

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области Никуйко Ирина Борисовна, изучив материалы дела № 18-03-14.3-02/432 об административном правонарушении, возбужденного по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ) в отношении ПАО «ВымпелКом» (ОГРН 1027700166636, дата присвоения ОГРН 28.08.2002, ИНН 7713076301, КПП 771301001, юридический адрес: г. Москва, ул. Восьмого Марта, д. 10, стр. 14) в связи с распространением посредством push-уведомления 11.10.2017 в 17 ч 18 мин на номер абонента ПАО «ВымпелКом» +79033764909 ненадлежащей рекламы, а именно рекламы: «Узнайте, где ваши дети и близкие! Локатор на неделю бесплатно! Подробнее ОК (беспл.)», нарушающей требования ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

с участием представителя ПАО «ВымпелКом» по доверенности № 192/ЮР-Д17 от 17.10.2017 Мордвинцевой Е.Г. (личность удостоверена по паспорту),

#### УСТАНОВИЛ:

02 июля 2018 года заместителем начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы составлен протокол № 18-03-14.3-02/432 об административном правонарушении в отношении ПАО «ВымпелКом» (ОГРН 1027700166636, дата присвоения ОГРН 28.08.2002, ИНН 7713076301, юридический адрес: г. Москва, ул. Восьмого Марта, д. 10, стр. 14).

Определением от 04.07.2018 рассмотрение дела № 18-03-14.3-02/432 было назначено на 17.07.2018 на 13 ч 30 мин. О времени и месте рассмотрения дела юридическое лицо уведомлено надлежащим образом (см. отчет об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 40000524607035).

Рассмотрев протокол по делу об административном правонарушении, материалы дела № 18-03-14.3-02/432, должностное лицо, рассматривающее дело, установило следующее.

В Волгоградское УФАС России из Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области поступило обращение Г. (вх. № 9904 от 23.10.2017), в котором сообщалось о распространении рекламы посредством push - уведомлений на номер абонента ПАО «ВымпелКом» +79033764909. Заявитель указал, что такие уведомления поступили в его адрес 03.10.2017 в 16 ч 08 мин («Неделя бесплатного смс-общения с одним абонентом! Подробнее ОК (беспл.)»), а также 11.10.2017 в 17 ч 18 мин («Узнайте, где ваши дети и близкие! Локатор на неделю бесплатно! Подробнее ОК (беспл.)»), несмотря на то, что заявитель 03.10.2017 обратился на горячую линию оператора связи и выразил свой отказ от получения подобных сообщений, которые рассматриваются им как реклама.

К заявлению приложены скриншоты с экрана мобильного устройства

заявителя. Заявитель указал, что находился в г. Волгограде, когда получил данные уведомления от оператора связи.

ПАО «ВымпелКом» в письме исх. № ЮР-04/32946-к от 04.12.2017 подтвердило, что 03.10.2017 и 11.10.2017 Г. получил информирование посредством сим-меню (сервис встроен в сим-карту).

В письме исх. № ЮР-04/32946-к от 04.12.2017 ПАО «ВымпелКом» подтвердило также, что 03.10.2017 абонент обращался в колл-центр. Также ПАО «ВымпелКом» указало, что 13.10.2017 абонент снова обратился в колл-центр по вопросу «всплывающих окон». В письмах от 12.02.2018 исх. № ЮР-04/3979-к, от 12.03.2018 исх. № ЮР-04/6732-к оператор связи подтвердил, что от Горюнова М.С. поступил отказ от получения рекламной информации, в связи с чем рекламные смс-сообщения заявителю направляться не будут.

По результатам рассмотрения заявления определением от 22.12.2017 возбуждено дело № 17-03-18-02/719 по признакам нарушения ПАО «ВымпелКом» ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе. Письмом ФАС России от 22.02.2018 исх. № АК/11856/18 Волгоградское УФАС России было наделено полномочиями на рассмотрение дела по признакам нарушения законодательства о рекламе (ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе) в отношении ПАО «ВымпелКом»

Согласно п.п. 1 ст. 3 Закона 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.

Объектом рекламирования является товар (продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот), 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 (подп. 2-3 ст. 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемые сообщения, полученные Г. 03.10.2017 и 11.10.2017 являются рекламой, поскольку отвечают всем квалифицирующим признакам рекламы, установленным подп. 1 ст. 3 Закона о рекламе, а именно:

- информация распространена в форме уведомлений по сети электросвязи, а именно посредством использования подвижной радиотелефонной связи.

