

# **УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ**

## **ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

### **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**о назначении административного наказания**

**по делу №072/04/14.3-295/2020**

**об административном правонарушении**

19.08.2020г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №072/04/14.3-295/2020, возбужденного в отношении ООО «Т2 Мобайл» (адрес местонахождения: 108811, г. Москва, ул. Километр Киевское шоссе 22-й (п. Московский), д. 6, строение 1 этаж 5, комната 33, ОГН 1137746610088, ИНН 7743895280, КПП 775101001, дата регистрации: 18.07.2013г.),

в отсутствие законного представителя ООО «Т2 Мобайл», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении (о чем свидетельствует почтовое уведомление №80084350532226), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены в протоколе об административном правонарушении №072/04/14.3-295/2020 от 08.07.2020г.,

### **УСТАНОВИЛ:**

ООО «Т2 Мобайл» заявлено ходатайство (вх.№8350 от 18.08.2020) об отложении рассмотрения дела об административном правонарушении №072/04/14.3-295/2020 в связи с тем, что 19.08.2020г. представитель филиала ООО «Т2Мобайл» в Тюменской и Курганской областях <...>. направляется в служебную командировку для участия в судебном заседании Курганского городского суда по гражданскому делу.

Вместе с тем, пребывание представителя ООО «Т2 Мобайл» в командировке не является уважительной причиной неявки на административное рассмотрение. Данное обстоятельство (нахождение в командировке) не исключает возможности направления ООО «Т2 Мобайл», как юридическим лицом, иного представителя с надлежащим образом оформленными полномочиями, а также письменных пояснений, отзыва и представления доказательств (если таковые имеются) без личного участия в рассмотрении дела.

Таким образом, кадровые и иные организационные трудности юридического лица не являются уважительной причиной, в связи с чем ходатайство об отложении

рассмотрения дела №072/04/14.30295/2020 удовлетворению не подлежит.

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе №072/05/18-3/2020 от 17.04.2020г. признана ненадлежащей реклама, содержащаяся в смс-сообщении, поступившем 26.11.2019 г. в 20:12, 20:14 на абонентский номер +<...> от абонента «Saluti tmn» через SMS-центр +79043490004 следующего содержания: «[http://salutytmn.ru/?mode=product&product\\_id=2884816](http://salutytmn.ru/?mode=product&product_id=2884816)», поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

08.07.2020г. специалистом Тюменского УФАС России в отношении ООО «Т2 Мобайл» был составлен протокол об административном правонарушении №072/04/14.3-295/2020.

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, 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.

Из материалов дела следует, что 26.11.2019 г. в 20:12, 20:14 ООО «Т2 Мобайл», без согласия абонента <...>, на принадлежащий ему абонентский номер +<...>, направило сообщение следующего содержания: «[http://salutytmn.ru/?mode=product&product\\_id=2884816](http://salutytmn.ru/?mode=product&product_id=2884816)».

Указанная информация является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, где объектом рекламирования является продукция и услуги, предоставляемые в магазине «Салюты Тюмени».

В данном случае 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.

Согласно статье 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. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 18 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

При этом законодательно установленное определение распространителя рекламы в зависимости от обязательной осведомленности им относительно ее содержания не поставлено.

По смыслу приведенной нормы права, при разрешении вопроса относительно признания лица распространителем рекламы необходимо исходить из наличия у такого лица возможности либо непосредственно ознакомиться с содержанием распространяемой рекламы, либо предполагать, что ее распространение станет возможным посредством его действий.

Кроме того, Законом о рекламе не оговорено количество рекламодателей, могущих принимать участие в распространении определенной рекламы.

Таким образом, количество рекламодателей, участвовавших в рекламной sms-рассылке определяется не только набором и отправкой сообщения конечным лицом, но и фактически созданными и/или предоставленными возможностями для распространения рекламы иными лицами, которые осуществляют набор и отправку сообщений.

