

о назначении административного наказания в виде штрафа
по делу № 063/04/14.3-232/2022 об административном правонарушении

11 мая 2022 г.
г. Самара

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) ...

, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 063/04/14.3-232/2022, возбужденного в отношении ...

) по факту совершения административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

В отсуствии представителя:

/// (...

), лицо уведомлялось надлежащим образом посредством электронной почты, что подтверждается отчетом из электронной почты от 25.04.2022г., а также посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором 80098871305160 и атрибутом «неудачная попытка вручения» 28.04.2022г.», списком внутренних почтовых отправлений № 205 (Партия 224) от 26.04.2022г., чеком ККМ от 26.04.2022г.,

УСТАНОВИЛ:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) поступило по электронной почте заявление ...

(вх. № 937-гр от 31.08.2021 г.) о наличии признаков нарушения рекламного законодательства в отношении неизвестных лиц при размещении рекламных записей в социальной сети «В Контакте».

Заявитель указала, что в рекламных записях курсов использовано изображение МБОУ школа № 122 г.о. Самара. При этом школа не имеет никакого отношения к данным курсам. Поэтому такая реклама вводит в

заблуждение потенциальных клиентов.

Самарским УФАС России была просмотрена рекламная запись в социальной сети «В Контакте» https://vk.com/wall-183186815_1215, [о чем составлен акт № 1 от 01.09.2021 г.](#)

Рекламная запись сделана с изображением школы № 122 г.о. Самара от Курсов ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара и содержит следующий текст: *«БЕЗ ЛИШНИХ СЛОВ! Мы, те самые курсы САМАРЫ (ул. Мичурина 15, ТЦ «Аквариум»), которые с 2008 года стабильно умеем повышать успеваемость школьников 6-11 классов и готовить к ОГЭ/ЕГЭ по любым предметам на высокие баллы. И наши выпускники, которые поступили на бюджет в лучшие ВУЗы России этому доказательство! А еще мы можем помочь Вашему ребенку выбрать профессию на курсе «Проориентация»! Записывайтесь на бесплатное пробное занятие прямо сейчас – <https://vk.com/app5619682-183186815> или пишите - <https://vk.me/club183186815>».*

Данная реклама содержит признаки нарушения рекламного законодательства, а именно части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Самарским УФАС России была просмотрена группа в социальной сети «В Контакте», относящаяся к «Курсы ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара». В качестве контактных данных указан номер телефона ...

[Самарское УФАС России осуществило запрос в адрес ООО «Т2 Мобайл» \(исх. № 9008/8 от 03.09.2021г.\) для получения сведений о принадлежности номера телефона ...](#)

В своем ответе ООО «[Т2 Мобайл](#)» (вх. № 7578-з от 20.09.2021г., № 7667-з от 22.09.2021г.) представило сведения, что абонентский номер ...

закреплен за ...

на основании договора об оказании услуг связи.

Самарское УФАС России осуществило запрос в адрес ООО «В Контакте» (исх. № 8981/8 от 03.09.2021г.) с целью получения сведений о лице, разместившем рекламную запись https://vk.com/wall-183186815_1215 [в социальной сети.](#)

ООО «В Контакте» представило ответ (вх. № 7443-з от 14.09.2021г., № 7625-з от 21.09.2021г.), что рассматриваемая спорная рекламная запись по адресу https://vk.com/wall-183186815_1215 [была размещена ООО «Информпартнер». Период размещения спорной рекламной записи: с 26 августа 2021 г. по 02](#)

[сентября 2021 г.](#)

[Самарское УФАС России осуществило запрос \(исх. № 9934/8 от 30.09.2021г.\) в адрес ООО «Информпартнер» для установления рекламодателя спорной рекламной записи.](#)

В связи с вышеизложенным, Самарским УФАС России усматривалась необходимость продления срока рассмотрения заявления (исх. № 9932/8 от 30.09.2021г.), о чем заявитель ...

была уведомлена по электронной почте.

В связи с возбуждением Самарским УФАС России дела № 063/04/19.8-1019/2021 об административном правонарушении по части 6 статьи 19.8 КоАП РФ в отношении ООО «Информпартнер», принятие решение по заявлению было приостановлено 27.10.2021 г., о чем заявитель была уведомлена по электронной почте. После вступления в законную силу постановления по делу № 063/04/19.8-1019/2021 об административном правонарушении, Самарское УФАС России возобновило рассмотрение заявления 13.12.2021 г., о чем заявитель также была уведомлена по электронной почте.

