

ИП Ч...

111399, г. Москва, .....

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

### **о назначении административного наказания по делу об административном правонарушении**

**№056/04/14.3-500/2024**

«10» июня 2024г. г. Оренбург

Я, Руководитель управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области, ....., рассмотрев протокол ....., материалы административного дела ....., материалы комиссионного дела ... по факту нарушения ИП Ч....(ИНН .....) требований, установленных частью 1 статьи 18 Федерального Закона Российской Федерации от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»), выразившихся в распространении рекламы путем использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение такой рекламы.

Ответственность за совершение данного правонарушения предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

в отсутствие ИП Ч....извещенного надлежащим образом о дате,

времени и месте рассмотрения дела,

### **УСТАНОВИЛА:**

В адрес Оренбургского УФАС России поступило заявление П....по факту поступления на абонентский номер заявителя +79..... СМС-сообщения рекламного характера с буквенного номера «monnet.ru» (СМС-центр:+79.....) 10.10.2023 г. в 20:11, следующего содержания: «По заявке 6280 одобрена сумма 33000 руб — mnyz.ru/1agbkf».

По мнению заявителя, данная информация распространялась с признаками нарушения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», поскольку согласия на получение рекламной информации П.....не давал.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Указанная информация по смыслу части 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» имеет все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: она предназначена для неопределенного круга лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – займу.

Решением по делу №....реклама, распространяемая посредством СМС-сообщения на абонентский номер (+79.....) П....без его предварительного согласия, признана ненадлежащей и нарушающей требования, установленные ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Проанализировав представленные материалы и действующее законодательство Должностным лицом установлено следующее.

В соответствии с ч. 1 ст. 18 ФЗ «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

рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.

Согласно пп. 3 п. 15 Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 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 рекламораспространителя.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено именно на распространение рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

При этом, в целях соблюдения баланса частных и публичных интересов (постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 29.03.2011 № 2-П), стабильности публичных правоотношений, а также 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.

ИП Ч...в рассматриваемом случае является рекламораспространителем, однако, индивидуальным предпринимателем не представлены в адрес антимонопольного органа документы, подтверждающие наличие согласия со стороны заявителя на получение спорной рекламы.

Согласно п. п. 1, 9 ч. 4 ст. 9 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» в случаях, предусмотренных федеральным законом, обработка персональных данных осуществляется только с согласия в письменной форме субъекта персональных данных. равнозначным содержащему собственноручную подпись субъекта персональных данных согласию в письменной форме на бумажном носителе признается согласие в форме электронного документа, подписанного в соответствии с федеральным законом электронной подписью. Согласие в письменной форме субъекта персональных данных на обработку его

персональных данных должно включать в себя, в том числе:

- фамилию, имя, отчество, адрес субъекта персональных данных, номер основного документа, удостоверяющего его личность, сведения о дате выдачи указанного документа и выдавшем его органе;

- подпись субъекта персональных данных.

Идентифицировать заявителя с данными, указанными в согласии на обработку персональных данных клиентов - физических лиц, анкете, скриншотах оформления заявки, не представляется возможным.

Таким образом, представленные ИП Ч....документы не могут быть приняты в качестве доказательств, подтверждающих наличие согласия со стороны заявителя на получение рекламы, как это предписано законом.

Иных доказательств, позволяющих сделать вывод о том, что именно заявитель заполнил анкету и дал надлежащее согласие на получение рекламы, в материалы дела не представлено.

Учитывая вышеизложенное, распространение вышеуказанной рекламной информации посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента осуществлено в нарушение ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (часть 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Исходя из имеющихся материалов и установленных фактов рекламодателем определен ИП Ч....(ИНН .....).

Согласно ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе», нарушение рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Факт нарушения законодательства о рекламе подтверждается решением по делу №....

В соответствии с ч. 1 ст. 2.1 Кодекса об административных правонарушениях РФ (далее – 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 нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе», предусмотрена ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 14.3. КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 17 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - 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.

Место совершения административного правонарушения – г. Новотроицк.

Время совершения административного правонарушения – 10.10.2023 г. в 20:11.

Сроки давности привлечения И Пк административной ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе, предусмотренные ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ не истекли. Оснований для прекращения производства по делу не установлено.

Объектом правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы с нарушением требований законодательства о рекламе, а именно ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Субъектом правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, выступает ИП

Вина ИП состоит в том, что индивидуальный предприниматель не выполнил установленных Законом о рекламе требований и не предпринял всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Целью административного наказания является предупреждение совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами, следовательно, установление административного наказания и определение его размера в каждом конкретном случае должно основываться на принципах справедливости наказания, его соразмерности совершенному правонарушению (ст. 3.1 КоАП РФ).

Оценив доказательства на основании ст. 26.11 КоАП РФ по своему внутреннему убеждению, основанному на всестороннем, полном и объективном исследовании всех обстоятельств дела в их совокупности, оценив конкретные обстоятельства и характер совершения правонарушения, руководствуясь законом и правосознанием, Должностное лицо приходит к выводу о том, что правонарушение, за которое ИП Ч.....привлечен к административной ответственности, не может быть признано малозначительным, в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ, исходя из следующего.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные рассматривать дела об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Исходя из вышеизложенного, оснований для признания допущенного административного правонарушения малозначительным и освобождения ИП от административной ответственности не имеется.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При назначении административного наказания Должностным лицом учтено, что обстоятельством, смягчающим административную ответственность, является добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении

лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения.

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ обстоятельством, отягчающим административную ответственность является повторное совершение однородного административного правонарушения.

В качестве отягчающих обстоятельств установлен следующий факт привлечения к административной ответственности ИП....

Учитывая принцип соразмерности, выражающий требования справедливости и предполагающий дифференциацию ответственности в зависимости от тяжести содеянного, Должностное лицо считает, что привлечением к административной ответственности в виде наложения на И П административного штрафа в размере 8 000 (восемь тысяч) рублей будет реально достигнута цель предупреждения совершения им новых правонарушений.

Руководствуясь статьей 33 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года и статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), на основании части 1 статьи 14.3 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

1. Признать ИП виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.
2. Назначить ИП административное наказание в виде административного штрафа в размере 8 000 (восемь тысяч) рублей.

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 5 ст. 3.5 КоАП РФ сумма административного

штрафа подлежит зачислению в бюджет Российской Федерации в полном объеме.

### **Реквизиты для уплаты штрафа:**

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление по электронной почте [to56@fas.gov.ru](mailto:to56@fas.gov.ru).

В соответствии с ч. 3 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч. 1 ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.