

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-780/2023 об административном правонарушении

05 февраля 2024 года

г. Пенза, ул. Урицкого

Директор Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 058/04/14.3-780/2023, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя, по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», установленному решением Пензенского УФАС России от 28.12.2023 по делу № 058/05/18-718/2023, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

УСТАНОВИЛ:

при рассмотрении поступил протокол от 22.01.2024 № 058/04/14.3-780/2023 об административном правонарушении, составленный ведущим специалистом-экспертом Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ИП Св., в связи с совершением нарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Материалы протокола об административном правонарушении от 22.01.2024 № 058/04/14.3-780/2023 и материалы дела следуют.

Решением Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/18-718/2023 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ИП по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

Распространяемая ИП реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 28 декабря 2023 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение административными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

При рассмотрении настоящего дела ИП не присутствовал. 22.01.2024 в адрес Пензенского УФАС России ИП представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/04/14.3-780/2023 об административном правонарушении в отсутствие своего представителя.

Факт совершения ИП действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан в

рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается установленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении законодательства о рекламе № 058/05/18-718/2023 следует, что в Пензенское УФАС России от 26.11.2023 вх. №5524-ЭП/23 поступило обращение абонента ПАО «МТС» по вопросу получения 26.11.2023 в 12:37:50 телефонного звонка с номера +7 на номер его телефона +7 рекламой услуг компании «Ростелеком». Заявитель согласия на получение рекламы на абонентский номер оператору связи или иным лицам не давал. По мнению заявителя, указанные действия по распространению рекламы являются нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе. Заявителем представлена запись телефонного разговора.

в ответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный номер +7 принадлежат оператору ПАО «МТС».

в ответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный номер +73472175928 принадлежат оператору ПАО «Башинформсвязь».

в ответствии с постановлением Пензенским УФАС России направлены запросы в ПАО «МТС» (исх. от 28.11.2023 № ЕП/4312/23) и ПАО «Башинформсвязь» (исх. от 28.11.2023 № ЕП/4313/23).

в ответствии с адресом Пензенского УФАС России от 01.12.2023 (вх.№5697/23) поступил ответ ПАО «МТС», в соответствии с которым установлено следующее.

абонентский номер +7 выделен по договору оказания услуг подвижной связи МТС (договор заключен в материалы дела).

в соответствии с представленной детализацией звонков на абонентский номер +7 за 26.11.2023, согласно которой 26.11.2023 в 12:37:50 осуществлен звонок с телефонного номера +7.

в соответствии с информацией, представленной ПАО «Башинформсвязь» (оператор) абонентский номер +7 является sip-номером, который до договора № от 03.11.2021 выделен клиенту индивидуальному предпринимателю для оказания услуги «Виртуальный IP-офис» посредством передачи голосовой информации по сети передачи данных ПАО «Башинформсвязь».

в соответствии с постановлением Пензенским УФАС России определением от 06.12.2023 по факту распространения указанной рекламы возбуждено дело № 058/05/18-718/2023 по признакам нарушения 11 статьи 18 «О рекламе» в отношении ИП . Рассмотрение дела назначено на 14.12.2023.

в соответствии с постановлением от 28.11.2023 (вх. №5925-ЭП/23) ИП представило в адрес Пензенского УФАС России письменные пояснения из которых следует, что между ПАО «Ростелеком» и ИП заключен договор от 28.04.2023 №01/25/2815/23 на оказание услуг по организации и проведению рекламной компании в целях привлечения новых абонентов для заключения ими договоров с операторами связи и/или подключения абонентам услуг связи дополнительно/взамен к уже заключенным.

в соответствии с пояснениями ИП . сообщил, что согласие абонента на получение информации, содержащей рекламу, может быть получено не только письменно, но и устно по телефону при осуществлении звонков рекламного характера до момента непосредственного начала распространения рекламы. Оператор в начале разговора с абонентом задает вопрос о

желании получить информацию об услугах связи и в случае получения отрицательного ответа, прерывает диалог. Распространение рекламы осуществляется с момента заключения договора по настоящее время, указанный выше договор не расторгнут и абоненты выполняют по нему принятые на себя обязательства. Реклама услуг заказчика (ООО «Ростелеком») распространяется на всей территории РФ в зоне технического охвата услуг связи ПАО «Ростелеком». Основанием для распространения рекламного сообщения является договор заявителя +79... являются обязательства, принятые на себя ИП в рамках договора от 03.04.2023 №01/25/2815/23 на оказание услуг по организации и проведению рекламной кампании в целях привлечения новых абонентов.

