

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 043/04/14.3-658/2021

об административном правонарушении

10 октября 2021 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 043/04/14.3-658/2021 от 18.10.2021, составленный <...> – ведущим специалистом - экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении должностного лица – индивидуального предпринимателя <...> (далее по тексту – ИП <...>), (дата и место рождения: <...> г.р., место рождения: г. Батуми; адрес регистрации: 366022, Чеченская Республика, г. Аргун, с. <...>, ул. <...>, д. <...>; ИНН: <...>; ОГРНИП: <...> (дата постановки на учет в налоговом органе – <...>); документ, удостоверяющий личность – паспорт серия <...> № <...> выдан <...>, код подразделения <...>) в связи с нарушением части 1 статьи 18, части 2 статьи 18, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/18-452/2021 (резюлютивная часть решения оглашена 15 июля 2021 года; в полном объеме решение изготовлено 21 июля 2021 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания: *«Добрый день, меня зовут Александр, звоню Вам по важному вопросу, уделите мне одну минуту? <...> Я представляю центр финансовых услуг, у нас для Вас предложение по самой выгодной кредитной карте от «Альфа Банка» сто дней без процентов. Ее уникальность заключается в том, что беспроцентный период равен ста дням, то есть три с половиной месяца можно пользоваться средствами банка и не платить проценты. Сумма на карте рассчитывается индивидуально от пяти до пятисот тысяч рублей, важно то, что картой можно не только оплачивать покупки, но и снимать наличные также без процентов в любом банкомате, и еще одна важная особенность, с помощью карты «Альфа Банка» Вы можете погасить невыгодные кредиты и кредитные карты других банков, такие условия не предоставляет ни один банк, рассмотрите предложение? <...> Хорошо, всего доброго»*, содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в

обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, распространенная 02.04.2021 в 10:49 по сетям электросвязи, посредством телефонного звонка на абонентский номер +7922<...> с абонентского номера +7925<...> с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания), в отсутствие согласия абонента на ее получение, поскольку она противоречит требованиям части 1, части 2 статьи 18, пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Решением установлено, что ИП <...>, являясь лицом, определившим содержание и распространившим ненадлежащую рекламу, является рекламодателем и рекламораспространителем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований частей 1, 2 статьи 18, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение физического лица от 02.04.2021 № б/н (вх. № 2001 от 02.04.2021) по вопросу получения 02.04.2021 в 10:49 на абонентский номер +7922<...> звонка с рекламной информацией следующего содержания: *«Добрый день, меня зовут Александр, звоню Вам по важному вопросу, уделите мне одну минуту? <...> Я представляю центр финансовых услуг, у нас для Вас предложение по самой выгодной кредитной карте от «Альфа Банка» сто дней без процентов. Ее уникальность заключается в том, что беспроцентный период равен ста дням, то есть три с половиной месяца можно пользоваться средствами банка и не платить проценты. Сумма на карте рассчитывается индивидуально от пяти до пятисот тысяч рублей, важно то, что картой можно не только оплачивать покупки, но и снимать наличные также без процентов в любом банкомате, и еще одна важная особенность, с помощью карты «Альфа Банка» Вы можете погасить невыгодные кредиты и кредитные карты других банков, такие условия не предоставляет ни один банк, рассмотрите предложение? <...> Хорошо, всего доброго»* с абонентского номера +7925<...> с использованием средств автоматического дозвонивания, в отсутствие согласия абонента на ее получение.

В соответствии с положениями, установленными 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.

Под неопределенным кругом лиц применительно к Федеральному закону «О рекламе» следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации. Исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

Согласно пункта 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.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно Международному кодексу рекламной практики, принятому Международной торговой палатой в 1937 г., под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Информация: *«Добрый день, меня зовут Александр, звоню Вам по важному вопросу, уделите мне одну минуту? <...> Я представляю центр финансовых услуг, у нас для Вас предложение по самой выгодной кредитной карте от «Альфа Банка» сто дней без процентов. Ее уникальность заключается в том, что беспроцентный период равен ста дням, то есть три с половиной месяца можно пользоваться средствами банка и не платить проценты. Сумма на карте рассчитывается индивидуально от пяти до пятисот тысяч рублей, важно то, что картой можно не только оплачивать покупки, но и снимать наличные также без процентов в любом банкомате, и еще одна важная особенность, с помощью карты «Альфа Банка» Вы можете погасить невыгодные кредиты и кредитные карты других банков, такие условия не предоставляет ни один банк, рассмотрите предложение? <...> Хорошо, всего доброго»* обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно:

- распространена по сетям электросвязи, посредством использования телефонной связи (звонка) на абонентский номер +7922<...>;
- адресована неопределенному кругу лиц (неперсонифицированный характер звонка);
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: АО «Альфа-Банк» и предлагаемым им банковским продуктам, в том числе кредитной карте от Альфа-Банка «сто дней без процентов».

Таким образом, вышеуказанная информация содержит все признаки рекламы, перечисленные в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой и на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространённой без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение

рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно пункта 35 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» под электросвязью понимаются любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснил, что согласно части 1 статьи 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако Федеральный закон «О рекламе» не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя».