Рассматриваемая реклама была направлена ООО Северо-Западная компания «Инфосвязь» в соответствии с Договором № 228/SMS-BULK от 01.06.2015г. (далее – Договор), заключенным между ООО «Т2 Мобайл» (ИСПОЛНИТЕЛЬ) и ООО Северо-Западная компания «Инфосвязь» (далее – Заказчик), по которому Исполнитель предоставляет Заказчику услуги доступа к Сервису SMSC.RU для самостоятельной отправки Сообщений из личного кабинета, а также для интеграции сервисов Заказчика для отправки и приема Сообщений через API .

Согласно п. 3.3.2 Договора, ИСПОЛНИТЕЛЬ должен обеспечить настройку каналов связи, с использованием которых ЗАКАЗЧИКУ оказываются УСЛУГИ ПО МАРШРУТИЗАЦИИ ТРАФИКА (в соотв. с п.1.4 Договора «Услуги по маршрутизации трафика» - это действия Исполнителя в Сети, направленные на sms-рассылку на Абонентов, осуществляемую через каналы связи с использованием ИСНН и/или Псевдонимов, а также доставку от Абонентов sms-мо-сообщений на ИСНН). Стороны признают, что Исполнитель по умолчанию осуществляет настройку канала связи в форме мультиподпись, если иное не согласовано сторонами в заказе.

Также согласно п. 3.4.3 Дополнительного соглашения №3 Исполнитель обязуется осуществлять маршрутизацию sms-мт-сообщений и sms-мо-сообщений, а также обеспечить своевременную и достоверную тарификацию sms-сообщений и размещенных Сервисов в соответствии с условиями, указанными в Приложении №3 настоящего Договора, и результатами Шаблонирования.

Кроме того, из п. 4.2.4 Договора следует, что ИСПОЛНИТЕЛЬ имеет право ограничивать маршрутизацию и доставку SMS-MT-сообщений на всех Абонентов либо на определенных Абонентов, в том числе определенного исполнителя, в случае если направляемые SMS-MT-сообщения или содержания сервиса не получено или отозвано согласие абонента на получение смс-рассылки или не соответствует ФЗ-38 «О рекламе».

Согласно п. 4.2.6 Дополнительного соглашения №3 Исполнитель имеет право ограничить направление и доставку смс-мт-сообщений на всех абонентов либо на определенных абонентов, в том числе определенного Исполнителя либо приостановить организацию размещения Сервисов среди получателей Сервисов, в случае установления факта нарушения п.3.2 и п.3.3 Договора, в том числе в связи с обращением органов власти относительно законности направления смс-сообщения либо относительно содержания Сервиса, а именно: если Сервисы не соответствуют требованиям действующего законодательства РФ, в том числе ФЗ «О рекламе».

Исходя из анализа упомянутых положений Договора № 228/SMS-BULK от 01.06.2015г., представляется возможным сделать вывод о том, что распространение SMS-сообщений осуществляется путем их передачи от ООО СЗК «Инфосвязь» к ООО «Т2 Мобайл», который осуществляет передачу таких сообщений Абонентам.

Проанализировав последовательность договорных отношений между ООО «Т2 Мобайл», ООО «СЗК «Инфосвязь», прослеживаются взаимосвязанные действия рекламодателей и непосредственное участие ООО «Т2 Мобайл» в распространении SMS-сообщения, содержащего рекламу.

Отсутствие ООО «Т2 Мобайл» в цепочке рекламодателей привело бы к невозможности доставки спорного SMS-сообщения абоненту.

Исходя из заключенных соглашений Общество осуществляло фактическое доведение сведений об услугах до абонента, то есть являлось рекламодателем. Анализ договорных отношений позволяет сделать вывод о том, что все действия сторон соглашений были направлены на рассылку SMS-сообщений. При этом все Общества были осведомлены относительно целей использования их услуг, в том числе о возможности распространения рекламы. Указание в каждом последующем договоре на обязанность заказчика получить согласие абонента на получение SMS-сообщений не освобождает исполнителя от совершения аналогичных действий.