ООО «Информпартнер» представило ответ (вх. № 1407/21 от 09.11.2021г.), что рекламная запись https://vk.com/wall-183186815_1215 размещалась в рамках договора № 618 оказания рекламных услуг, согласно которому заказчиком рекламы является ...

Согласно пункта 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама – это 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Так, рекламная запись «Курсы ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера.

Согласно части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Рекламная запись сделана с целью продвижения курсов английского языка «Курсы ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара», которые являются платными образовательными услугами. Информация об их принадлежности или взаимосвязанности с школой № 122 имени ... городского округа Самара отсутствует. Так, потребители рекламы вводятся в заблуждение относительно компании «LANCMAN SCHOOL», которая использует изображение муниципального бюджетного образовательного учреждения, пытаясь привлечь внимание как можно большего количества детей и родителей, а также вызвать дополнительное доверие.

Таким образом, реклама LANCMAN SCHOOL содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных части 7 статьи 5 настоящего закона.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Комиссия Самарского УФАС России возбудила дело № 063/05/5-1149/2021 в отношении ...

Определением о возбуждении дела № 063/05/5-1149/2021 от 15.12.2021г. было назначено на 13.01.2022г. в 14.30.

представил пояснения (вх. № 74/22 от 10.01.2022г.), согласно которым указал, что «28» декабря 2021г. им было получено Определение УФАС по г. Самарской области о возбуждении дела № 063/05/5-1149/2021 и назначении дела к рассмотрению от 15.12.2021г.

Довожу до сведения УФАС по г. Самарской области, что между мной как Заказчиком и ООО «Информпартнер» как Исполнителем был заключен Договор на оказание рекламных № 618 от 23.08.2021г. В рамках данного договора Исполнитель обязался разместить подготовленные мной рекламные материалы в социальной сети «Вконтакте», а ...

должен был оплатить соответствующие услуги.

Заключение данного договора было связано с желанием ...

изучить на практике и протестировать в качестве фрилансера деятельность по продвижению и рекламе в сети интернет, в социальных сетях каких-либо товаров, работ и услуг различных хозяйствующих субъектов, с перспективой сделать такую деятельность в качестве дополнительного источника своих доходов. При этом где-то в середине августа 2021 по рекламе ...

связался кто-то из представителей (не помню его имени) репетиторской школы Lancman School с просьбой помочь в организации размещения объявления в соц. сети «Вконтакте». ...

сказал, что готов взяться за данную задачу «под ключ» (то есть осуществить все необходимые действия до получения конечного результата - подготовке и размещению рекламы в социальной сети), правда, никаких договоров в письменной форме в данном случае со школой не заключалось, это была устная договоренность.

Ввиду отсутствия достаточных знаний и навыков в указанной сфере по размещению рекламы в соцсети «Вконтакте» мной было принято решение заключить договор на размещение тестовой рекламы с одной из действующих рекламных компаний в своем регионе - с ООО «Информпартнер» (приемлемые условия и стоимость услуг, крупная компания, удобная локализация в Казани). Данная рекламная компания была рекомендована знакомым.

В качестве тестовой рекламы в рамках первой Заявки № 1 от 23.08.2021г. к Договору № 618 от 23.08.2021г. как рекламодателем был определен следующий текст для школы Lancman School: *«БЕЗ ЛИШНИХ СЛОВ! Мы, те самые курсы САМАРЫ (ул. Мичурина 15, ТЦ «Аквариум»), которые с 2008 года стабильно умеем повышать успеваемость школьников 6-11 классов и готовить к ОГЭ/ЕГЭ по любым предметам на высокие баллы. И наши выпускники, которые поступили на бюджет в лучшие ВУЗы России этому доказательство! А еще мы можем помочь Вашему ребенку выбрать профессию на курсе «Профориентация»! Записывайтесь на бесплатное пробное занятие прямо сейчас – <https://vk.com/app5619682-183186815> или пишите - <https://vk.me/club183186815>».*

Что касается размещенной в объявлении фотографии некой школы, а именно:

когда ...

выбирал данное фото для рекламы, не думал, что это какая-то реальная школа в пригороде г. Самары, которая до сих пор существует в первоизданном виде и осуществляет свою деятельность - с учетом вида, фасада здания, его рельефов, наличия большой красной звезды на вершине фасада, традиционных для советского периода железных ворот с размещенным на них картонным транспарантом с каким-то текстом - я полагал, что это некое историческое фото школы советских времен 50-60 годов 20 века, некий собирательный образ образовательного учреждения периода коммунизма - времени, когда отечественное образование считалось качественным и доступным каждому.

