

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу № 03-07/14-2018 об

административном правонарушении

«11» апреля 2018 года  
Йошкар-Ола

г.

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл, рассмотрев протокол от «12» февраля 2018 года и материалы дела № 03-07/14-2018 об административном правонарушении, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Медиа Пейдж» (юридический адрес: ул. 70-летия Вооруженных Сил СССР, д. 20, эт. 11, г. Йошкар-Ола, РМЭ; ИНН 1215136324, ОГРН 1081215008698) по факту нарушения статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении ненадлежащей рекламы на сайте <http://www.marimedia.ru/> «День № 1 на «Европе плюс» (решение Марийского УФАС России от 22.11.2017 по делу №03-21/46-2017), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие ООО «Медиа Пейдж» надлежащим образом уведомленного о дате, времени, месте рассмотрения дела,

### УСТАНОВИЛА:

Решением Комиссии Марийского УФАС России от 22.11.2017 по делу №03-21/46-2017 реклама, размещенная на сайте <http://www.marimedia.ru/> с заголовком «День № 1 на «Европе плюс», признана ненадлежащей в связи с нарушением требований статьи 9 Закона о рекламе.

Марийским УФАС России возбуждено дело № 03-07/14-2018 в отношении ООО «Медиа Пейдж» по факту нарушения части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

22.01.2018 ООО «Медиа Пейдж» по юридическому адресу направлено уведомление о составлении протокола исх. №03-07/334, которое получено

обществом 24.01.2018 согласно сведениям официального сайта отслеживания почтовых отправок.

Протокол об административном правонарушении от 12.02.2018 составлен ведущим специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России в соответствии со статьями 28.2, 28.3 КоАП РФ в отсутствие представителя ООО «Медиа Пейдж».

Копия протокола № 03-07/14-2018 об административном правонарушении от 12.02.2018 исх. № 03-07/977 с указанием даты, времени, места рассмотрения дела об административном правонарушении направлена по юридическому адресу общества.

В связи с тем, что у антимонопольного органа отсутствовали сведения о надлежащем извещении общества о дате, времени, месте рассмотрения дела об административном правонарушении, определением от 22.02.2018 (исх. № 03-07/1401) по делу № 03-07/14-2018 рассмотрение дела об административном правонарушении отложено на 15.03.2018 в 16 час. 30 мин.

Определением от 15.03.2018 (исх. № 03-07/1996) рассмотрение дела об административном правонарушении № 03-07/14-2018 отложено на 22.03.2018 в 16 час. 00 мин. в связи с необходимостью получения дополнительных документов и сведений.

В связи с тем, что у антимонопольного органа отсутствовали сведения о надлежащем извещении общества о дате, времени, месте рассмотрения дела об административном правонарушении, определением от 22.03.2018 (исх. № 03-07/2240) по делу № 03-07/14-2018 рассмотрение дела об административном правонарушении отложено на 11.04.2018 в 16 час. 00 мин. Указанное определение направлено по юридическому адресу общества и получено им 02.04.2018 (согласно сведениям официального сайта отслеживания почтовых отправок Почты России).

Таким образом, на момент рассмотрения дела № 03-07/14-2018 об административном правонарушении лицо, привлекаемое к административной ответственности извещено надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении.

Протоколом установлено следующее.

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл в ходе мониторинга на сайте <http://www.marimedia.ru/> в разделе «Новости» обнаружена информация «День № 1 на «Европе плюс» следующего содержания: ««Европа Плюс» — абсолютный лидер среди российских радиостанций по ежедневному, еженедельному охвату и доле рынка по аудитории. Каждый день «Европу Плюс» слушают более 11,4 млн человек, а

