

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 043/04/14.3-329/2022

об административном правонарушении

«18» апреля 2022 г.

г. Киров

<...>, рассмотрев протокол № 043/04/14.3-329/2022 от 18.04.2022, составленный <...> в отношении <...> (число, месяц, год и место рождения – <...>, г. Киров; зарегистрирован – г. Киров, ул. <...>, д. <...>, кв. <...>; документ, удостоверяющий личность – паспорт серия <...> № <...> выдан <...>, код подразделения <...>), в связи с нарушением пункта 2 части 3, пункта 20 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/5-944/2021 (резюлютивная часть решения оглашена 21 февраля 2022 года; в полном объеме решение изготовлено 09 марта 2022 года) признана ненадлежащей реклама: « <... > * *руководитель службы технической поддержки Apple в Кирове* * Мы – местные эксперты Apple (имеем сертификацию) и предлагаем полный спектр услуг по обслуживанию и ремонту любой сложности всей техники Apple. * Мы готовим персональные предложения каждый день. А также обучаем пользоваться техникой Apple. Помогаем в создании, восстановлении Apple ID. Восстанавливаем утерянную информацию, перепрошиваем устройства, переносим информацию со старого на новое устройство. Клеим защитные стекла и пленки* Кроме того, мы поможем в вопросах внедрения и оптимизации продуктов Apple под ваш бизнес. Настроим умный дом и Apple CarPlay. Отремонтим устройства Apple, комплексно почистим их. Действует услуга Trade in и скидки до 50% на аксессуары* Мы часть экосистемы «Apple». Ваш личный «Apple» тренер входит в комплектацию* *appletrainer <...> <...>, <...> * 8(963) <...> * <...>*», распространенная в печатном издании «Человек года – 2021. Малый и средний бизнес. Связи решают. Спецвыпуск журнала «Бизнес класс» (страница 62), поскольку она противоречит требованиям пункта 2 части 3, пункта 20 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе».

Решением установлено, что <...> является рекламодателем вышеуказанной рекламной информации по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований пункта 2 части 3, пункта 20 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило заявление физического лица <...> по вопросу нарушения, по мнению физического лица, пункта 2 части 3, пункта 20 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), по факту распространения информации: « <...> * *руководитель службы технической поддержки Apple в Кирове** Мы – местные эксперты Apple (имеем сертификацию) и предлагаем полный спектр услуг по обслуживанию и ремонту любой сложности всей техники Apple. * Мы готовим персональные предложения каждый день. А также обучаем пользоваться техникой Apple. Помогаем в создании, восстановлении Apple ID. Восстанавливаем утерянную информацию, перепрошиваем устройства, переносим информацию со старого на новое устройство. Клеим защитные стекла и пленки* Кроме того, мы поможем в вопросах внедрения и оптимизации продуктов Apple под ваш бизнес. Настроим умный дом и Apple CarPlay. Отремнтируем устройства Apple, комплексно почистим их. Действует услуга Trade in и скидки до 50% на аксессуары* Мы часть экосистемы «Apple». Ваш личный «Apple» тренер входит в комплектацию* *appletrainer <...> <...>, <...> * 8(963) <...>»* в печатном издании «Человек года – 2021. Малый и средний бизнес. Связи решают. Спецвыпуск журнала «Бизнес класс» (страница 62).

Согласно информации, представленной ООО «Бизнес Класс» письмом от 04.10.2021 № б/н <...>, распространение спорной информации осуществлялось ИП <...>. В связи с чем определением от 08.10.2021 в отношении ИП <...> было возбуждено дело № 043/05/5-944/2021 по признакам нарушения пункта 2 части 3, пункта 20 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Письмом от 15.11.2021 № б/н (вх. № 7192 от 16.11.2021) ИП <...> в материалы дела представлены документы, свидетельствующие о том, что спорная информация была распространена по заявке <...> В связи с чем, определением от 25.11.2021 рассмотрение дела № 043/05/5-944/2021 отложено в связи с необходимостью привлечения к участию в рассмотрении дела <...> в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Информация: «<...> * *руководитель службы технической поддержки Apple в Кирове** Мы – местные эксперты Apple (имеем сертификацию) и предлагаем полный спектр услуг по обслуживанию и ремонту любой сложности всей техники Apple. * Мы готовим персональные предложения каждый день. А также обучаем пользоваться техникой Apple. Помогаем в создании, восстановлении Apple ID. Восстанавливаем утерянную информацию, перепрошиваем устройства, переносим информацию со