Вместе с тем, само по себе размещение такой фотографии в спорной рекламе не может образовывать состав правонарушения, предусмотренного ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», которая устанавливает, что «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»:

- во-первых, вся необходимая информация в подготовленной мной рекламе имеется;
- во-вторых, размещение фотографии некой школы не может вводить потребителя в заблуждение и каким-либо образом исказить смысл информации в условиях, когда рекламодатель прямо и недвусмысленно указал адрес школы Lancman School: ул. Мичурина, 15, ТЦ «Аквариум» - любой житель Самары понимает, где находится ул. Мичурина и соответствующий ТЦ «Аквариум». С учетом указанного, полагаю, что в рамках возбужденного производства по делу о размещении спорной рекламы в моих действиях как рекламодателя отсутствуют какие-либо нарушения положений ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

После размещения первой тестовой рекламы по Заявке № 1 от 23.08.2021 к Договору в социальной сети «ВКонтакте» стал более подробно изучать данное направление рекламного бизнеса, понял, что оно для меня не так интересно и перспективно, как я изначально полагал (конкурентная среда, постоянное технологическое усложнение рекламной деятельности, трудности поиска и удержания клиентов требуют большего временного и финансового вклада, которые у меня на текущий момент отсутствуют). В итоге я принял решение прекратить с 02.09.2021г. рекламную кампанию, начатую по Заявке № 1 от 23.08.2021г. к Договору, и вообще закрыть для себя данное направление деятельности.

Определением о продлении и отложении дела № 063/05/5-1149/2021 (исх. №

185-1/8 от 13.01.2022г.) срок рассмотрения дела был продлен на 2 месяца.

Самарское УФАС России направило запрос в адрес членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Самарском УФАС России относительно использования изображения бюджетного образовательного учреждения в рекламе курсов ЕГЭ и ОГЭ Lancman School.

В период с 19.01.2022 г. по 10.02.2022 г. в рамках заочного заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее – Экспертный совет) на повестку было вынесено рассмотрение рекламы, распространяемой в социальной сети «В Контакте» сети Интернет по ссылке https://vk.com/wall-183186815_1215:

«Рекламная записка сделана с изображением школы № 122 г.о. Самара, при этом данная реклама Курсов ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара, которая содержит следующий текст: «БЕЗ ЛИШНИХ СЛОВ! Мы, те самые курсы САМАРЫ (ул. Мичурина 15, ТЦ «Аквариум»), которые с 2008 года стабильно умеем повышать успеваемость школьников 6-11 классов и готовить к ОГЭ/ЕГЭ по любым предметам на высокие баллы. И наши выпускники, которые поступили на бюджет в лучшие ВУЗы России этому доказательство! А еще мы можем помочь Вашему ребенку выбрать профессию на курсе «Профориентация»! Записывайтесь на бесплатное пробное занятие прямо сейчас – https://vk.com/app5619682_-183186815 или пишите – <https://vk.me/club183186815>».

На повестке был задан вопрос – данный рекламный образец вводит в заблуждение потребителей относительно места оказания услуг?

В голосовании приняли участие 10 членов Экспертного совета.

В соответствии с поставленным вопросом 8 членов Экспертного совета согласились с утверждением о том, что данная реклама содержит нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно вводит потребителя в заблуждение, 2 члена Экспертного совета указали на отсутствие введения в заблуждение в рекламе.

Многие члены Экспертного совета указали на то, что спорная реклама вводит в заблуждении потребителей относительно места оказания услуг.

«Пользователя вводят в заблуждение фотографией школы, находящейся по другому адресу и, скорее всего, не имеющей отношения к данным курсам. Тем более, что курсы заявлены по адресу ул. Мичурина, 125 ТЦ Аквариум. Вместе с тем совпадения одной и той же фото школы на разных рекламных текстах наводит на мысль, что школа может иметь к этому какое-то отношение»;

«Да, данная реклама вводит в заблуждение потребителя относительно места проведения занятий. В тексте есть определенная не доказанная самоуверенность – прошел у нас курс и ты поступил на бюджет в ведущий вуз страны. Тоже самое касается и высоких баллов на экзаменах. Они пишут конкретно: МЫ УМЕЕМ ГОТОВИТЬ К ОГЭ/ЕГЭ ПО ЛЮБЫМ ПРЕДМЕТАМ НА ВЫСОКИЕ БАЛЛЫ»;