еженедельная аудитория радиостанции — около 24,3 млн человек. Доля рынка по аудитории составляет 10,1%\*. По этому поводу радиостанция устраивает праздник. 11 мая на «Европе Плюс» объявляется Днём № 1. С 9:00 до 20:00 в эфире радиостанции будет появляться специальный сигнал. Самые внимательные слушатели, услышавшие сигнал и дозвонившиеся до радиостанции смогут получить лидерский набор — фирменную кружку, фирменный зарядник для гаджетов с колонкой и ещё одно не менее приятное дополнение. За день сигнал будет звучать 11 раз. В Йошкар-Оле можно услышать любимую радиостанцию на частоте 104.5. \*Mediascope, Radio Index — Россия (города с населением 100 000 и более чел.), ИЮЛЬ — ДЕКАБРЬ 2016, Daily Reach (Пн-Пт, 06ч-24ч), Weekly Reach (Пн-Вск, 06ч-24ч), AQH Share (Пн-Пт, 06ч-24ч) радиостанций среди населения 12 лет и старше. Метод измерения — телефонные интервью» с признаками нарушения статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Решением Комиссии Марийского УФАС России от 22.11.2017 по делу №03-21/46-2017 указанная реклама признана ненадлежащей ввиду следующего.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 26.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (статья 3 Закона о рекламе).

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Согласно абз. 6 письма ФАС от 28.08.2015 №АК/45828/15 «О рекламе в сети «Интернет» в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров, такая информация может быть признана рекламой.

Из характера размещения спорной информации следует, что для обнаружения информации «День № 1 на «Европе Плюс» на сайте <http://www.marimedia.ru/> нет необходимости в формировании запроса в поисковой системе, указанная информация размещена стационарно в ленте раздела «Новости», а поисковая система сайта лишь предоставляет возможность найти указанную информацию.

Рассматриваемая информация сопровождается графическим изображением следующего содержания: «Европа Плюс № 1 в России. Ежедневно нас слушают 11.4 млн человек» и обозначена заголовком «День № 1 на «Европе Плюс», а в самой рекламной информации используется формулировка «Европа Плюс» — абсолютный лидер», что выделяет указанную информацию среди другой информации, привлекает внимание потребителей к объектам рекламирования – радиостанция «Европа плюс», ее деятельность и стимулирующее мероприятие «День № 1 на «Европе плюс».

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, так как ориентирована на неопределенный круг лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – радиостанции «Европа Плюс», а также мероприятию «День № 1 на «Европе Плюс». Рассматриваемая реклама является не новостью/статьей, а именно рекламной информацией, так как в ней предлагается принять участие в акции радиостанции с целью выигрыша призов.

В соответствии со статьей 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Данное мероприятие проводится на конкурсной основе с розыгрышем призов и получением выигрышей. Проведение рассматриваемого мероприятия повышает интерес потребителей к радиостанции «Европа

Плюс», стимулируя их к прослушиванию эфиров указанной радиостанции ради получения призов. В свою очередь, повышение количества прослушиваний радиостанции (рейтинга) ведет к стимулированию коммерческой заинтересованности потенциальных рекламодателей, чем и обосновывается заинтересованность радиостанции в проведении стимулирующего мероприятия.

В связи с тем, что для участия в рассматриваемом конкурсе необходимо воспользоваться услугами радиостанции (прослушивание эфира радиостанции «Европа плюс»), а само мероприятие стимулирует потребителей к прослушиванию радиостанции и звонкам, указанное мероприятие является стимулирующим, а рассматриваемая реклама является рекламой стимулирующего мероприятия.

Так, в пункте 27 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что в силу статьи 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения данного мероприятия, а также источник информации об организаторе мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей, сроках, месте и порядке их получения. При этом названные нормы обязывают рекламодателя сообщать не саму информацию об организаторе стимулирующего мероприятия и так далее, а источник этой информации (например, адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить информацию).

Таким образом, реклама стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщаемую данным источником. То есть, потребитель рекламы должен быть уведомлен о конкретной информации, которую он может получить, обратившись к названному источнику.

В рекламной информации содержится следующее: «С 9:00 до 20:00 в эфире радиостанции будет появляться специальный сигнал. Самые внимательные слушатели, услышавшие сигнал и дозвонившиеся до радиостанции смогут получить лидерский набор — фирменную кружку, фирменный зарядник для гаджетов с колонкой и ещё одно не менее приятное дополнение. За день сигнал будет звучать 11 раз. В Йошкар-Оле можно услышать любимую радиостанцию на частоте 104.5.»