В результате рассмотрения Заявления по существу и изучения дополнительно собранных доказательств установлено следующее.

Абонентский номер заявителя +7 в сети оператора услуг связи ПАО «МТС» поступил в виде фоновый звонок с рекламой следующего содержания:

Сотрудник компании «Ростелеком»: Меня зовут Анастасия. Я представляю интересы компании «Ростелеком». Можете говорить? Буквально минуту.

Абонент: Говорите.

Сотрудник компании «Ростелеком»: Дело в том, что сейчас благодаря реально выгодным скидкам от «Ростелеком» можно пользоваться домашним интернетом, телевидением и мобильной связью всего за 333 рубля в месяц. Плюс каждому новому абоненту онлайн кинотеатр «Wink» в подарок. И давайте сразу посмотрим есть ли такая возможность в вашем регионе. Вы в каком городе проживаете?

Абонент: Возможности нет. Больше не звоните».

На момент поступления, указанного звонка подтверждается детализацией предоставленных данных за 26.11.2023, представленной в материалы дела оператором Заявителя – ПАО «МТС».

В материалы дела представлена аудиозапись указанного телефонного звонка, содержание которого показывает, что лицо, осуществившее звонок с телефонного номера принадлежащего ИП..., озвучивает информацию о привлечении внимания к оказанию услуг компанией «Ростелеком» (сейчас благодаря реально выгодным скидкам от телеком» можно пользоваться домашним интернетом, телевидением и мобильной связью всего за 333 рубля в месяц. Плюс каждому новому абоненту онлайн кинотеатр «Wink» в подарок), формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статье 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонент – это абонент услуг связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при использовании для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; радиосвязь – любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

им образом, абонент выступает «пассивной» стороной отношений по передаче информации, он выступает получателем, но не отправителем сообщений.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей адресной информации.

В этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что идентифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения адресной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким способом лиц она была получена.

В этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться адресной, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к какому-либо объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила адресная информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени и фамилии абонента), и представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Учитывая изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является адресной предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к услугам компании «Телеком» (сейчас благодаря реально выгодным скидкам от «Ростелеком» можно пользоваться домашним интернетом, телевидением и мобильной связью всего за 333 рубля в месяц. Плюс каждому новому абоненту онлайн кинотеатр «Wink» в подарок), имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

Вопреки тому, что по себе текст телефонного звонка не содержит сведений, позволяющих говорить о адресной направленности спорного телефонного звонка.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является товар, услуга, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец

ра, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе элитное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), привлечение внимания к которым направлена реклама.

асно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста телефонного звонка, в котором содержится предложение пользоваться услугами компании «Ростелеком», Комиссия приходит к выводу, что данная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к услуге рекламирования услугам компании «Ростелеком».

Рекламодатель, осуществляя телефонный звонок, определенному абоненту, имеет целью довести до него информацию исключительно рекламного характера, а не какую-либо другую (справочную, личную и т.д.).

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона +7 телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к услуге рекламирования.

Согласно части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Постановлением Арбитражного Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» указал следующее: «Согласно части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефонного номера поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако Закон о рекламе не устанавливает порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть получено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения. Согласие на получение информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы».

Таким образом, данное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие абонента должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность устанавливать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

В письменных пояснениях ИП сообщил, что согласие абонента на получение информации,

ержащей рекламу, может быть получено не только письменно, но и устно по телефону осуществлении звонков рекламного характера до момента непосредственного начала распространения рекламы. Оператор в начале разговора с абонентом задает вопрос о желании получить информацию об услугах связи и в случае получения отрицательного ответа, прерывает диалог.

