

Дело № 029/04/14.3-1143/2020

1. ИП <...>

2. Заявитель <...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

«16» октября 2020 года г. Архангельск

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области, <...>, рассмотрев протокол от 02.10.2020 и иные материалы дела № 029/04/14.3-1143/2020 об административном правонарушении, возбужденного в отношении: **Индивидуальный предприниматель <...>**,

извещенная надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела,

в отсутствие <...>,

в отсутствие потерпевшего <...>,

УСТАНОВИЛ:

19.03.2020 (вх. № 2458 от 19.03.2020), 10.04.2020 (вх. № 3403 от 13.04.2020), 17.04.2020 (вх. № 3605 от 20.04.2020) в адрес Архангельского УФАС России Федеральной антимонопольной службой России (отправитель «ФАС России», адрес электронной почты: delo@fas.gov.ru) направлены заявления гражданина <...> о нарушении, по мнению заявителя, требований ч. 1 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Согласно заявлениям, 18.03.2020 в 17:28, 15.04.2020 в 13:09 (оператор мобильной связи — ООО «Дэни Колл») на номер мобильного телефона заявителя <...> и 10.04.2020 в 14:08 на номер <...> (оператор мобильной связи — ПАО «Мобильные ТелеСистемы») поступили голосовые сообщения с телефонных номеров <...> с информацией:

- *«Здравствуйте. Квартиры в Северодвинске всего от двух миллионов трехсот тысяч рублей. Несколько вариантов отделки, удобное расположение, развитая инфраструктура, ипотека от 7,5%. Хотите узнать подробности — нажмите 1. Не хотите получать подобные предложения — нажмите 2» - 18.03.2020;*
- *«Здравствуйте. Предлагаем Вам квартиры в Северодвинске всего от одного миллиона девятисот тысяч рублей. Несколько вариантов отделки, удобное расположение, развитая инфраструктура, ипотека от 7,5%. Хотите узнать подробности — нажмите 1. Не хотите получать подобные предложения — нажмите 2» - 10.04.2020 и 15.04.2020.*

К заявлениям представлено согласие заявителя <...> от 06.12.2019 на получение

антимонопольным органом необходимых сведений от операторов связи ПАО «Мобильные ТелеСистемы» и ООО «Дэни Колл», оказывающих абоненту услуги связи и аудиозаписи голосовых сообщений, из которых следует, что звонки совершены путем автоматического дозвона.

Согласие на получение рекламы гражданин <...> не давал.

Решением Комиссии Архангельского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 27.07.2020 по делу № 029/05/18-785/2020 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, 2 ст. 18, ч. 1, 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Материалы дела № 029/05/18-785/2020 являются неотъемлемым приложением к материалам настоящего дела об административном правонарушении.

Событие административного правонарушения и его квалификация:

В соответствии с направленными ПАО «ВымпелКом» пояснениями от 07.05.2020 (вх. № 4282) и 12.05.2020 (вх. № 4316) телефонные номера <...> выделены ИП <...> в соответствии с договором № 735583880 от 28.09.2019.

На запросы Архангельского УФАС России от 13.05.2020 (исх. № 03-12И/3003) и 15.05.2020 (исх. № 03-12И/3127) ИП <...> направила письмо от 27.05.2020 с отсутствием какой-либо поясняющей информации. Запрошенное Управлением согласие заявителя <...> с разрешением направления рекламы на абонентские номера <...> ИП <...> не представлено.

17.07.2020 в адрес Архангельского УФАС России поступили письменные объяснения ИП <...>, согласно которым в информации, доведенной до сведения заявителя отсутствовал объект рекламирования, в связи с чем, прийти к выводу о том, что рассматриваемая информация является рекламой, не представляется возможным.

