

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-164/2024 об административном правонарушении

26 апреля 2024 года

г. Пенза, ул. Урицкого

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области <...>, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 058/04/14.3-164/2024, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>, по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», установленному решением Пензенского УФАС России от 14.03.2024 по делу № 058/05/18-87/2024, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отсутствие ИП <...>,

УСТАНОВИЛ:

при рассмотрении поступил протокол от 12.04.2024 № 058/04/14.3-164/2024 об административном правонарушении, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) <...> в отношении ИП <...> в связи с совершением нарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

Из протокола об административном правонарушении от 12.04.2024 № 058/04/14.3-164/2024 и материалов дела следует.

Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/18-87/2024 о нарушении ходатайства о рекламе в отношении ИП <...> по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

Исторически рекламируемая ИП <...> реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 14 марта 2024 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана подлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение административных правонарушений лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

При рассмотрении настоящего дела ИП <...> не присутствовал. 16.04.2024 в адрес Пензенского УФАС России ИП <...> представил ходатайство о рассмотрении дела № 058/04/14.3-164/2024 об административном правонарушении в отсутствие своего представителя.

г совершения ИП <...> действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан де рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается ьставленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении ьдательства о рекламе № 058/05/18-87/2024 следует, что в Пензенское УФАС ь.2024 вх. №838-ЭП/24 поступило обращение абонента ПАО «МТС» <...> по вопросу ьпления 05.02.2024 в 17:02 телефонного звонка с номера <...> на номер его телефона ь рекламой услуг компании «Ростелеком». Заявитель согласия на получение рекламы на ь абонентский номер оператору связи или иным лицам не давал. По мнению заявителя, ьнные действия по распространению рекламы являются нарушением ьдательства Российской Федерации о рекламе. Заявителем представлена запись ьфонного разговора.

ответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный ьр <...> принадлежат оператору ПАО «МТС».

ответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный ьр <...> принадлежат оператору ПАО «Башинформсвязь».

ь установления рекламораспространителя Пензенским УФАС России направлены ьпросы в ПАО «МТС» (исх. от 07.02.2024 № ЕП/555/24) и ПАО «Башинформсвязь» (исх. от ь.2024 № ЕП/556/24).

ь адрес Пензенского УФАС России 14.02.2024 (вх.№1145/24) поступил ответ ПАО «МТС», ьсно которому установлено следующее.

ь абонентский номер <...> выделен <...> по договору оказания услуг подвижной связи МТС ьзвор приложен в материалы дела).

ь е представлена детализация звонков на абонентский номер <...> за 05.02.2024, ьсно которой 05.02.2024 в 17:02:47 осуществлен звонок с телефонного номера <...>.

ьсно информации, представленной ПАО «Башинформсвязь» (оператор) абонентский ьр (идентификатор) <...> выделен абоненту индивидуальному предпринимателю <...> в ьках договора от 03.11.2021 № 302001172662 «об оказании услуг передачи голосовой ьрмации по установленному маршруту посредством сети передачи данных».

ь Пензенским УФАС России определением от 16.02.2024 по факту распространения ьуказанной рекламы возбуждено дело № 058/05/18-87/2024 по признакам нарушения ьи 1 статьи 18 «О рекламе» в отношении ИП Светлакова Е.В.

ь.2024 (вх. №1461-ЭП/24) ИП <...> представило в адрес Пензенского УФАС России ьменные пояснения из которых следует, что абонентский номер <...> внесен 18.12.2023 в ьчень номеров, дозвон на которые технически невозможен. Совершение телефонного ька с номера <...>, как и с любого другого номера, выделенного на основании договора ьказания услуг связи ИП <...>, с указанной даты (18.12.2023) невозможно. Заявитель, ьывая информацию о совершении на его номер телефона звонка рекламного ьктера 05.02.2024, вводит УФАС по Пензенской области в заблуждение. Звонок в адрес ьтеля мог быть совершен иным лицом (с иного номера), либо на другой номер, с ьрого у заявителя установлена переадресация вызовов. Установить факт совершения ька, равно как и подтвердить исходящие и входящие номера, возможно только на ьзвании показаний биллинговой системы операторов связи, которым такие номера ьлены.

в результате рассмотрения Заявления по существу и изучения дополнительно собранных изъятий установлено следующее.