Также представленная Заявителем запись телефонного разговора опровергает данный довод, так как из его содержания не следует, что оператором был задан вопрос о желании абонента прослушать рекламную информацию. Доказательств обратного материалы дела не содержат.

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе» одной из его целей является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

Исходя из положения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» законодатель, учитывая желание операторов связи использовать сети электросвязи для распространения рекламы, а также права и интересы граждан, дал абонентам (адресатам) возможность самим выбирать от каких лиц они готовы получать рекламную информацию подобным образом.

С целью закрепления в части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» обязанности операторов связи получать предварительное согласие абонентов на получение рекламы является защита граждан от поступления на их телефонные номера, адреса электронной почты нежелательных рекламных телефонных звонков и сообщений (смс, мсм).

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера +7, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалах дела представлено.

Суд считает необходимым отметить, что в контексте именно телефонных звонков статьей 18 ФЗ «О рекламе» очевидно разграничены два способа получения рекламы абонентом по сетям электросвязи.

Первый способ исходит из частей 1 и 2 статьи 18 Закона о рекламе и предполагает, что оператор связи сам инициирует взаимодействие с абонентом или адресатом, в этом случае такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получить рекламу от конкретного рекламодателя.

Второй способ регулируется частями 3 и 4 статьи 18 Закона о рекламе, при которых абонент сам осуществляет действия, направленные на взаимодействие с оператором связи, и в данном случае согласия абонента на получение рекламы не требуется, а необходимо лишь выполнить определенные условия (после сообщения оператором связи в ходе оказания услуги, бесплатно и т.п.).

Согласно статье 18 Закона о рекламе, такое особое законодательное регулирование распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно инициирующего взаимодействие с оператором связи (оператором связи или абонентом), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования части 1 статьи 18 Закона о рекламе – недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.

Кроме того, согласно пункту 2 Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 09.12.2014 №1342, под

фонным соединением понимается установленное в результате вызова взаимодействие средствами связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной и передавать и (или) принимать голосовую и (или) не голосовую информацию.

Из вышеизложенного следует, что в случае, когда взаимодействие инициируется рекламодателем, момент начала распространения посредством телефонного звонка на телефонный номер абонента, а не момент непосредственного оглашения рекламной информации абоненту. Более того, рекламодатель не ставит себе конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).

Законность рекламодателя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение согласия абонента, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т.е. в том числе с распространением рекламы посредством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента.

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от назойливых звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от случайного прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

Более того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны рекламодателя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

В этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

Согласно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Согласно пункту 1 статьи 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки.

Более того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламодатель не получил предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Инициатором звонка с предложением услуг компании «Ростелеком» на номер Заявителя без предварительного согласия является ИП, что подтверждается принадлежностью телефонного номера +7 (договор об оказании услуг связи № от 03.11.2021), сведений, подтверждающих данный факт, материалы дела не содержат.

В связи с тем, что Заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение рекламы путем осуществления звонков от отправителя +7, в Пензенском УФАС России

ения и документы о получении отправителем согласия абонента +7 на распространение ему рекламы по сетям электросвязи отсутствуют, распространение анной рекламы противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

ментов, материалов, указывающих, что ИП приняты достаточные меры по соблюдению ований статьи 44.1 Федерального закона «О связи», части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» осуществлении звонка рекламного характера на номер абонента +7, Пензенским С России при рассмотрении дела не получено, ИП не представлено.

ответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая ованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. длежащая реклама не допускается.

ответственность за нарушение статьи 18 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38 анного закона несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

ответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является , осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с льзованием любых средств.

анные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях , распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя

им образом, распространение 26.11.2023 в 12:37:50 посредством телефонного звонка, амы товаров и услуг на номер телефона +7, поступившего с номера +7 с нарушением и 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащим.

ствия ИП . были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по змотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение ований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана длежащей.

основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях ийской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, ампроизводителем и рекламодателем законодательства о рекламе, за ючением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение инистративного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот ей; на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

то совершения административного правонарушения является место жительства ителя - г. Заречный Пензенская обл.

ля совершения административного правонарушения: 26.11.2023 в 12:37:50 (дата упления телефонного звонка).

асно статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, т административную ответственность как должностные лица, если настоящим аксом не установлено иное.