Согласно п. 1 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003г. № 126-ФЗ «О связи» (далее - Закон о связи), абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Согласно п. 12 ст. 2 Закона о Связи, оператор связи - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги связи на основании соответствующей лицензии.

В соответствии с п. 22.1 ст. 2 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи - автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в

определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

Поскольку Закон о Связи не содержит исключений из информации, которая может распространяться с помощью рассылки, указанное понятие рассылки включает в себя, в том числе рассылку сообщений рекламного характера.

Согласно п. 16 ст. 2 Закона о Связи, пользователь услугами связи - лицо, заказывающее и (или) использующее услуги связи.

Согласно п. 32 ст. 2 Закона о Связи, услуга связи - деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи или почтовых отправлений.

Статья 44.1 Закона о связи устанавливает порядок осуществления рассылки.

Соответственно, при осуществлении рассылок по сетям электросвязи сообщений рекламного характера с "коротких" и "буквенных" номеров, а также автоматических рассылок должны соблюдаться требования статьи 44.1 Закона о Связи.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - 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. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

В соответствии с данной нормой согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования)

В соответствии с ч. 2 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи.

Данная норма, закрепляет положение, согласно которому оператор связи абонента, которому предназначена рассылка, выполняет не только функции доставки сообщения, но также обеспечивает направление сообщения в сеть электросвязи, соответственно имеет правовую и техническую возможность оценить содержание сообщения, в том числе наличие у сообщения рекламного характера, и проверить у заказчика рассылки наличие согласия абонента на

получение такой рассылки.

В силу ч. 3 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи, осуществляемая с нарушением требований настоящего Федерального закона, является незаконной, за исключением рассылки сообщений в целях информирования абонента в связи с перенесением абонентского номера, иных сообщений, которую оператор связи обязан осуществлять в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также рассылки сообщений по инициативе федеральных органов исполнительной власти, органов государственных внебюджетных фондов, исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций и других органов местного самоуправления, осуществляющих исполнительно-распорядительные полномочия в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В соответствии с ч. 6 ст. 45 Закона о Связи, абонент вправе обратиться к оператору подвижной радиотелефонной связи с требованием о прекращении передачи на его пользовательское оборудование (оконечное оборудование) коротких текстовых сообщений с указанием абонентского номера или уникального кода идентификации, которые содержатся в таких сообщениях и от получения которых абонент отказывается, за исключением сообщений, передача которых осуществляется оператором подвижной радиотелефонной связи в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Оператор подвижной радиотелефонной связи без взимания платы с абонента обязан прекратить рассылку по сети подвижной радиотелефонной связи на пользовательское оборудование (оконечное оборудование) абонента с абонентского номера или уникального кода идентификации, указанных в обращении абонента.

В силу ч. 1 ст. 46 Закона о Связи, оператор связи обязан прекратить оказание услуг связи по пропуску по своей сети трафика, содержащего осуществляемую с нарушением требований настоящего Федерального закона рассылку.

Пунктом 1 статьи 18 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

Из анализа указанного договора № 228/SMS-BULK от 01.06.2015г. и законодательства Российской Федерации следует, что ООО «Т2Мобайл» участвовало в передаче рассматриваемого SMS-сообщения рекламного характера, а следовательно, является рекламодателем и обязано при оказании услуг по рассылке SMS-сообщений пользователям, иметь согласие пользователей на получении SMS-рассылки, оформленное документально, т.е. письменное согласие.

На основании изложенного, у ООО «Т2Мобайл» имелась обязанность

предварительно удостовериться в наличии согласия Абонента на получение смс-сообщений, содержащих рекламную информацию.

Вместе с тем, у ООО «Т2Мобайл» отсутствуют письменное согласие абонента <...> на получение рекламы посредством направления SMS-сообщений.

В своих письменных пояснениях (вх.№1281 от 13.02.2020г.) ООО «Т2 Мобайл» с вменяемым правонарушением не согласно.

