальным предпринимателем <...> административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 4 ст. 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 20.06.2023, составленным в отсутствие ИП Г<...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте его составления, что подтверждается его письмом от 19.06.2023 (вх. № 3623-ЭП/23 от 19.06.2023).

Определением Коми УФАС России от 20.06.2023 № АГ/3975/23 рассмотрение дела № 011/04/14.3.1-522/2023 назначено на 05.07.2023 в 11 часов 00 минут.

Копии протокола об административном правонарушении и определения Коми УФАС России от 20.06.2023 № АГ/3975/23 направлены в адрес ИП <...> 20.06.2023 и получены им 30.06.2023, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № <...>.

Административное дело рассмотрено 05.07.2023 в присутствии ИП <...>.

Права и обязанности, предусмотренные ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ, ИП <...> разъяснены. Ходатайств, заявлений не поступило.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении № 011/04/14.3.1-522/2023 установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 28.01.2023 (вх. № 417-э от 30.01.2023) о нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы табака.

В ходе рассмотрения обращения установлено, что на фасаде ТЦ «Народный», расположенного по адресу: г. Сыктывкар, ул. Малышева, д. 1, слева от входной двери в торговый центр (выход 3) размещена информация следующего содержания «ТАБАК торговое место № <...>».

По результатам рассмотрения указанного обращения было принято решение о возбуждении дела № 011/05/7-168/2023 в отношении ИП <...> по признакам нарушения п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), о чем вынесено соответствующее определение № 02-01/1344 от 28.02.2023.

Из материалов дела № 011/05/7-168/2023 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – 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.

При этом в соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно пункту 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске, в том числе с использованием товарного знака.

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, также не является рекламой. То обстоятельство, что информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, приведена не в полном объеме, само по себе не влечет признания этой информации рекламой. Не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Таким образом, указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель) может быть признано обычаем делового оборота, и на такие информационные конструкции нормы Закона о рекламе не распространяются.

Из имеющихся материалов усматривается, что вывеска с информацией «ТАБАК торговое место № <...>» размещена не в месте нахождения соответствующей торговой точки, за пределами занимаемого торговым местом помещения.

Учитывая изложенное, из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемая информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на фасаде торгового центра;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – табаку, формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

В силу п. 1 ч. 1 ст. 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» в целях сокращения спроса на табак, табачные изделия, никотинсодержащую продукцию, устройства для потребления никотинсодержащей продукции, кальяны запрещаются реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции или никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, стимулирование потребления табака или никотинсодержащей продукции.

В соответствии с ч. 5 ст. 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» запрет рекламы табака, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

В силу п. 8 ст. 7 Закона о рекламе не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Согласно частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель, и рекламодатель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо,

осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из материалов рекламного дела усматривается, что торговую деятельность в торговом месте «ТАБАК» (место <...>) осуществляет ИП <...>.

В материалы рекламного дела представлена копия договора аренды № <...> от <...>, заключенного между ИП <...> (арендодатель) и ИП <...> (арендатор).

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...> в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным им в ходе рассмотрения дела, рассматриваемая информация была размещена ИП <...> как вывеска, содержащая указание адреса (место № <...>), и не может рассматриваться как реклама, поскольку размещена в месте осуществления деятельности, на внешней стене торгового центра, в торговом зале которого ИП <...> осуществляет деятельность.

Также ИП <...> указал, что рассматриваемая вывеска не содержит сведений о табачных изделиях, о производителе товара.

В обоснование своей позиции ИП <...> ссылается на пункт 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», а также на пункт 1 статьи 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», согласно которому изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы; продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Комиссия Коми УФАС России отклонила указанные доводы, заявленные ИП <...>, в связи с нижеизложенным.

В пункте 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что не следует рассматривать в качестве рекламы размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Местом реализации товара в рассматриваемом случае является место № <...> в ТЦ «Народный». Вместе с тем, согласно составленному 08.02.2023 сотрудниками Коми УФАС России акту осмотра информации, рассматриваемая информация размещена не в месте реализации товара.