Таким образом, обязанность доказывания наличия предварительного согласия абонента на получение рекламы возложено на рекламодателя.

Согласно информации, представленной физическим лицом в заявлении от 02.04.2021 № б/н (вх. № 2001 от 02.04.2021), абонент не давал своего согласия на получение рекламной информации с абонентского номера +7925<...>.

Таким образом, распространение спорной рекламы по сетям электросвязи на абонентский номер физического лица +7922<...> в отсутствие согласия абонента на ее получение нарушает требования части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», предусматривающей однозначный запрет на распространение рекламы при отсутствии согласия абонента.

В соответствии с частью 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

В письме от 26.12.2019 № ДФ/114009/19 «О применении части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» ФАС России в том числе разъяснила следующее:

«Частью 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» установлен запрет на использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

То есть, для целей выявления нарушения требования 2 статьи 18 Федерального

закона «О рекламе» антимонопольным органам необходимо установить факт того, что:

- в ходе осуществления звонка абоненту или направления ему сообщения использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание и автоматическая рассылка);
- осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

Вместе с тем для целей реализации ФАС России возложенных на него полномочий антимонопольный орган должен обладать документами и доказательствами, необходимыми для принятия обоснованного решения.

Так, запись телефонного разговора, предоставленная абонентом антимонопольному органу, содержащая в начале такого разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись), позволяет сделать вывод о том, что в ходе осуществления такого звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание).

Такие обстоятельства могут рассматриваться антимонопольными органами как нарушение рекламодателем требований части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Из содержания записи телефонного разговора, произведенной 02.04.2021 в 10:49 между номерами +7925<...> и +7922<...> следует, что в ходе осуществления данного звонка абоненту, использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание), поскольку предоставленный аудиофайл содержит заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность речи человека.

На основании вышеизложенного установлено, что телефонный звонок, поступивший 02.04.2021 в 10:49 с абонентского номера +7925<...> на абонентский номер физического лица +7922<...> и содержащий рассматриваемую рекламу был осуществлен с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания), что является нарушением части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункта 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного,

истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

Спорная реклама содержит словосочетания: «<...> у нас для Вас предложение по **самой** выгодной кредитной карте от «Альфа Банка» сто дней без процентов. Ее **уникальность** заключается в том, что беспроцентный период равен ста дням, то есть три с половиной месяца можно пользоваться средствами банка и не платить проценты <...>», «<...> с помощью карты «Альфа Банка» Вы можете погасить невыгодные кредиты и кредитные карты других банков, **такие условия не предоставляет ни один банк** <...>».

В рассматриваемой рекламной информации для характеристики объекта рекламирования использовано слово «самой» (самой выгодной) в отсутствие объективного подтверждения заявленного критерия, кроме того, в спорной информации говорится об уникальности банковского продукта (кредитной карты), без указания конкретного критерия по которому осуществляется сравнение и которое имеет объективное подтверждение.

Поскольку в материалы дела не представлены документы, подтверждающие достоверность спорной рекламы, реклама: «Добрый день, меня зовут Александр, звоню Вам по важному вопросу, уделите мне одну минуту? <...> Я представляю центр финансовых услуг, у нас для Вас предложение по **самой выгодной** кредитной карте от «Альфа Банка» сто дней без процентов. Ее **уникальность** заключается в том, что беспроцентный период равен ста дням, то есть три с половиной месяца можно пользоваться средствами банка и не платить проценты. Сумма на карте рассчитывается индивидуально от пяти до пятисот тысяч рублей, важно то, что картой можно не только оплачивать покупки, но и снимать наличные также без процентов в любом банкомате, и еще одна важная особенность, с помощью карты «Альфа Банка» Вы можете погасить невыгодные кредиты и кредитные карты других банков, **такие условия не предоставляет ни один банк**, рассмотрите предложение? <...> Хорошо, всего доброго» распространена с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее

объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе по части 1, части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», под рекламодателем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, представленной ПАО «МегаФон» (вх. № 2171 от 09.04.2021), абонентский номер +7925<...> выделен ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) на основании договора на оказание услуг связи № 100318130 от 19.02.2021.

Кроме того, исходя из письменных пояснений ИП <...> следует, что определение содержания и распространение спорной рекламы осуществлялось ИП <...> (вх. № 3736 от 11.06.2021; вх. № 4396 от 12.07.2021).

Исходя из имеющихся в материалах дела документов, а также способа распространения рекламной информации установлено, что рекламодателем и рекламодателем вышеуказанной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является индивидуальный предприниматель <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>), которая несет ответственность за нарушение требований части 1, части 2 статьи 18, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 043/05/18-452/2021.

В соответствии со статьей 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.

Ответственность за рассматриваемое правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

В соответствии со статьей 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Согласно информации, содержащейся в выписке из ЕГРЮЛ по состоянию на 16.11.2021, ИП <...> 24.11.2020 зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя.

Определением от 22.07.2021 в отношении ИП <...> было возбуждено дело № 043/04/14.3-658/2021 об административном правонарушении в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ и начато административное расследование. Составление протокола об административном правонарушении назначено на 19.08.2021 в 10 часов 00 минут.