«Потребитель может посчитать, что курсы организованы на базе учебного заведения»;

«Реклама содержит информацию, которая вводит в заблуждение потребителей относительно места оказания услуг (при этом услуги оказываются по адресу: ул. ...). Кроме того, полагаю, что реклама содержит утверждение относительно результатов занятий, достоверность которых не может быть гарантирована рекламодателем («стабильно умеем повышать успеваемость школьников 6-11 классов и готовить к ОГЭ/ЕГЭ по любым предметам на высокие баллы 100»;

«Рекламный образец вводит в заблуждение потребителей относительно места оказания услуг потому, что в рекламной записи указывается адрес курсов. Любому самарцу, даже если он не был в ТЦ «Аквариум», понятно, что на фото изображено другое здание, совершенно не похожее на какой-либо торговый центр. P.S. Безграмотный текст рекламы, предлагающей образовательные услуги, по сути является антирекламой и априори наносит ущерб возможным потребителям»;

«Данный рекламный образец действительно вводит в заблуждение потребителей относительно места оказания услуг, потому что на фото здание школы № 122. Создается впечатление, что именно там и проходят курсы»;

«Получается, что занятия проходят в здании школа № 122».

Место оказания услуг не привязано к изображенному объекту».

По итогам голосования Экспертным советом принято решение признать рекламу Курсов ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара, распространенную в социальной сети «В Контакте» с использованием изображения школы № 122 г.о. Самара, несоответствующей требованиям рекламного законодательства Российской Федерации.

Заслушав пояснения заявителя, ...

., рассмотрев материалы дела № 063/05/5-1149/2021, протокол голосования Экспертного совета, Комиссия Самарского УФАС России пришла к следующему выводу.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная

на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Так, рекламная запись «Курсы ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера.

Согласно части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Рекламная запись сделана с целью продвижения курсов английского языка «Курсы ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара», которые являются платными образовательными услугами. Информация об их принадлежности или взаимосвязанности с школой № 122 имени ...

городского округа Самара отсутствует. Так, потребители рекламы вводятся в заблуждение относительно компании «LANCMAN SCHOOL», которая использует изображение муниципального бюджетного образовательного учреждения, пытаясь привлечь внимание как можно большего количества детей и родителей, а также вызвать дополнительное доверие.

Согласно п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Поскольку спорный рекламный образец вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно места оказания услуг действия ...

содержат нарушение

ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5 указанного закона несет рекламодаделец.

/// является рекламодателем указанной рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Служебная записка Самарского УФАС России от 15.12.2021 г.;

2. Определение о возбуждении дела № 063/05/5-1149/2021 от 15.12.2021 г.;

3. Пояснения ...

(вх. № 74/22 от 13.01.2022г.);

4. Договор оказания рекламных услуг № 168 от 23.08.2021г., заключенный с ООО «Информпартнер»;

5. Протокол голосования в рамках заочного заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Самарской области.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Поскольку в настоящее время реклама не распространялась у Комиссии Самарского УФАС России отсутствовали основания для выдачи предписания.

29.03.2022г. Комиссия Самарского УФАС России признала ненадлежащей рекламу «Курсы ЕГЭ и ОГЭ LANCMAN SCHOOL Самара», распространенную З. А.А. в социальной сети «В Контакте» с использованием изображения школы № 122 г.о. Самара, **несоответствующей требованиям рекламного законодательства Российской Федерации**, поскольку она содержит нарушение требований ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

Частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламодателем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе.

Дата совершения административного правонарушения – 26.08.2021г.

Место совершения административного правонарушения – г. Самара, место размещения рекламы - в социальной сети «В Контакте».

В адрес ...

29.03.2022 было направлено определение о возбуждении дела № 063/04/14.3-232/2022 об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, содержащее дату составления протокола об административном правонарушении – 25.04.2022 г., лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором 44312364211102 и атрибутом «вручение адресату почтальоном 05.04.2022г.», списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 30.03.2022 г., чеком ККМ от 30.03.2022 г.

Запрашиваемые определением от 29.03.2022г. у ...

пояснения и документы поступили в адрес Самарского УФАС России 11.04.2022г. (вх. № 5233-ЭП/22).

...