асно статье 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной

тственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с исполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

им образом, в действиях ИП ., содержится состав административного правонарушения, тственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки юсти привлечения к административной ответственности, установленные статьи 4.5 1 РФ не истекли.

сти возможного применения положений статьи 4.1.1 КоАП РФ, антимонопольный орган ачает следующее.

ь 1 статьи КоАП РФ закрепляет, что за впервые совершенное административное зонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), иципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде зупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего жса или закона субъекта Российской Федерации об административных зонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа ежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [ью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [ью 2](#) настоящей статьи.

им образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые ршенное административное правонарушение может быть применено по статье 14.3 1 РФ в случае, если дело об административном правонарушении было возбуждено по ам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с ролируемым лицом, проверки, в ходе которых было установлено соответствующее лшение законодательства о рекламе. В случае, если дело об административном зонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьей 14.3 1 РФ, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) зприятий, проверки, часть 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежит применению.

стоящем случае дело № 058/04/14.3-780/2023 возбуждено без проведения контрольных зорных) мероприятий, следовательно, положения норм статьи 4.1.1 КоАП РФ не ежат применению.

лу части 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания ическому лицу учитываются характер совершенного им административного зонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, чающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие инистративную ответственность.

лу статьи 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за ршение административного правонарушения, считается подвергнутым данному занию со дня вступления в законную силу постановления о назначении инистративного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения юго постановления.

формационной базе платформы «Дело» (ЕИАС-Дело) по состоянию на 05.02.2024 года зутствуют сведения о привлечения ИП к административной ответственности за ршение однородного административного правонарушения (статья 14.3 КоАП РФ), в ности:

№ 034/04/14.3-1486/2022 Волгоградское УФАС России – дата постановления 09.01.2023
г. (вступило в силу 15.02.2023);

№ 074/04/14.3-3532/2022 Челябинское УФАС России – дата постановления 07.03.2023
г. (вступило в силу 28.03.2023);

№ 034/04/14.3-1311/2022 Волгоградское УФАС России – дата постановления 09.12.2022
г. (вступило в силу 23.01.2023);

№ 086/04/14.3-524/2023 Ханты-Мансийское УФАС России – дата постановления
1.2023 года (вступило в силу 28.05.2023);

№ 042/04/14.3-785/2023 Кемеровское УФАС России – дата постановления 06.07.2023
г. (вступило в силу 28.07.2023);

№ 078/04/14.3-878/2023 Санкт-Петербургское УФАС России – дата постановления
1.2023 года (вступило в силу 05.07.2023);

№ 058/04/14.3-630/2023 Пензенское УФАС России – дата постановления 15.12.2023 года
г. (вступило в силу 19.01.2024).

в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ к числу обстоятельств, отягчающими административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не установлен срок, предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с КоАП РФ.

Исходя из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных отношений, которые посягает нарушитель, прихожу к выводу об отсутствии оснований для признания совершенного административного правонарушения малозначительным и освобождения ИП Лакова Е.В. от административной ответственности.

В соответствии с пунктом 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающей в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» 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. Такие обстоятельства, как, например, имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Совершенное ИП правонарушение не является малозначительным, поскольку посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от недобросовестной рекламы. По указанному правонарушению существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных фактических последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению

публично-правовых обязанностей.

Наличие в действиях ИП правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в полной мере доказано и подтверждено материалами дела.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, не установлено.

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

Обстоятельств, исключающих согласно статье 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении, при рассмотрении административного дела, не установлено.

В соответствии со статьей 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом. Федеральным законом могут предусматриваться иные случаи освобождения от обязанности давать свидетельские показания.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая характер совершенного ИП административного правонарушения, его материальное положение, обстоятельства, отягчающие административную ответственность, руководствуясь [статьями 4.1](#), [частью 1 статьи 14.3](#), [статьями 23.48](#), [29.9](#), [0](#), [29.11](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать в действиях индивидуального предпринимателя наличие состава административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Назначить индивидуальному предпринимателю наказание в виде административного штрафа в размере 10 000 (десять тысяч) рублей 00 копеек.