По мнению Общества, ООО «Т2 Мобайл» не является заказчиком данной смс-рассылки либо лицом, осуществившем ее. Поскольку ООО «Т2 Мобайл» не производило действий по ее формированию и отправке (рассылке) на абонентский номер +<...>, то оно не является рекламодателем или рекламораспространителем, а следовательно, не является субъектом данного административного правонарушения.

Указанный довод не может быть принят во внимание в силу того, что Общество осознавало тот факт, что предоставляемые им услуги связи будут использоваться в целях распространения рекламы.

Таким образом, отсутствие у Общества возможности ознакомиться с содержанием передаваемых сообщений не имеет правового значения, поскольку оно было осведомлено о целях использования предоставляемых им услуг, в том числе распространения рекламы.

Наложение ООО «Т2 Мобайл» обязанности в получении надлежащим образом оформленных согласий Абонента на ООО СЗК «Инфосвязь», не снимает с самого Общества обязанности соблюдения законодательства РФ, а значит и получения указанного согласия абонента. Таким образом, ООО «Т2 Мобайл» обязано иметь соответствующее согласие пользователя в силу ч. 1 статьи 18 Закона о рекламе.

Кроме того, при рассмотрении аналогичного административного дела №072/04/14.3-285/2020 в отношении ООО СЗК «Инфосвязь», которое также являлось рекламораспространителем спорного смс-сообщения, от ООО СЗК «Инфосвязь» в Тюменское УФАС России поступила информация о том, что <...>, при регистрации на сайте [http://salutytmn.ru/?mode=product&product\\_id=2884816](http://salutytmn.ru/?mode=product&product_id=2884816) (регистрация осуществляется в случае заказа товара), поставил галочку о согласии с условиями Оферты, размещенной на сайте.

В оферте изложены условия на обработку персональных данных, в которых указано, что пользователь выражает свое согласие на получение информационных сообщений, включая рекламу. Заказ на сайте интернет-магазина может быть сделан только путем присоединения к Оферте и не иначе. Таким образом, по мнению Общества, согласие Абонента на получение рекламных смс-сообщений было получено.

Вместе с тем, данный довод не может быть принят во внимание, поскольку, сведения о том, что соглашаясь на обработку персональных данных пользователь тем самым дает согласие на получение рекламных сообщений в любое время содержится в Пользовательском соглашении, которое как правило потребитель не просматривает. При оформлении заказа покупатель заполняет соответствующую форму и оставляет свои данные, а также дает согласие на обработку

персональных данных, проставляя галочку в соответствующем поле.

Отметка-согласие на обработку персональных данных, не является надлежащим согласием адресата на получение рекламы.

Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

При этом, в целях защиты прав и законных интересов абонента как более слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена возможность изначально отказаться от получения рекламных рассылок, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной ознакомлением с правилами оказания (предоставления) услуг или согласием на обработку персональных данных.

Предоставленное рекламодателю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны рекламодателей, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности, что недопустимо в контексте ч. 2 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Таким образом, сам по себе факт указания своих данных на сайте не является свидетельством надлежащего согласия гражданина на получение рекламных сообщений. Кроме того, из существа правоотношений следует, что указание своих данных на сайте интернет-магазина осуществлено лицом с целью покупки фейерверков, вместе с тем техническая возможность (специально выделенная графа) для дачи клиентом согласия на рассылку ему информационно-рекламных сообщений отсутствует; клиенту интернет-магазина не предоставлена реальная возможность отдельно выразить свое согласие/несогласие на доведение рекламной информации.

Проставляя галочку, клиент дает согласие только на обработку персональных данных. Вместе с тем, согласие клиента презюмируется вследствие проставления данной галочки в согласии на обработку персональных данных.



Следовательно, при оформлении заказа на покупку товара фактически подменяется право клиента на получение рекламы (и свою обязанность получения согласия от абонента) на его обязанность получения рекламы (и свое право на распространение рекламы), что не может служить надлежащим полученным согласием абонента на получение рекламы.