Как видно из приложенных к акту фотографий, торговое место № <...> имеет стеклянные перегородки, над входом в торговое место размещена вывеска «магазин ТАБАК <...>», справа от входа указано «магазин ТАБАК» и размещена информация о режиме работы и лице, осуществляющем деятельность (ИП <...>).

В соответствии с пунктом 2 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака). В этом случае данная информация должна быть исследована судом на предмет соответствия требованиям, предъявляемым Законом о рекламе к рекламе, в том числе установленным главой 3 Закона о рекламе в отношении отдельных видов товаров.

Таким образом, разграничение рекламы и вывески может быть осуществлено также с учетом целевого назначения содержащихся в них сведений, которое выявляется в результате оценки обстоятельств размещения таких сведений, в том числе внешнего вида, характера, размера и места расположения указанной конструкции.

Согласно правовой позиции, изложенной в пунктах 15, 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела. Для поддержания интереса к товару не обязателен показ самого товара, а достаточно изображения различительных элементов (в том числе товарного знака), которые использовались при рекламе этого товара. Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Содержание рассматриваемой рекламы очевидно вызывает у потребителя ассоциацию с определенным товаром – табаком.

Учитывая изложенное, рассматриваемая информация является рекламой табака.

Комиссией Коми УФАС России в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований п. 8 ст. 7 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламораспространителя рассматриваемой рекламы – ИП <...>.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Относительно периода распространения рекламы установлено следующее.

К обращению <...> приложена фотография рассматриваемой рекламы; из свойств файла следует, что реклама зафиксирована заявителем 21.01.2023.

Сотрудниками Коми УФАС России распространение рассматриваемой рекламы

зафиксировано 30.01.2023, что подтверждается актом осмотра информации.

Из пояснений ИП <...>, данных в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что он разместил рассматриваемую рекламу в январе 2021 г. и демонтировал в начале апреля 2023 г.

Учитывая изложенное, из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемая реклама распространялась в период с января 2021 г. по март 2023 г. на территории г. Сыктывкара Республики Коми.

Решением Комиссии № ПК/3548/23 от 30.05.2023 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

На дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствовали доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе.

В связи с чем, ИП <...> выдано предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Предписание в установленный срок исполнено.

В соответствии с ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции или кальянов - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати пяти тысяч рублей.

С учетом изложенного, ИП <...> допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась в период с января 2021 г. по март 2023 г.

Вместе с тем в силу ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении не может быть вынесено за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

С учетом изложенного, время совершения административного правонарушения на дату вынесения настоящего постановления: с 06 июля 2022 г. по март 2023 г.

Место совершения административного правонарушения: г. Сыктывкар Республики Коми.

Срок давности привлечения ИП <...> к административной ответственности в связи с распространением рассматриваемой рекламы на дату рассмотрения настоящего дела не истек.

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных

обязанностей. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Из материалов административного и рекламного дел следует, что ИП <...> не предпринял достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонился от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства, что является зоной ответственности рекламодателя и рекламораспространителя.

В связи с чем, обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии им всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Исследовав материалы административного и рекламного дел, должностное лицо приходит к выводу о том, что вина ИП <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ, является установленной.

ИП <...> в ходе рассмотрения административного дела пояснил, что злого умысла на совершение нарушения он не имел, нарушение допущено в связи с незнанием Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...>: добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль; совершение правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные

решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18.1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения.

Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения ИП <...> как исключительный, не установлено, а им таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным

отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении ИП <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей и несоблюдении требований п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

Согласно ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством 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. 2 ст. 3.4 КоАП РФ 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.

Согласно ч. 3 ст. 3.4 КоАП РФ 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 в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Согласно ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ 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 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В силу ч. 2 ст. 4.1.1 КоАП РФ административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 13.15, 13.37, 14.31 - 14.33, 14.56, 15.21, 15.27.3, 15.30, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33, 19.34, 20.3, частью 2 статьи 20.28 настоящего Кодекса.

Совершенное ИП <...> административное правонарушение в виде нарушения запрета рекламы табака посягает на установленный нормативными правовыми актами порядок общественных отношений в сфере производства, размещения и распространения рекламы.

В данном случае несоответствие рекламы ИП <...> требованиям законодательства

о рекламе побуждает к отказу от здорового образа жизни.