Определением от 19.08.2021 срок проведения административного расследования по делу № 043/04/14.3-658/2021 об административном правонарушении продлен в связи с необходимостью получения от ИП <...> документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 18.10.2021 в 09 часов 00 минут.

В соответствии с частью 4 статьи 28.7 КоАП РФ административное расследование проводится по месту совершения или выявления административного правонарушения.

В соответствии с частью 6 статьи 28.7 КоАП РФ по окончании административного расследования составляется протокол об административном правонарушении либо выносится постановление о прекращении дела об административном правонарушении.

О дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении ИП <...> уведомлена надлежащим образом (согласно информации, содержащейся в уведомлении о вручении отправления с почтовым идентификатором <...>, отправление вручено адресату 10.08.2021).

На составление протокола, назначенное на 18.10.2021 г. в 09 часов 00 минут по адресу: г. Киров, ул. <...>, <...>, каб. <...>, ИП <...> не явилась, представителя не направила, ходатайств не заявляла.

18.10.2021 должностным лицом Кировского УФАС России – <...> – ведущим специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы в отношении ИП <...> составлен протокол № 043/04/14.3-658/2021 об административном правонарушении.

Протокол составлен в отсутствие ИП <...>, извещенной надлежащим образом о дате, месте и времени составления протокола.

В соответствии с частью 2 статьи 29.5 КоАП РФ дело об административном правонарушении, по которому было проведено административное расследование, рассматривается по месту нахождения органа, проводившего административное расследование.

Следовательно, местом рассмотрения дела № 043/04/14.3-658/2021 об административном правонарушении является г. Киров.

О дате, времени и месте рассмотрения протокола № 043/04/14.3-658/2021 об административном правонарушении ИП <...> уведомлена надлежащим образом (согласно информации, содержащейся в уведомлении о вручении отправления с почтовым идентификатором 80096364455866, отправление вручено адресату

03.11.2021).

На рассмотрение протокола об административном правонарушении ИП <...> не явилась, представителя не направила, ходатайств не заявляла.

Протокол рассмотрен в отсутствие ИП <...>, надлежащим образом уведомленной о дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/04/14.3-658/2021.

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

Факт совершения правонарушения ИП <...> подтверждается:

- решением Комиссии Кировского УФАС России от 15.07.2021 г. по делу № 043/05/18-452/2021;

- материалами административного дела № 043/04/14.3-658/2021;

- протоколом об административном правонарушении № 043/04/14.3-658/2021 от 18.10.2021 г;

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

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

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

Время совершения административного правонарушения: 02.04.2021 (дата осуществления рекламного звонка).

Место совершения административного правонарушения: территория распространения ненадлежащей рекламы – г. Киров (Кировская область).

Субъектом административного правонарушения является должностное лицо – ИП <...>

Объектом административного правонарушения являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по определению содержания и распространению 02.04.2021 в 10:49 по сетям электросвязи посредством телефонного звонка с абонентского номера +7925<...> на абонентский номер физического лица +7922<...>, рекламы следующего содержания: *Добрый день, меня зовут Александр, звоню Вам по важному вопросу,*

уделите мне одну минуту? <...> Я представляю центр финансовых услуг, у нас для Вас предложение по самой выгодной кредитной карте от «Альфа Банка» сто дней без процентов <...>», содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания), в отсутствие согласия абонента на ее получение.

В силу части 2 статьи 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.

Субъективная сторона правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку ИП <...> не предвидела возможности наступления вредных последствий своих действий, хотя должна была и могла их предвидеть. ИП <...> не предприняла достаточных мер со своей стороны по пресечению и недопущению противоправных действий, посягающих на принципы законности, добропорядочности, разумности, справедливости, хотя такая возможность у нее имелаась. Каких-либо доказательств, свидетельствующих о принятии ИП <...> мер по недопущению нарушения законодательства и невозможностью его предотвращения представлено не было.

Установлено, что в данном случае у ИП <...> имелаась возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Виновность ИП <...> выразилась в том, что она не предприняла необходимых мер по соблюдению требований законодательства Российской Федерации о рекламе, хотя такая возможность у нее имелаась.

Неустранимых сомнений в виновности привлекаемого лица, не выявлено.

В соответствии со статьей 4.2 КоАП РФ смягчающие вину обстоятельства должностным лицом не установлены.

В соответствии со статьей 4.3 КоАП РФ отягчающие вину обстоятельства должностным лицом не установлены.

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 ИП <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

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 ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с частью 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 информации, размещенной на сайте <https://rmsp.nalog.ru/>, ИП <...> на

момент вынесения настоящего постановления включена в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Однако, административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, совершено ИП <...> повторно (постановление от 28.09.2021, вынесенное должностным лицом Свердловского УФАС России по делу № 066/04/14.3-2981/2021, вступившее в законную силу 22.10.2021)

Таким образом, оснований для замены административного штрафа на предупреждение, предусмотренных статьей 4.1.1 КоАП РФ, не выявлено.

Руководствуясь статьями 3, 18, 28, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>), виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) меру ответственности в виде штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 4 000 (четырёх тысяч) рублей.