старого на новое устройство. Клеим защитные стекла и пленки* Кроме того, мы поможем в вопросах внедрения и оптимизации продуктов Apple под ваш бизнес. Настроим умный дом и Apple CarPlay. Отремонтим устройства Apple, комплексно почистим их. Действует услуга Trade in и скидки до 50% на аксессуары* Мы часть экосистемы «Apple». Ваш личный «Apple» тренер входит в комплектацию* appletrainer <...> <...>, <...>* 8(963) <...>» обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно:

- распространяется в печатном издании «Человек года – 2021. Малый и средний бизнес. Связи решают. Спецвыпуск журнала «Бизнес класс»;

- доступна неопределенному кругу лиц, поскольку распространяется с помощью печатного издания;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, которым является служба технической поддержки «Apple» в Кирове и оказываемые ей услуги по обслуживанию и ремонту любой сложности техники «Apple».

Таким образом, установлено, что вышеуказанная информация является рекламой в соответствии с положениями пункта 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Спорная реклама содержит сведения о наличии в городе Кирове службы технической поддержки Apple, руководителем которой является <...>. Кроме того, спорная реклама содержит фразы: «Мы местные эксперты Apple»; «Мы часть экосистемы Apple».

Установлено, что <...> пройдено обучение на платформе Apple «SEED».

Согласно информации, представленной ООО «ЭППЛ РУС» в письме от 14.02.2022 № б/н, платформа «SEED» представляет собой информационный ресурс, который содержит различные демонстрационные и обучающие материалы в отношении продукции Apple. Указанная платформа используется для подготовки консультантов и менеджеров, работающих в системе продаж продуктов «Apple».

В письмах от 26.11.2021 № б/н, от 14.02.2022 № б/н ООО «ЭППЛ РУС» сообщило, что ООО «ЭППЛ РУС» не имеет собственной службы технической поддержки на территории г. Кирова и Кировской области. Кроме того, факт прохождения соответствующего обучения на платформе «SEED» не является подтверждением статуса «специалиста» или «эксперта» относительно сервисных процедур в системе «Apple», а подтверждает прохождение соответствующего обучения, необходимого для работы в системе продаж продукции «Apple», сотрудником компании, являющейся авторизованным дилером «Apple». Прохождение лицом соответствующего обучения на платформе «SEED» само по себе не может быть основанием для причисления такого лица к службе технической поддержки.

Таким образом спорная реклама нарушает требования пункта 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

Установлено, что рекламируемая точка по ремонту техники «Apple» не является официальным сервисом «Apple» и к самой компании «Apple» не имеет отношения, а занимается ремонтом и сервисным обслуживанием техники «Apple». Данный вывод подтверждается сведениями, содержащимися в акте осмотра сайта от 30.09.2021, и пояснениями <...>, направленными в адрес Кировского УФАС России письмом от 14.01.2022 № б/н (вх. № 193 от 17.01.2022).

Отсутствие в спорной рекламе сведений о том, что рекламируемая организация не имеет отношения к компании «Apple», искажает смысл информации, поскольку потребителем данная реклама воспринимается как реклама услуг, оказываемых непосредственно «Apple».

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» прямо предусмотрено наличие, непосредственно в спорной рекламе, всех существенных условий, необходимых для полного восприятия рекламы. В спорной рекламе содержится ссылка на страницу «ВКонтакте», на которой размещена информация о рекламируемой организации, однако, доступ к информации, размещенной в социальной сети «ВКонтакте» предоставлен не всем пользователям, а только зарегистрированным в вышеуказанной социальной сети, что подтверждается информацией, содержащейся в акте фиксации рекламы от 21.01.2022.

Таким образом, спорная реклама нарушает требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Спорная реклама содержит фразу: *«Мы готовим персональные предложения каждый день»*.

Документы, подтверждающие достоверность информации: *«Мы готовим персональные предложения каждый день»* <...> в Кировское УФАС России не представлены.

Таким образом, спорная реклама содержит нарушение пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований пункта 2, пункта 20 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Между ИП <...> (Исполнитель) и <...> (Заказчик) заключен договор от 31.05.2021 № 84-Б, предметом которого является оказание Исполнителем по заданию Заказчика работ и (или) услуг по производству и размещению рекламных и (или) информационных материалов в журнале «Бизнес Класс» (свидетельство о гос. регистрации СМИ ПИ «ТУЦ 43-191 от 10.12.2009»), распространяемом на территории Кировской области.

<...> в адрес рекламодателя направлена заявка на производство и размещение в июле 2021 г. рекламных и (или) информационных материалов в специальном выпуске журнала «Бизнес Класс. Связи решают».