На абонентские номера заявителя <...> в сети оператора услуг связи ООО «Дэни Колл» и <...> в сети оператора услуг связи «Мобильные ТелеСистемы» 18.03.2020, 10.04.2020 и 15.04.2020 поступили телефонные звонки с рекламой следующего содержания: «Здравствуйтесь. Квартиры в Северодвинске всего от двух миллионов трехсот тысяч рублей. Несколько вариантов отделки, удобное расположение, развитая инфраструктура, ипотека от 7,5%. Хотите узнать подробности — нажмите 1. Не хотите получать подобные предложения — нажмите 2» и «Здравствуйтесь. Предлагаем Вам квартиры в Северодвинске всего от одного миллиона девятисот тысяч рублей. Несколько вариантов отделки, удобное расположение, развитая инфраструктура, ипотека от 7,5%. Хотите узнать подробности — нажмите 1. Не хотите получать подобные предложения — нажмите 2».

Факт выделения абонентских номеров <...> ИП <...>, с которых совершены рассматриваемые телефонные звонки, подтверждается представленным ПАО «ВымпелКоммуникации» договором № 735583880 от 28.09.2019 об оказании услуг связи «Билайн».

Представлены аудиозаписи указанных телефонных звонков, содержание которого показывает, что лицо (автоответчик), осуществившее звонки с телефонных номеров

<...>, принадлежащих ИП <...>, озвучивает информацию о продаже квартир в городе Северодвинске, ипотеке от 7,5%, формирует и поддерживает интерес к ним и их продвижение на рынке.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является 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. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Федеральной антимонопольной службой России в письме от 05.04.2007 № АЦ/4624 разъяснено, что под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно пункту 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, распространяемая 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Законом о рекламе.

Указанная выше информация полностью подпадает под определение, данное в статье 3 ФЗ «О рекламе», поскольку содержит информацию, распространяемую посредством телефонной связи, адресованную неопределенному кругу лиц, то есть, не персонифицированную, и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объектом рекламирования являются услуги по продаже квартир в городе Северодвинске и ипотеке от 7,5%.

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 рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

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» 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 телефон поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако 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».

Фразы звонившего: «Предлагаем Вам квартиры в Северодвинске от одного миллиона трехсот (девятист) тысяч рублей, несколько вариантов отделки, удобное расположение, развитая инфраструктура, ипотека от 7,5%. Хотите узнать подробности нажмите 1. Не хотите узнать подобные предложения нажмите 2» относятся к рекламе услуг недвижимости и банковским услугам, согласие на распространение которых заявитель не давал.

Фактически установленные обстоятельства свидетельствуют о факте распространения рассматриваемой рекламы по сетям электросвязи, которая должна осуществляться с соблюдением специальных требований.

В силу ч. 2 ст. 18 ФЗ «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).

Записи телефонных звонков, представленные заявителем <...>, содержат воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись), что позволяет сделать вывод о том, что в ходе осуществления такого звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозвонивание, автоматической рассылки), что указывает на нарушение ч. 2 ст. 18 ФЗ «О рекламе».

Распространение рекламы по любым сетям электросвязи должно осуществляться только при наличии согласия абонента или адресата на получение рекламы.

Согласно ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее - ФЗ «О связи»), абонент — это пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского

номера или уникального кода идентификации.

Понятие адресата содержится в ст. 2 Федерального закона от 17.07.1999 № 176-ФЗ «О почтовой связи», согласно которому адресат — это гражданин или организация, которым адресованы почтовое отправление, почтовый перевод денежных средств, телеграфное или иное сообщение.

Таким образом, абонент и адресат выступают «пассивной» стороной отношений по передаче информации, они выступают получателями, но не отправителями сообщений.

Рекламораспространитель, прежде чем направить какому-либо лицу рекламу по сетям электросвязи, должен удостовериться, что данное лицо выразило свое согласие на получение рекламы.

При этом рекламораспространителем выступает лицо, которое совершило определенные действия по доведению рекламы до потребителя.

Инициатором звонка с предложением продажи квартир и ипотеке на абонентские номера заявителя <...> без его предварительного согласия является ИП <...>, что подтверждается принадлежностью телефонных номеров <...> (договор об оказании услуг связи), сведений, опровергающих данный факт, материалы дела не содержат.