абонентский номер заявителя <...> в сети оператора услуг связи ПАО «МТС» поступил фонный звонок с рекламой следующего содержания: «Я представляю компанию телеком». Можете говорить? Буквально минуту. Дело в том, что сейчас компания телеком» подготовила для вас мегаскидки до 50% на все услуги. Особенно выгодно но подключить домашний интернет, телевидение, мобильную связь всего лишь за 400 ей...».

г поступления, указанного звонка подтверждается детализацией предоставленных г за 05.02.2024, представленной в материалы дела оператором Заявителя – ПАО «МТС».

материалы дела представлена аудиозапись указанного телефонного звонка, ржание которого показывает, что лицо, осуществившее звонок с телефонного номера принадлежащего ИП <...>, озвучивает информацию о привлечении внимания к анию услуг компанией «Ростелеком» (сейчас компания «Ростелеком» подготовила для мегаскидки до 50% на все услуги. Особенно выгодно можно подключить домашний рнет, телевидение, мобильную связь всего лишь за 400 рублей ...), формирование или держание интереса к ним и их продвижение на рынке.

оответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, тространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, эсованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к экту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его здвижение на рынке.

асно статье 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонент – это зователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при злении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; тросвязь – любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой рмации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по осистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

им образом, абонент выступает «пассивной» стороной отношений по передаче рмации, он выступает получателем, но не отправителем сообщений.

рмация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является ивидуализированной по способу распространения, так как направляется эделенным абонентам.

илу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая ивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, зполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является оятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

ле того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует имать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей амной информации.

этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что ифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее эсованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения амной информации до ее получателей.

ой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

лствии в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц, вне зависимости от того, каким способом лиц она была получена.

этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о самом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может признаваться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна формировать интерес к какому-либо объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на личное обращение (упоминание имени и фамилии абонента), и представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

умируя изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является зональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к услугам компании «Ростелеком» (сейчас компания «Ростелеком» подготовила для вас мегаскидки до 50% на услуги. Особенно выгодно можно подключить домашний интернет, телевидение, мобильную связь всего лишь за 400 рублей ...), имеет целью формирование и поддержание интереса к ним и их продвижению.

по себе текст телефонного звонка не содержит сведений, позволяющих говорить о зональной направленности спорного телефонного звонка.

согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средство 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), привлечение внимания к которым направлена реклама.

согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

исходя из текста телефонного звонка, в котором содержится предложение пользоваться услугами компании «Ростелеком», Комиссия приходит к выводу, что названная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования услугам компании «Ростелеком».

распространитель, осуществляя телефонный звонок, определенному абоненту, имеет целью довести до него информацию исключительно рекламного характера, а не справочную или иную (справочную, личную и т.д.).

наименее образным, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространяемая посредством осуществления на номер телефона <...> телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к

кту рекламирования.

ответствии с частью 1 статьи 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 распространённой 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.

Постановлением Арбитражного Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» указал следующее: «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 телефонного номера поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако Закон о рекламе не устанавливает порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть получено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения факта изъяснения на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы».

Согласно данному толкованию указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие абонента должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность устанавливать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

В письменных пояснениях ИП <...> сообщил, что абонентский номер <...> внесён 18.12.2023 в реестр номеров, дозвон на которые технически невозможен. Совершение телефонного звонка с номера <...>, как и с любого другого номера, выделенного на основании договора оказания услуг связи ИП <...>, с указанной даты (18.12.2023) невозможно. Установить факт совершения звонка, равно как и подтвердить исходящие и входящие номера, возможно только на основании показаний биллинговой системы операторов связи, которым такие номера выделены.

Согласно представленной ПАО «МТС» (оператор) и Заявителем детализация звонков на абонентский номер <...> за 05.02.2024, опровергает указанный довод, так как согласно детализации звонков 05.02.2024 в 17:02:47 осуществлён звонок с телефонного номера +7<...> на номер заявителя (владельца телефонного номера <...>). Доказательств обратного характера материалы дела не содержат.

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе» одной из его целей является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

С учётом из положения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» законодатель, учитывая желание рекламодателей использовать сети электросвязи для распространения рекламы, а также права и интересы граждан, дал абонентам (адресатам) возможность самим выбирать от каких лиц они готовы получать рекламную информацию подобным

обом.