Согласно п. 35 ст. 2 Закона 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.

- информация была адресована неопределённому кругу лиц-пользователей связи и является неперсонифицированной, поскольку невозможно определить заранее, какие конкретно лица будут выступать в качестве получателя данной информации. Не может быть определен и конкретный субъект правоотношений, возникающих по поводу реализации объекта рекламирования. Информация, представленная в полученных Горюновым М.С. уведомлениях, не обращена к конкретному потребителю, из текста уведомлений не следует, что они были адресованы каким-либо определённым лицам.

Сведения не носят персонализированного характера, представляют интерес для неопределенного круга лиц.

Распространённые сообщения, как было подтверждено представителем ПАО «ВымпелКом» в рамках рассмотрения дела, информируют о дополнительных услугах, предлагаемых операторами связи. В частности, «Неделя бесплатного смс-общения с одним абонентом» («Смс-диалог») и «Узнайте, где Ваши дети и близкие» («Координаты»).

Как указано на сайте <https://beelineguru.ru/uslugi/sms-dialog-bilajn.html> «СМС-диалог» – это функция, которая позволяет выгодно общаться посредством текстовых сообщений с одним абонентом. Первый подключивший выбирает собеседника и инициирует диалог. Если абонент, который получит приглашение, согласится, ему так же будет автоматически подключена услуга на общих правилах. Общение в таком формате возможно только между пользователями Билайн. В день собеседнику можно отправить не более 50 сообщений. Первая неделя общения бесплатна, однако с 8 дня за услугу снимается абонентская плата в размере 3 рублей, сами же СМС между абонентами остаются бесплатными.

Услуга «Координаты» — платная услуга, позволяющая узнать местонахождение абонента Билайн после его согласия. Подключение - бесплатное. Пользователям предоставляется неделя для того, чтобы опробовать услугу и решить, стоит ли переходить на нее полностью. Как только пробная версия закончится, абонентская плата будет сниматься ежедневно в размере 1,7 рублей (источник: <http://mojbeeline.ru/uslugi-bilajn/usluga-bilajn-koordinaty.html>)

Абзац третий ч. 5 ст. 44 Закона о связи, на который в обоснование правомерности своих действий в рамках рассмотрения дела № 17-03-18-02/719 ссылалось ПАО «ВымпелКом», распространяет своё действие на случаи предоставления оператором связи информации о тарифах на услуги и кратком содержании тех услуг связи, которые технологически неразрывно связаны с услугами подвижной радиотелефонной связи и направлены на повышение их потребительской ценности, в том числе контентных услуг.

ФАС России признает, что посредством сетей электросвязи может направляться не только реклама, но и иные виды информации, однако при этом ФАС России учитывает следующее (см. письмо ФАС России от 13.06.2013 № АК/22976/13 «Об отнесении к рекламе СМС-сообщений оператора связи»).

В письме ФАС России от 13.06.2013 № АК/22976/13 «Об отнесении к рекламе СМС-сообщений оператора связи» указано, что распространяемая информация о дополнительных услугах, предлагаемых операторами сотовой связи абонентам, с которыми у них заключен договор на оказание услуг, может рассматриваться в качестве рекламы, если такая услуга выступает в качестве объекта рекламирования. Так, должна относиться к рекламе следующая информация:

- предложение приобрести за дополнительную плату мобильный контент (фото-, видеоизображения, мелодии для рингтонов или гудков, подписка на новости, прогноз погоды и т.п.);
- предложение подключить за дополнительную плату услугу, связанную с предоставлением «базовых» услуг (например, «Автоответчик», «Голосовая почта», «Черный список»);
- предложение перейти на другой тарифный план;
- предложение обратиться на мобильный сервис (портал), в том числе подключение или использование которого не требует внесения разовой или абонентской платы, если посредством данного сервиса (портала) абоненту за дополнительную плату может быть предоставлен мобильный контент или дополнительные услуги.