В связи с тем, что заявитель <...> утверждает, что не давал согласия на распространение рекламы путем осуществления звонков от отправителей <...>, в Архангельском УФАС России сведения и документы о получении отправителем согласия абонента <...> на распространение ему рекламы по сетям электросвязи отсутствуют, распространение указанной рекламы противоречит требованиям части 1, части 2 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Документов, материалов, указывающих, что ИП <...> приняты достаточные меры по соблюдению требований статьи 44.1 ФЗ «О связи», части 1, части 2 статьи 18 ФЗ «О рекламе» при осуществлении звонков рекламного характера на номера абонента <...>, Архангельским УФАС России при рассмотрении дела не получено, ИП <...> не представлено.

Кроме того, в соответствии с ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии со ст. 54 Гражданского кодекса РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

Статьей 1473 Гражданского кодекса РФ также предусмотрено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица (ч. 1). Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его

организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности (ч. 2). Юридическое лицо должно иметь полное и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке.

Потребителю важно знать какое лицо делает предложение об оказании тех или иных финансовых услуг, поэтому в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке следует указывать полное наименование или имя лица, оказывающего данные услуги. Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей. Указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

В соответствии с п. 2 ч. 1 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - ФЗ «О защите конкуренции») финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В п. 6 ч. 1 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» указано, что финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, услуги ипотечного кредитования являются финансовыми, и, следовательно, в рекламе таких услуг должно быть указано наименование лица, оказывающего услуги по предоставлению ипотечных кредитов.

В рассматриваемой информации наименование лица, оказывающего услуги по предоставлению ипотечного кредита, отсутствует, что является нарушением ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

В информации, направленной заявителю <...> на телефонные номера <...>, сообщается о минимальной процентной ставке по ипотечному кредиту — 7,5% годовых, однако не указаны иные существенные условия предоставления кредита, влияющие на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее: условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Таким образом, рассматриваемая информация нарушает требования ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Требования ч. 1 и ч. 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе» в данном случае корреспондируют с нормой части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе», которая не допускает отсутствие в рекламе части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения и использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребитель.

Поскольку в рекламе указывается финансовая услуга - «ипотека», которая направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является также подробная информация, относящаяся к ипотеке, поэтому отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об ипотечном кредите приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым кредитом.

Указанные нормы права приняты в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. Отсутствующая информация о лицах, предоставляющих финансовые услуги, об условиях, определяющих фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее, является существенной, следовательно, ее отсутствие нарушает требования ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с изложенными выше фактами, рассматриваемая информация нарушает требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, 2 ст. 18, ч. 1, 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

В силу ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель (*изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо — п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе»*) несет ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 и 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Рекламораспространитель (*лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств — п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе»*) несет ответственность за нарушение требований ч. 1 и 2 ст. 18, ч. 1 ст. 28 ФЗ «О рекламе».

Рекламопроизводитель (лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму — п. 6 ст. 3 ФЗ «О рекламе») несет ответственность за нарушение требований, ч. 7 ст. 5, ч. 1 и 2 ст. 18, ч. 1 и 3 ст. 28 ФЗ «О рекламе», в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Абонентские номера <...>, с которых направлены рассматриваемые голосовые сообщения, выделены в соответствии с договором ПАО «ВымпелКом» № 735583880 от 28.09.2019 ИП <...>. Следовательно, рекламодателем, рекламораспространителем и рекламопроизводителем рассматриваемой информации является ИП <...> (адрес постоянной регистрации и адрес доставки документов: <...>).

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

Согласно ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 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.

В силу ст. 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если КоАП РФ не установлено иное.

Нарушив требования ФЗ «О рекламе», ИП <...> совершила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: 18.03.2020, 15.04.2020, 10.04.2020.

Местом совершения административного правонарушения является место жительства потерпевшего — заявителя <...>.