ю закрепления в части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» обязанности рекламодателя получать предварительное согласие абонентов на получение рекламы является защита граждан от поступления на их телефонные номера, адреса электронной почты нежелательных рекламных телефонных звонков и сообщений (смс, мсм).

Согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалах дела не представлено.

Суд считает необходимым отметить, что в контексте именно телефонных звонков статьей 18 ФЗ «О рекламе» очевидно разграничены два способа получения рекламы абонентом по сетям электросвязи.

Первый способ исходит из частей 1 и 2 статьи 18 Закона о рекламе и предполагает, что рекламодатель сам инициирует взаимодействие с абонентом или адресатом, а именно такая инициация разрешена лишь если потребитель заранее выразил желание получить рекламу от конкретного рекламодателя.

Второй способ регулируется частями 3 и 4 статьи 18 Закона о рекламе, при которых абонент сам осуществляет действия, направленные на взаимодействие с рекламодателем, и в данном случае согласия абонента на получение рекламы не требуется, а необходимо лишь выполнить определенные условия (после сообщения по запрошенной справке, бесплатно и т.п.).

Следует отметить, что особое законодательное регулирование распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно инициирующего взаимодействие (рекламодатель или абонент), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования части 1 статьи 18 Закона о рекламе – недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.

Следует также отметить, что согласно пункту 2 Правил оказания услуг телефонной связи, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 09.12.2014 №1342, под телефонным соединением понимается установленное в результате вызова взаимодействие абонента и (или) пользователю услуг телефонной связи, позволяющее абоненту и (или) пользователю услуг телефонной связи передавать и (или) принимать голосовую и (или) не голосовую информацию.

Из вышеизложенного следует, что в случае, когда взаимодействие инициируется рекламодателем, моментом начала распространения посредством телефонного звонка рекламной информации является момент поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента, а не момент непосредственного оглашения рекламной информации абоненту. Более того, рекламодатель не ставит себе в качестве конечной цели кроме как сформировать интерес к товару (работе, услуге).

Таким образом, обязанность рекламодателя предварительно получить согласие абонента на получение рекламы предполагает совершение им действий, направленных на получение согласия абонента, до начала распространения рекламы по сетям электросвязи, т.е. в период с распространением рекламы посредством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на телефонный номер абонента.

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от

элательных звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от
нейшего прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

е того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи
эфонного звонка) предполагает со стороны рекламораспространителя определение
чентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение рекламы
но быть получено именно от абонента телефонного номера.

асно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи»
чентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании
х услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода
тификации.

асно пункту 1 статьи 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи»
сылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) должна
дествляться при условии получения предварительного согласия абонента,
жженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого
чента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение
сылки.

е того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме,
аточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение
амы от конкретного рекламораспространителя.

дя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламораспространитель не
в предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

иатором звонка с предложением услуг компании «Ростелеком» на номер Заявителя без
редварительного согласия является ИП <...>, что подтверждается принадлежностью
фонного номера<...> (договор от 03.11.2021 № <...> «об оказании услуг передачи
совой информации по установленному маршруту посредством сети передачи
ых»), сведений, опровергающих данный факт, материалы дела не содержат.

язи с тем, что Заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение
амы путем осуществления звонков от отправителя <...>, в Пензенском УФАС России
дения и документы о получении отправителем согласия абонента <...> на
ространение ему рекламы по сетям электросвязи отсутствуют, распространение
анной рекламы противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

ментов, материалов, указывающих, что ИП <...> приняты достаточные меры по
юдению требований статьи 44.1 Федерального закона «О связи», части 1 статьи 18 ФЗ
«рекламе» при осуществлении звонка рекламного характера на номер абонента <...>,
енским УФАС России при рассмотрении дела не получено, ИП <...> не представлено.

ответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая
бованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.
длежащая реклама не допускается.

ответственность за нарушение статьи 18 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38
анного закона несет рекламораспространитель (часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

ответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем является
и, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с

льзованием любых средств.

данные по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях ИП, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя/распространителя <...>

Им образом, распространение 05.02.2024 в 17:02:47 посредством телефонного звонка, рекламы товаров и услуг на номер телефона <...>, поступившего с номера <...> с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащим.