указал, что спорная реклама распространялась незначительный срок (с 26.08.2021 по 02.09.2021г.). Таким образом, нарушение было фактически устранено еще до момента рассмотрения дела о нарушении рекламного законодательства.

В назначенную дату и время на составление протокола представитель ...

не явился, лицо уведомлялось надлежащим образом, заявил ходатайство о составлении протокола без его участия.

Определением о назначении времени и места рассмотрения дела (исх. № 3610/8 от 25.04.2022) рассмотрение дела было назначено на 11.05.2022г. посредством видеоконференцсвязи (далее – ВКС).

В назначенную дату и время на рассмотрении дела представитель ...

не явился, лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с

идентификатором 80098871305160 и атрибутом «неудачная попытка вручения 28.04.2022г.», списком внутренних почтовых отправлений № 205 (Партия 224) от 26.04.2022г., чеком ККМ от 26.04.2022г.

В действиях ...

угроза причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и технологического характера, а также имущественный вред, отсутствуют.

Факты совершения правонарушения ...

подтверждаются протоколом по делу № 063/04/14.3-232/2022 об административном правонарушении, а также другими материалами дела № 063/05/5-1149/2021.

Срок давности привлечения № 063/04/14.3-232/2022 к административной ответственности, установленной частью 4.5 КоАП РФ за нарушение рекламного законодательства, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

При рассмотрении дела учтены нормы части 3 статьи 4.1, статей 4.2 и 4.3 КоАП РФ, наличие обстоятельств, смягчающих и отягчающих ответственность не установлено.

Также рассмотрен вопрос о возможности применения норм статьи 2.9 КоАП РФ, оснований для признания правонарушения малозначительным не установлено. Правонарушение совершенно виновно, поскольку лицо, осуществляя действия по распространению рекламы, должно соблюдать требования действующего законодательства Российской Федерации, в том числе о рекламе, но не предприняло все возможные действия по его соблюдению при размещении указанной выше рекламы.

В свою очередь, возможность привлечения лица к административной ответственности не поставлена законодателем в зависимость от наступления вредных последствий и причинения материального ущерба.

При этом прекращение правонарушения не является обстоятельством, свидетельствующим об отсутствии факта нарушения, а также о признании его малозначительным. Данная позиция закреплена Постановлением Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях». При этом согласно пункту 18.1 данного Постановления квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 настоящего Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, установив виды административных наказаний и правила их назначения, предусмотрел возможность замены административного наказания в виде административного штрафа предупреждением. Одним из условий осуществления указанной замены является отсутствие причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей.

Оценив обстоятельства, смягчающие и отягчающие административную ответственность, а также отсутствие сведений о лице в едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, должностное лицо не усмотрело оснований для применения в отношении ...

положений ст. 4.1.1 КоАП РФ.

Учитывая то, что в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ ответственность физических лиц за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе предусмотрена в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей, а также принципы дифференцированности, соразмерности, справедливости административного наказания, индивидуализации ответственности за совершенное правонарушение, степени вины нарушителя, наступившие последствия, имущественное и финансовое положения привлекаемого к ответственности юридического лица, назначение суммы штрафа (2500 рублей), в пределах размеров санкций, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является соразмерным характеру и последствиям совершенного административного правонарушения.

Определяя степень виновности ...

следует отметить, что ///не выполнил установленные действующими нормативными правовыми актами обязанности по соблюдению требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

...

правонарушение совершено виновно, поскольку лицо, осуществляя действия по распространению рекламы, должно соблюдать требования действующего законодательства Российской Федерации, в том числе о рекламе, но не предприняло все возможные действия по его соблюдению.

Совершенное ...

правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

На основании вышеизложенного и руководствуясь статьей 33 ФЗ «О рекламе», статьями 4.1 — 4.3, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10, 31.5 КоАП РФ,

иков на федеральных телеканалах), размещение наружной рекламы в 19 городах Российской Федерации, а также распространение видеоро

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ...

(...

- 1.) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Применить к ...

(...

- 2.) меру ответственности в виде административного штрафа за нарушение требований части 1 статьи 14.3 КоАП РФ в размере 2000 (две тысячи) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

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

Сумма штрафа, вынесенного за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», зачисляется в полном объеме на следующий счет:

...

Отправитель: ...

Назначение платежа: Оплата штрафа по постановлению 063/04/14.3-232/2022
за ...

В соответствии с частью 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 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. 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.

В соответствии с частью 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Заместитель руководителя Управления

...