Так, согласно положению о конкурсе «День № 1 на Европе плюс», утвержденном генеральным директором ЗАО «Европа плюс» в конкурсе могут принять участие любые дееспособные лица в возрасте 14 лет, проживающие на территории Российской Федерации, являющиеся гражданами Российской Федерации; задача слушателя после «сигнала № 1» дозвониться первым по телефону в Москве (495) 745-6565; слушатель,

дозвонившийся первым, считается победителем и получает приз – подарочный сет № 1; слушатель не может участвовать в конкурсе повторно; в конкурсе запрещается участвовать работникам и представителям организатора и/или филиалов, аффилированным с ними лицам, членам семей таких работников и представителей, а равно работникам и представителям любых других юридических лиц, причастных к организации и/или проведению данной игры, а также членам их семей. Также, организатор оставляет за собой право не допустить к участию тех лиц, которые неоднократно становились победителями – призерами в радиоиграх, проводившихся ранее организатором, и многократно участвовали в радиоиграх вопреки установленным правилам, а расхождение персональных данных, указанных участником при участии, с документом, удостоверяющим личность, дает право организатору не выдавать приз победителю.

Призом является «подарочный сет № 1» - 1 000 рублей, фирменное зарядное устройство с колонкой с логотипом Европы Плюс, кружка с логотипом Европы Плюс, количество призов – 11, на основании отдельного решения комиссии по проведению конкурса возможна выплата дополнительного денежного приза.

Призы вручаются лично либо путем почтовой рассылки на имя победителя от ЗАО «Европа Плюс». Каждый победитель приза заполняет заявление на имя генерального директора, где указывает паспортные данные, адрес и дата рождения и прикладывает ксерокопия 2-х разворотов паспорта, а также ИНН победителя.

Указанные сведения размещаются в эфире радиостанции, а также интернет-сайте [www.euroraplus.ru](http://www.euroraplus.ru).

Однако рассматриваемая реклама не содержит указанных существенных условий проведения стимулирующего мероприятия, а именно: отсутствуют сведения о том, что только первый дозвонившийся может получить приз; не указан источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия (адрес интернет-сайта, номер телефона, по которому можно получить полную информацию о стимулирующем мероприятии); не указаны сроки, место и порядок получения призов, а также их количество, в связи с чем потребитель вводится в заблуждение в отношении участия в стимулирующем мероприятии.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования статьи 9 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы

форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещена на сайте <http://www.marimedia.ru/>. Согласно представленным на указанном сайте сведениям, данный сайт является информационным порталом ООО «Медиа Пейдж» (ИНН 1215136324, ОГРН 1081215008698).

Письмом исх. № 23-МП от 05.09.2017 ООО «Медиа Пейдж» сообщило, что указанная информация portalу предоставлена информационным агентством «МариМедиа». В соответствии с представленным договором об информационном партнерстве от 27.02.2014, заключенном между ООО «Медиа Пейдж» (Заказчик) и информационным агентством «МариМедиа» (Исполнитель), Исполнитель оказывает Заказчику услуги по предоставлению новостей в ленту новостей и интервью для размещения на сайте <http://www.marimedia.ru/> в разделах «Новости», «Интервью».

Согласно сведениям, представленным Управлением Роскомнадзора по Республике Марий Эл, средство массовой информации «МариМедиа» зарегистрировано Управлением с формой периодического распространения – информационное агентство, свидетельство о регистрации серия ИА № ТУ 12 – 00170 от 26.02.2014. Учредителем является.

В свою очередь, указанное лицо является директором и учредителем ООО «Медиа Пейдж». В связи с этим и по смыслу статьи 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» ООО «Медиа Пейдж» и ИА «МариМедиа» являются группой лиц и действуют в общих интересах.

Вместе с тем, ООО «Медиа Пейдж» является владельцем сайта [www.marimedia.ru](http://www.marimedia.ru/), на котором размещена рассматриваемая реклама.

Исходя из вышеизложенного, ООО «Медиа Пейдж» является рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение требований статьи 9 данного закона предусмотрена ответственность рекламодателя и рекламораспространителя.

Таким образом, антимонопольным органом установлен факт нарушения статьи 9 Закона о рекламе при распространении и размещении рассматриваемой рекламы ООО «Медиа Пейдж».

Ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических

лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно пункту 1 статьи 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.

В силу пункта 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Юридическое лицо может быть признано невиновным в совершении административного правонарушения, если представит доказательства того, что им были предприняты все необходимые и достаточные меры для предотвращения правонарушения.

Антимонопольным органом установлено, что ООО «Медиа Пейдж» при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы могло предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имело возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняло всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

В ходе рассмотрения дела, объективных обстоятельств, препятствующих выполнению ООО «Медиа Пейдж» своих обязанностей, в том числе по соблюдению действующего законодательства о рекламе, не установлено.

Таким образом, должностное лицо Марийского УФАС России, оценив представленные по делу доказательства в их взаимной связи и совокупности, считает, что ООО «Медиа Пейдж» не приняло всех зависящих от него мер при наличии необходимой степени заботливости и осмотрительности, которые требовались от участника правоотношений по соблюдению требований законодательства Российской Федерации о рекламе, а, следовательно, в его действиях имеется вина в совершении административного правонарушения.

Антимонопольный орган, на основе собранных по делу доказательств, приходит к выводу, что вина ООО «Медиа Пейдж» в нарушении

законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

**Место совершения административного правонарушения:** Республика Марий Эл.

**Время совершения административного правонарушения:** 10.05.2017 – дата размещения ненадлежащей рекламы.

**Состав административного правонарушения,** совершенного ООО «Медиа Пейдж», образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона — размещение рекламы в разделе «Новости» «День № 1 на «Европе плюс» с нарушением статьи 9 Закона о рекламе;
- субъект правонарушения – ООО «Медиа Пейдж»;
- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у ООО «Медиа Пейдж» имелась возможность соблюдения законодательства о рекламе, но им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения ООО «Медиа Пейдж». Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ) не установлено.

Дополнительно должностным лицом Марийского УФАС России исследован во прос о малозначительности.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Как разъяснил Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума от 24.03.2005 №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» 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. При этом такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Совершенное ООО «Медиа Пейдж» 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.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное ООО «Медиа Пейдж» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

По смыслу части 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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 КоАП РФ 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 КоАП РФ.

В силу части 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Согласно сведениям, содержащимся на сайте Федеральной налоговой службы <https://rmsp.nalog.ru> в разделе «Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства», ООО «Медиа Пейдж» (ИНН 1215136324, ОГРН 1081215008698) состоит в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, что подтверждается выпиской из данного реестра.

Сведения о том, что ООО «Медиа Пейдж» ранее привлекалось за совершение аналогичного правонарушения, в материалах дела об административном правонарушении отсутствуют. Аналогично отсутствует документально подтвержденная информация о возникновении 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 при совершении рассматриваемого правонарушения, о наличии материального ущерба.

В соответствии со статьей 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение является официальным предостережением лица о недопустимости противоправного поведения. Вынесение предупреждения является профилактической мерой, которая призвана побудить правонарушителя к добровольному исполнению нарушенной им же обязанности, способствовать выполнению им правовых обязанностей. Вместе с тем применение этой меры, как и других административных санкций, влечет для правонарушителя неблагоприятные правовые последствия. Субъект ответственности в течение года считается лицом, привлекавшимся к административной ответственности.

Должностное лицо Марийского УФАС России, оценив представленные доказательства в их совокупности, исполнение обществом выданного предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, принимает во внимание вышеизложенные конкретные обстоятельства совершения административного правонарушения, отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств и считает, что для достижения целей административного наказания, установленных частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ ООО «Медиа Пейдж» достаточно такой меры административного наказания как предупреждение.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.10, 3.4, 4.1, 4.1.1, 4.2, 4.3, ч. 1 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

Привлечь общество с ограниченной ответственностью «Медиа Пейдж» (юридический адрес: ул. 70-летия Вооруженных Сил СССР, д. 20, эт. 11, г. Йошкар-Ола, РМЭ; ИНН 1215136324, ОГРН 1081215008698) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ и назначить ему наказание в виде предупреждения.

В соответствии с частями 1, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ 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.

Заместитель руководителя