В соответствии с п. 1 ст. 428 ГК РФ договором присоединения признается договор, условия которого определены одной из сторон в формулярах или иных стандартных формах и могли быть приняты другой стороной не иначе как путем присоединения к предложенному договору в целом.

Договор купли-продажи в интернет-магазине является договором присоединения, у физического лица отсутствует возможность выразить волеизъявление на получение/неполучение рекламной информации. Предоставление рекламы в указанном случае является формой навязывания информации, на получение которой абонент не согласен.

Для признания надлежащим факта получения рекламодателем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть явно выраженное желание абонента либо адресата на ее получение, в том числе, посредством отметки соответствующего надлежащим образом оформленного пункта.

Документы, подтверждающие наличие согласия со стороны <...> на получение спорной рекламы ООО «Т2 Мобайл» не представлены, следовательно, общество осуществляло рассылку SMS-сообщений без согласия абонента.

Таким образом, антимонопольным органом установлено, что ООО «Т2 Мобайл» при должной внимательности и осмотрительности при распространении 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.

ООО «Т2Мобайл», распространяя вышеуказанную рекламу, без предварительного согласия потребителя на получение рекламы, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

Субъектом административного правонарушения по делу №072/04/14.3-295/2020 выступает – ООО «Т2 Мобайл» (адрес местонахождения: 108811, г. Москва, ул. Километр Киевское шоссе 22-й (п. Московский), д. 6, строение 1 этаж 5, комната 33, ОГН 1137746610088, ИНН 7743895280, КПП 775101001, дата регистрации: 18.07.2013г.).

В соответствии с частью 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.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела, – 26.11.2019 г.

Дело об административном правонарушении №072/04/14.3-295/2020 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО «Т2 Мобайл» правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Совершенное ООО «Т2 Мобайл» 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 обладающими специальными познаниями.

Согласно п.2 ст. 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.

Совершенное ООО «Т2 Мобайл» 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 обладающих специальными познаниями.

Состав административного правонарушения, предусмотренный ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным, и для квалификации действий по названной норме не требуется обязательного наступления неблагоприятных последствий.

Наступление общественно опасных последствий в виде причинения ущерба при совершении правонарушений с формальным составом не доказывается, возникновение этих последствий презюмируется самим фактом совершения действий или бездействий.

Административные правонарушения, совершаемые в сфере рекламы, посягают на нарушение установленных законодательством о рекламе требований и предписаний, в связи с чем вред, причиненный этими правонарушениями, наносится общественным интересам, а не конкретным физическим и юридическим лицам.

Общественный вред выражается в пренебрежении установленными законодательством нормами, обязательными для исполнения всеми без исключения лицами.

ООО «Т2 Мобайл» должно было знать требования законодательства о рекламе, а также меру ответственности за его нарушение. При этом, тот факт, что общество

самостоятельно не формирует SMS-сообщение и не является инициатором его отправки, не опровергает тот факт, что ООО «Т2 Мобайл» является рекламодателем, поскольку предоставило такую возможность ООО СЗК «Инфосвязь» и обеспечило прохождение рассматриваемого SMS-сообщения до абонента, следовательно, принимало непосредственное участие в его передаче.

Учитывая характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, можно сделать вывод о том, что совершенное ООО «Т2 Мобайл» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

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

На основании изложенного, учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.4, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПО С Т А Н О В И Л :**

1. Применить к ООО «Т2 Мобайл» (адрес местонахождения: 108811, г. Москва, ул. Километр Киевское шоссе 22-й (п. Московский), д. 6, строение 1 этаж 5, комната 33, ОГН 1137746610088, ИНН 7743895280, КПП 775101001, дата регистрации: 18.07.2013г.), меру ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление Федерального казначейства  
Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810965770510005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 01141 01 0003 140

УИН: 16100500000000637159

Назначение платежа: «ч.1 ст.14.3 КоАП РФ».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП 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.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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 управления <...>