Сторонами согласован макет рекламной информации, о чем свидетельствует скриншот переписки, представленный ИП <...> в материалы дела письмом от 15.11.2021 № б/н <...>.

Факт исполнения договора от 31.05.2021 № 84-Б подтверждается счетом от 30.06.2021 № 4251, приходным кассовым ордером от 26.07.2021 № 351, актом выполненных работ от 30.06.2021 № 1005.

Таким образом, установлено, что рекламодателем спорной рекламы является <...>, который несет ответственность за нарушение требований пункта 2, пункта 20 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 043/05/5-944/2021.

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно ч. 1 ст. 1.4 КоАП РФ физические лица подлежат административной ответственности независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

Следовательно, <...> (<...> г.р.) несет административную ответственность как физическое лицо.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем,

рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, 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.

Письмом Кировского УФАС России от 18.03.2022 № 1057/04 <...> уведомлялся о дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении – 18.04.2022 в 10 часов 00 минут.

Уведомление о составлении протокола было направлено заказным письмом с уведомлением о вручении по адресу регистрации <...> (610002, Кировская обл., г. Киров, ул. Блюхера, д. 32, кв. 28).

О дате, месте и времени составления протокола об административном правонарушении <...> уведомлен надлежащим образом (согласно информации, содержащейся в уведомлении о вручении отправления с почтовым идентификатором <...> и отчете об отслеживании почтового отправления, отправление вручено адресату 26.03.2022).

На составление протокола об административном правонарушении явился <...>.

18.04.2022 в 10 часов 00 минут, должностным лицом Кировского УФАС России – <...> в отношении <...> составлен протокол № 043/04/14.3-329/2022 об административном правонарушении.

Протокол составлен в присутствии <...>.

Определением от 18.04.2022 о назначении времени и места рассмотрения дела № 043/04/14.3-329/2022 об административном правонарушении, рассмотрение протокола назначено на 18.04.2022 в 10 часов 45 минут.

Определение от 18.04.2022 и протокол № 043/04/14.3-329/2022 были вручены 18.04.2022 лично <...>, о чем свидетельствуют отметка о получении протокола № 043/04/14.3-329/2022 об административном правонарушении и определения от 18.04.2022 о назначении времени и места рассмотрения дела № 043/04/14.3-329/2022 об административном правонарушении.

При таких обстоятельствах <...> считается уведомленным надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения протокола об административном правонарушении.

<...> в Кировское УФАС России письмом от 08.04.2022 № б/н (вх. № 2298 от 11.04.2022) представлена письменная позиция, заключающаяся в следующем.

У <...> отсутствовали намерения вводить потребителей в заблуждение, предлагаемые <...> услуги оказываются им качественно, претензий со стороны заказчиков не поступало. Спорная реклама не разрабатывалась <...>, текст был согласован с <...>, поскольку по убеждению <...>, на тот период в ней отсутствовала информация, которая способна вводить потребителей в заблуждение. <...> обращает внимание на то, что им в открытых источниках размещается информация о том, что он не является официальным представителем «Apple». В вышеуказанном письме <...> сообщил, что он является физическим лицом

в статусе самозанятого, просил заменить штраф на предупреждение в соответствии с положениями статьи 4.1.1 КоАП РФ, просил учесть смягчающие обстоятельства при назначении административного наказания, а именно: совершение правонарушения впервые; добровольное устранение нарушения.

На рассмотрении протокола № 043/04/14.3-329/2022 об административном правонарушении присутствовал <...>, который факт нарушения признал, просил заменить штраф на предупреждение.

Исходя из анализа представленных в Кировское УФАС России документов, а именно: копии договора от 31.05.2021 № 84-Б, копии заявки на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов, направленной <...> в адрес рекламодателя, копия приходного кассового ордера от 26.07.2021 № 351, счета на оплату от 30.06.2021 № 4251 сделан вывод о том, что рекламодателем (лицом, определившим содержание спорной рекламы) является <...>.

Руководитель Кировского УФАС России, изучив материалы административного дела, находит вину <...> в совершении административного правонарушения установленной и доказанной.

Факт совершения правонарушения <...> подтверждается:

- решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/5-944/2021 (резюмирующая часть решения оглашена 21.02.2022; в полном объеме решение изготовлено 09.03.2022);
- материалами административного дела № 043/04/14.3-329/2022;
- протоколом об административном правонарушении № 043/04/14.3-329/2022 от 18.04.2022 г.