Действия ИП <...> были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение требований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1.7 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) лицо, совершившее административное правонарушение, подлежит ответственности на основании закона, действовавшего во время совершения административного правонарушения.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) Нарушение рекламодателем, изготовителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 17 настоящей статьи, частью 4 статьи 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 является местом жительства ответчика - г. Заречный Пензенская обл.

Дата совершения административного правонарушения: 05.02.2024 в 17:02:47 (дата поступления телефонного звонка).

Согласно статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность образованного юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Согласно статье 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Им образом, в действиях ИП <...>, содержится состав административного правонарушения, ответственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В момент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки исковой давности привлечения к административной ответственности, установленные статьей 4.5 КоАП РФ не истекли.

В целях возможного применения положений статьи 4.1.1 КоАП РФ, антимонопольный орган рекомендует следующее.

ть 1 статьи КоАП РФ закрепляет, что 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](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [статьей 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [статьей 2](#) настоящей статьи.

Им образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение может быть применено по статье 14.3 КоАП РФ в случае, если дело об административном правонарушении было возбуждено по итогам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с контролируемым лицом, проверки, в ходе которых было установлено соответствующее нарушение законодательства о рекламе. В случае, если дело об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, проверки, часть 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежит применению.

В настоящем случае дело № 058/04/14.3-164/2024 возбуждено без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, следовательно, положения норм статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежат применению.

При назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

В информационно-справочной базе платформы «Дело» (ЕИАС-Дело) по состоянию на 26.04.2024 года отсутствуют сведения о привлечении ИП <...> к административной ответственности за совершение однородного административного правонарушения (статья 14.3 КоАП РФ), в том числе:

по № 034/04/14.3-1486/2022 Волгоградское УФАС России – дата постановления 09.01.2023 года (вступило в силу 15.02.2023);

по № 074/04/14.3-3532/2022 Челябинское УФАС России – дата постановления 07.03.2023 года (вступило в силу 28.03.2023);

по № 034/04/14.3-1311/2022 Волгоградское УФАС России – дата постановления 09.12.2022 года (вступило в силу 23.01.2023);

дело № 086/04/14.3-524/2023 Ханты-Мансийское УФАС России – дата постановления 11.01.2023 года (вступило в силу 28.05.2023);

по № 042/04/14.3-785/2023 Кемеровское УФАС России – дата постановления 06.07.2023

1 (вступило в силу 28.07.2023);

по № 078/04/14.3-878/2023 Санкт-Петербургское УФАС России – дата постановления от 05.07.2023 года (вступило в силу 05.07.2023);

по № 058/04/14.3-630/2023 Пензенское УФАС России – дата постановления от 15.12.2023 года (вступило в силу 19.01.2024).

в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ к числу обстоятельств, отягчающими административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с КоАП РФ.

Исходя из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных отношений, которые посягает нарушитель, прихожу к выводу об отсутствии оснований для признания совершенного административного правонарушения малозначительным и освобождения ИП Лакова Е.В. от административной ответственности.

В соответствии с пунктом 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающей в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Совершенное ИП <...> правонарушение не является малозначительным, поскольку посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от вводящей в заблуждение рекламы. По указанному правонарушению существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных фактических последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению публично-правовых обязанностей.

Наличие в действиях ИП <...> правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в полной мере доказано и подтверждено материалами дела.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, не установлено.

При рассмотрении настоящего административного дела сведений о тяжелом общественном положении ИП <...> не поступало.

Обстоятельств, исключающих согласно статье 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении, при рассмотрении административного дела, не установлено.

В соответствии со статьей 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан

детельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом. Федеральным законом могут устанавливаться иные случаи освобождения от обязанности давать свидетельские показания.

соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

с учетом характера совершенного ИП <...> административного правонарушения, его общественного положения, обстоятельства, отягчающие административную ответственность, руководствуясь [статьями 4.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 0, 29.11](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать в действиях индивидуального предпринимателя <...> наличие состава административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Назначить индивидуальному предпринимателю <...> наказание в виде административного штрафа в размере 10 000 (десять тысяч) рублей 00 копеек.