Горюнов М. С. является абонентом ПАО «ВымпелКом» в соответствии с договором об оказании услуг связи от 09.12.2008. Push-уведомления, полученные им 03.10.2017 и 11.10.2017, сообщали не о порядке исполнения или изменении условий исполнения обязательств по предоставлению «базовых» услуг в рамках условий и предмета заключенного договора, а о дополнительных услугах, которыми абонент ещё не пользуется и которые являются бесплатными лишь на определенный промежуток времени. Рекламируемые услуги не связаны и с информацией о тарифах на услуги и кратком содержании тех услуг связи, которые технологически неразрывно связанных с услугами подвижной радиотелефонной связи и направлены на повышение их потребительской ценности, что не позволяет применить положения абзаца третьего ч. 5 ст. 44 Закона о связи.

В соответствии с ч. 1 ст. 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 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.

Как было указано выше, Г. является абонентом ПАО «ВымпелКом» в соответствии с договором об оказании услуг связи от 09.12.2008 (далее - Договор).

Договор состоит из формы учетных данных абонента и непосредственно из текста самого Договора.

В форме учетных данных абонентом были представлены сведения о себе, включая паспортные данные, а в разделе «Подписи сторон» Г. своей подписью подтвердил, что условия договора им прочитаны, с изложенным в договоре (в том числе п. 3.3, 3.4) абонент согласен, с условиями тарифного плана ознакомлен. В разделе «Особые условия» абоненту была представлена возможность проставить галочку «Не согласен» на использование сведений в системе информационно-справочного обслуживания, которой абонент не воспользовался. Раздела «Согласен/не согласен» на получение рекламных материалов форма учетных данных не содержит.

Таким образом, в рассматриваемом случае, абонент прямо не выразил своё согласие на получение рекламы. Кроме того Г. не имел возможности, исходя из формы самого договора (учетных данных) сделать отметки о несогласии или об отказе от получения рекламы, поскольку соответствующий раздел не предусматривался формой договора (по состоянию на 2008 год).

В соответствии с п. 3.3, п. 3.4 Договора, отдельно упомянутых в форме учётных данных, абонент выражает свое согласие на обработку персональных данных, о предоставлении Оператором сведений о неисполненных денежных обязательствах, сведений о самом абоненте юридическим лицам, осуществляющим в соответствии с действующим законодательством формирование, обработку, хранение и выдачу информации об исполнении должником принятых на себя договорных обязательств, лицам, осуществляющим от имени Оператора взыскание с абонента задолженности за услуги, или лицам, которым передано право требования такой задолженности. Пункт 3.4 указывает, как должен действовать абонент в случае несогласия с условиями п. 3.3 Договора.

В силу п. 8.7 Договора технические показатели, характеризующие качество услуг по передаче данных, указываются оператором связи в информационно-справочных материалах. В соответствии с подп. 1 п. 3.2 Договора оператор связи вправе вносить изменения в условия Договора направлением абоненту соответствующих предложений (в том числе путем смс-сообщений или размещения соответствующей информации на сайте

оператора в сети Интернет или путем публикаций в других СМИ или другим способом. Если абонент в течение 15 дней с даты получения соответствующей информации/размещения публикации не направит письменный полный или частичный отказ от принятия таких изменений и не использует свое право расторжения Договора, это означает согласие абонента с внесенными изменениями. Данных о том, что Г. был ознакомлен с Условиями оказания услуг связи «Билайн» Договор не содержит.

Приказом от 31.10.2016 № 107-16-ШК в ПАО «ВымпелКом» были утверждены новые редакции единого абонентского договора, а также договора об оказании услуг подвижной телефонной связи и услуг местной телефонной связи «Билайн», а именно с даты, следующей за датой подписания данного приказа были внесены следующие изменения:

- в форме учетных данных абонента появился раздел «На получение рекламной информации и рассылок согласен, если не указано другое/не согласен... Условия оказания услуг связи «Билайн» получены, прочитаны, с изложенным согласен...»;

- текст Договора дополнен п. 8.13, дублирующим положения п. 8.13 Условий оказания услуг связи «Билайн».

Таким образом, с учётом подп. 1 п. 3.2 Договора, указанные изменения начали действовать в отношении всех абонентов, которые не выразили своего несогласия с ними и не расторгли договор с ПАО «ВымпелКом». Однако, как было указано выше, при заполнении формы учетных данных в 2008 году Г. был лишён возможности выразить своё несогласие на получение рекламной информации.