Оценивая собранные по делу доказательства, руководитель Кировского УФАС России находит, что действия <...> правильно квалифицированы по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания руководитель Кировского УФАС России учитывает характер совершенного административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Событием является установленный факт нарушения рекламного законодательства, выразившийся в определении содержания спорной рекламы, в которой указаны не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара, а именно, сведения о наличии в городе Кирове службы технической поддержки Apple, руководителем которой является <...>. Кроме того, спорная реклама содержит фразы: «Мы местные эксперты Apple»; «Мы часть экосистемы Apple», также спорная реклама содержит не соответствующие действительности сведения о характеристиках рекламируемого товара, а именно фразу: «Мы готовим персональные предложения каждый день», также, в спорной рекламе отсутствуют сведения о том, что рекламируемая организация не имеет отношения к компании «Apple», что искажает смысл информации, поскольку потребителем

данная реклама воспринимается как реклама услуг, оказываемых непосредственно «Apple», что нарушает требования пункта 20 части 3, пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Ответственность за данное нарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с июня 2021 г.

Место совершения административного правонарушения: территория распространения ненадлежащей рекламы – Кировская область.

Время совершения административного правонарушения: июнь 2021 г.

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по определению содержания спорной рекламы, в которой указаны не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара, а именно сведения о наличии в городе Кирове службы технической поддержки Apple, руководителем которой является <...>, содержащей фразы: «Мы местные эксперты Apple»; «Мы часть экосистемы Apple», в которой указаны не соответствующие действительности сведения о характеристиках рекламируемого товара, а именно фраза: «Мы готовим персональные предложения каждый день», также, в спорной рекламе отсутствуют сведения о том, что рекламируемая организация не имеет отношения к компании «Apple», что искажает смысл информации, поскольку потребителем данная реклама воспринимается как реклама услуг, оказываемых непосредственно «Apple» в нарушение требований пункта 20 части 3, пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Субъектом административного правонарушения является физическое лицо – <...> (23.09.1989 г.р.).

В соответствии с ч. 1 ст. 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

<...> должен был предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако, его допустил, в связи с чем нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе произошло по вине <...>.

Согласно ч. 2 ст. 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

В данном случае установлено, что у <...> имелась возможность для соблюдения требований рекламного законодательства (действующее законодательство Российской Федерации, в том числе Федеральный закон «О рекламе», является общедоступной информацией), но лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

<...>, как рекламодавец не проявил должной степени ответственности и осмотрительности, что привело к совершению им действий по определению содержания ненадлежащей рекламы.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Следовательно, рассматриваемое правонарушение было совершено <...> по неосторожности.

Таким образом, совершенные <...> действия по определению содержания спорной рекламы, в которой указаны не соответствующие действительности сведения о продавце рекламируемого товара, а именно, сведения о наличии в городе Кирове службы технической поддержки Apple, руководителем которой является <...>, содержащей фразы: «Мы местные эксперты Apple»; «Мы часть экосистемы Apple», в которой указаны не соответствующие действительности сведения о характеристиках рекламируемого товара, а именно фраза: «Мы готовим персональные предложения каждый день», также, в спорной рекламе отсутствуют сведения о том, что рекламируемая организация не имеет отношения к компании «Apple», что искажает смысл информации, поскольку потребителем данная реклама воспринимается как реклама услуг, оказываемых непосредственно «Apple» в нарушение требований пункта 20 части 3, пункта 2 части 3, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих вину обстоятельств установлено: 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.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 18 Постановления от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от

24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что 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.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля лица, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которая выразилась в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ некоммерческим организациям, а также 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 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

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.

Положения ст. 4.1.1 КоАП РФ распространяются на некоммерческие организации, лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также на юридических лиц и их работников, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, которым физическое лицо <...> не является. Соответственно, основания применения к <...> меры ответственности в виде предупреждения отсутствуют.

С учетом характера совершенного административного правонарушения и его последствий, принято решение о наложении административного штрафа в размере минимального размера санкции, предусмотренной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 3, 18, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать физическое лицо – <...> (<...> г.р.) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к физическому лицу – <...> (<...> г.р.) меру ответственности в виде штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 2 000 (двух тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.

Постановление по делу об административном правонарушении в соответствии со ст. 30.1, 30.2, 30.3 КоАП РФ может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу, либо в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч. 5 ст. 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 60 дней со срока, установленного на уплату штрафа, должностным лицом, вынесшим постановление, соответствующие материалы будут направлены судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, рассмотревшее дело об административном правонарушении, должно будет принять решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного

административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.