Указом Президента Российской Федерации от 09.10.2007 № 1351 утверждена Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года (далее – Концепция). Основными задачами Концепции являются сохранение и укрепление здоровья населения, увеличение продолжительности активной жизни, создание условий и формирование мотивации для ведения здорового образа жизни. В Концепции указано, что уровень смертности обусловлен, в том числе высоким уровнем заболеваемости населения, распространенностью табакокурения.

Последние годы в стране характеризуются стабильно высоким уровнем курения и употребления табачных изделий среди населения.

Следует учитывать, что реклама имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к товарам, поддерживает заинтересованность в них. Основной ее целью является продвижение товара на рынке.

Борьба с курением в России – огромная социальная и медицинская проблема. Вред табакокурения: курение поражает почти все внутренние системы, оставляя наибольший отпечаток на сердечно-сосудистой, дыхательной и пищеварительной системах. Особенно опасно подростковое табакокурение, поскольку оно препятствует нормальному развитию и формированию юного организма.

Распространение подобной рекламы может вызвать рост числа потребителей табака и привести к ухудшению состояния здоровья населения, оказать негативное влияние на социальный климат в семьях.

Учитывая изложенное, в данной ситуации из материалов дела не следует, что имеются все необходимые условия для применения положений ст. 4.1.1 КоАП РФ, в части такого обстоятельства как: отсутствие причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей.

Таким образом, отсутствуют обязательные условия, при которых возможна замена административного штрафа предупреждением.

В соответствии со статьей 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения, целью которой является предупреждение совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Коми УФАС России определением от 20.06.2023 № АГ/3975/23 у ИП <...> были запрошены сведения о его имущественном положении с приложением подтверждающих документов. Однако указанные сведения и документы ИП <...> в Коми УФАС России не представлены.

С учетом вышеизложенного, административный штраф, подлежащий применению в отношении ИП <...> в рассматриваемом случае составит 10 000 (десять тысяч) рублей, что является минимальной санкцией для подобного рода нарушений.

Штрафная санкция, назначенная ИП <...>, соразмерна правонарушению, а само наказание, в то же время, имеет существенный предупреждающий эффект и

способствует предотвращению совершения новых аналогичных правонарушений.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного ИП <...>. административного правонарушения, личность ИП <...>, наличие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, отсутствие сведений об имущественном положении ИП <...>, в соответствии со статьями 4.1, 4.2, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ.

2. Назначить индивидуальному предпринимателю <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 10 000 (десять тысяч) рублей, что является минимальной санкцией для подобного рода нарушений.

Реквизиты для уплаты штрафа:

Отделение-НБ Республики Коми БАНКА РОССИИ/УФК по Республике Коми г. Сыктывкар Банк получателя	БИК	018702501					
	Сч. №	03100643000000010700					
ИНН 1101481197	КПП 110101001	Сч. №	40102810245370000074				
УФК ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ (Управление Федеральной антимонопольной службы по РК) Получатель	Вид оп.	01	Срок плат.				
	Наз. пл.		Очер. плат.			3	
	Код		Рез. поле				
16111601141019002140	87701000	0	0	0	0	0	
ШТРАФ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ							
№ 011/04/14.3.1-522/2023 СОГЛАСНО ПОСТАНОВЛЕНИЮ ОТ 05.07.2023							

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о

наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случаев, предусмотренных частями 1.1, 1.3, 1.3-1 и 1.4 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

В силу части 1.3-3 статьи 32.2 КоАП РФ **при уплате административного штрафа** за административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, лицом, привлеченным к административной ответственности за совершение данного административного правонарушения, либо иным физическим или юридическим лицом **не позднее двадцати дней со дня вынесения постановления** о наложении административного штрафа административный **штраф может быть уплачен в размере половины суммы наложенного административного штрафа.**

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах по истечении срока, указанного в части 1, 1.1 или 1.4 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток, а в случаях, предусмотренных частями 1.1 и 1.4 настоящей статьи, в течение одних суток судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, не составляется в случае, указанном в примечании 1 к статье 20.25 настоящего Кодекса.

В соответствии со статьями 30.2, 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу, в вышестоящий орган либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;

2) после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;

3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

<...>

<...>