Фактически согласие Г. было получено ПАО «ВымпелКом» не в момент заключения с ним договора оказания услуг связи в 2008 году, а посредством внесения в 2016 году изменений в Договор, причем такие изменения, в частности п. 8.13 Договора начали действовать, исходя из условий подп. 1 п. 3.2 Договора, в отношении всех абонентов, не направивших письменный полный или частичный отказ от принятия таких изменений и не воспользовавшихся правом расторжения Договора.

Получение согласия абонента ПАО «ВымпелКом», заключившего договор на оказание услуг связи в 2008 году, на получение рекламы, предусмотрено не в форме выражения согласия абонента на получение рекламы. Такое согласие априори предполагается при подписании договора оказания услуги связи, и только при совершении определённых дополнительных действий со стороны абонента считается, что абонент отказался от рекламных рассылок.

Однако оператор связи в рамках рассмотрения дела № 17-03-18-02/719 подтвердил, что Г. воспользовался своим правом и отказался от получения рекламных уведомлений ПАО «ВымпелКом» 03.10.2017.

В материалах дела имеется запись телефонного разговора заявителя с оператором горячей линии от 03.10.2017. В указанном диалоге абонент указывает, что неоднократно отказывался от получения рекламы от «Билайн», просил больше рекламных уведомлений не направлять. Заявитель указывает в разговоре с оператором, что не знает, что ещё надо сделать, чтобы к нему не поступали уведомления от «Билайн», дословно: «Сколько будут приходить различные уведомления? Я же просил отключить всё, что можно... Зачем мне неделя бесплатного общения. До этого: «Учите английский»... Давайте рассматривать это как претензию, если это не поможет, тогда Роспотребнадзор... Мне ничего не надо, кроме услуг связи». Заявитель ставит оператора горячей линии в известность о том, что уже три раза обращался, просил отключить уведомления, но они всё равно поступают. Г. извещает также, что уведомления приходят в виде push-уведомлений. Оператор горячей линии заверил заявителя, что поставил блокировку на уведомления, указав, что возможно, ранее не была поставлена блокировка и через Интернет уведомления снова были подключены.

Однако после данного разговора 11.10.2017 заявителем была получена рекламная информация от «Билайн». Обоснование правомерности направления рекламы Г. после 03.10.2017 оператором связи не представлено.

Полученные заявителем уведомления не относятся к той категории сообщений, которые указаны в п. 3.3, п. 3.4, п. 8.7 Договора, а также в п. 12 Правил оказания услуг связи. Выбор способа направления рекламы посредством push-уведомлений через встроенное в сим-карту приложение был осуществлен оператором связи. Ввиду изложенного не могут быть приняты в качестве обоснования правомерности направления рекламных уведомлений Г. доводы Общества о том, что отключение рекламных рассылок возможно только через телефон абонента.

Абонент согласно п. 1 ст. 2 Закона о связи - это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Таким образом, абонент выступает «пассивной» стороной отношений по передаче информации, он выступает получателем сообщений.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы. Законом о рекламе закрепляется презумпция отсутствия указанного согласия абонента или адресата (ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе).

При этом законодатель закрепил обязанность рекламораспространителя немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием (ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе). Данная обязанность в рассматриваемом случае ПАО «ВымпелКом»

выполнена не была.

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств ([п. 7 ст. 3](#) Закона о рекламе).

В рассматриваемом случае ПАО «ВымпелКом» выступило в качестве рекламораспространителя, а также рекламопроизводителя и рекламодателя.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с п. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе.

- реклама: «Узнайте, где ваши дети и близкие! Локатор на неделю бесплатно! Подробнее ОК (беспл.)», полученная 11.10.2017 в 17 ч 18 мин. Г. посредством push-уведомления на номер <...> , является ненадлежащей, поскольку распространена с нарушением требований ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе (см. решение по делу № 17-03-18-02/719 от 30.03.2018).

Комиссией Волгоградского УФАС в деле № 17-03-18-02/719 были установлены основания для выдачи предписания.

Сведения об исполнении предписания поступили от ПАО «ВымпелКом» 20.04.2018 за вх. № 3397.

Нарушение рекламоделателями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [ч.ч. 2 - 6](#) ст. КоАП РФ, [ч. 4 ст. 14.3.1](#), [ст. ст. 14.37, 14.38, 19.31](#) КоАП РФ, влечёт 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 (ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ).

К моменту составления протокола в адрес Волгоградского УФАС России от территориальных органов ФАС России поступили сведения о привлечении ПАО «ВымпелКом» к административной ответственности по ч. 1 ст. 14.3 КоАП

РФ (см. письмо Ивановского УФАС России от 14.06.2018 исх. № 03-36/1549, письмо Нижегородского УФАС России от 18.06.2018 исх. № МВ-07/3708, письмо Тверского УФАС России от 15.06.2018 исх. № 04-3/2-2511АП, письмо Кемеровского УФАС России от 29.06.2018 вх. № 5780).

В соответствии с ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

У ПАО «ВымпелКом» имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В действиях ПАО «ВымпелКом» содержится состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, - нарушение рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 ст. 14.3 КоАП РФ, ст. ст. 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

Субъектом правонарушения является рекламодатель, выступивший одновременно и в качестве рекламодателя – ПАО «ВымпелКом».

Объектом правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы с нарушением требования законодательства о рекламе, а именно ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе.

Правонарушение, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусматривает наступление административной

ответственности вне зависимости от наличия/отсутствия отрицательных последствий распространения ненадлежащей рекламы.

При назначении административного наказания административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с КоАП РФ.

В рассматриваемом случае невозможно применение положений [ст. 2.9](#) КоАП РФ. Малозначительным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений ([п. 21](#) постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»).

Состав административного правонарушения, указанный в [ч. 1 ст. 14.3](#) КоАП РФ, как было отмечено, не предусматривает материально-правовых последствий содеянного, как обязательной составляющей объективной стороны правонарушения. Правонарушение считается оконченным независимо от наступления вредных последствий.

Отсутствие последствий допущенного нарушения само по себе не является основанием для признания совершенного правонарушения малозначительным и освобождения от административной ответственности.

В соответствии с [ч. 3 ст. 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.

Изучив представленные территориальными органами копии постановлений, вынесенных в отношении ПАО «ВымпелКом» в течение года, должностное лицо, рассматривающее дело, установило, что Общество было привлечено ранее к административной ответственности по [ч. 1 ст. 14.3](#) КоАП РФ, однако по иным фактическим обстоятельствам дел.

С учетом изложенного должностное лицо, рассматривающее дело с учетом характера совершенного административного правонарушения не признает данное обстоятельство отягчающим.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, не выявлены.

Оценив представленные доказательства, объяснения, характер совершенного ПАО «ВымпелКом» правонарушения, отсутствие отягчающих ответственность обстоятельств, должностное лицо, рассматривающее дело, пришло к выводу о том, что назначение Обществу административного наказания в виде штрафа в размере 100 000 рублей соответствует характеру совершенного административного правонарушения, соразмерно его тяжести, является справедливым и отвечает принципам юридической ответственности, регламентированными [КоАП РФ](#).

Обстоятельства, исключающие производство по делу об административном правонарушении – не выявлены.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 38 Закона о рекламе, ст.ст. 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Привлечь к административной ответственности ПАО «ВымпелКом» (ОГРН 1027700166636, дата присвоения ОГРН 28.08.2002, ИНН 7713076301, КПП 771301001, юридический адрес: г. Москва, ул. Восьмого Марта, д. 10, стр. 14) за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к ПАО «ВымпелКом» (ОГРН 1027700166636, дата присвоения ОГРН 28.08.2002, ИНН 7713076301, КПП 771301001, юридический адрес: г. Москва, ул. Восьмого Марта, д. 10, стр. 14) меру наказания в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

**Реквизиты счета УФК по Волгоградской области:**

Наименование получателя платежа: УФК МФ по Волгоградской области

(Управление ФАС по Волгоградской области);

ОКТМО: 18701000;

ИНН получателя: 3444051210;

КПП получателя: 344401001;

Номер счета получателя платежа: 40101810300000010003;

Банк получателя: Отделение Волгоград;

БИК: 041806001;

Код бюджетной классификации: 161 1 16 26000 01 6000 140

В поле платежного поручения «Назначение платежа» обязательно указывать: «Штраф за нарушение Закона о рекламе», а также реквизиты настоящего документа (постановление № 18-03-14.3-02/432 от 17.07.2017).

Согласно ч. 1 ст. 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.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный настоящим Кодексом, - влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток (ст. 20.25 КоАП РФ).

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела.

По истечении этого срока не обжалованное и не опротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.