02.10.2020 главным специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы, Шестаковой Н.М., в отношении ИП <...> составлен протокол по настоящему делу, согласно которому ИП <...> вменяется совершение административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Административным правонарушением на основании ч. 1 ст. 2.1 КоАП РФ признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно ч. 2 ст. 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.

ИП <...> достаточных мер для проверки соблюдения требований, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, не предприняла, несмотря на то, что могла это сделать, то есть самонадеянно устранилась от обеспечения прав потребителей рекламы.

Объектом административного правонарушения является установленные законодательством ограничения о недопустимости ненадлежащей рекламы.

Несоблюдение указанных ограничений и требований является отражением объективной стороны.

Субъектом указанного административного правонарушения является ИП <...>.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется формой неосторожной вины.

Статья 2.9 КоАП РФ предусматривает, что при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Указанная норма является общей и может применяться к любому составу административного правонарушения, предусмотренного КоАП РФ, если судья, орган, рассматривающий конкретное дело, признает, что совершенное правонарушение является малозначительным.

Применение ст. 2.9 КоАП РФ при рассмотрении дел об административном правонарушении является правом, а не обязанностью.

Пунктом 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» разъяснено, что 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.

Согласно абз. 3 п. 18.1 названного постановления, квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений п. 18 данного постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

В соответствии со ст. 1 ФЗ «О рекламе», целями настоящего закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ФЗ «О рекламе» прямо требует обеспечения потребителей достоверной информацией, которая необходима для реализации предоставленных возможностей.

По юридической конструкции правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, образует формальный состав. В связи с этим существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий в результате допущенного правонарушения, а в пренебрежительном отношении ИП <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к формальным требованиям публичного права.

Отсутствие вредных последствий не имеет значения для наступления ответственности за завершенное правонарушение, поскольку по своему правовому характеру оно является формальным, а не реальным.

Таким образом, оснований для применения положений ст. 2.9 КоАП РФ не имеется.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается следующее.

В силу пункта 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ, одним из обстоятельств, отягчающих административную ответственность, является 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.

При применении указанной нормы судам следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной части КоАП РФ (постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях»).

ИП <...> привлечена к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе. Постановлением от 11.06.2020 Пензенским УФАС России ИП <...> за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ объявлено предупреждение.

Таким образом, совершение правонарушения повторно признается обстоятельством, отягчающим административную ответственность, а следовательно, применение ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ исключается.

Кроме того, постановлением от 02.09.2020 по делу № 050/04/14.3-1265/2020 УФАС по Московской области ИП <...> за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ

назначено наказание в виде штрафа 4 000 рублей.

Постановлением от 02.09.2020 по делу № 050/04/14.3-1263/2020 УФАС по Московской области ИП <...> за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначено наказание в виде штрафа 4 000 рублей.

Постановлением от 03.09.2020 по делу № 050/04/14.3-165/2020 УФАС по Московской области ИП <...> за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначено наказание в виде штрафа 4 000 рублей.

Постановлением от 03.09.2020 по делу № 050/04/14.3-587/2020 УФАС по Московской области ИП <...> за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначено наказание в виде штрафа 4 000 рублей.

Постановлением от 03.09.2020 по делу № 050/04/14.3-621/2020 УФАС по Московской области ИП <...> за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначено наказание в виде штрафа 4 000 рублей.

Постановлением от 24.07.2020 по делу № 057/04/14.3-392/2020 УФАС по Орловской области ИП <...> за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначено наказание в виде штрафа 4 000 рублей.

Административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом (ч. 1 ст. 4.1 КоАП РФ).

Согласно статье 3.1 КоАП РФ, административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 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.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающей специальными познаниями.

Размер штрафа определяется должностным лицом Архангельского УФАС России, рассматривающим настоящее дело об административном правонарушении, с учетом характера совершенного правонарушения и всех обстоятельств указанного дела, отягчающих и смягчающих административную ответственность

обстоятельств, исходя из пределов указанных в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ штрафных санкций.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных статьей 24.5 КоАП РФ, не установлено.

Срок давности привлечения юридического лица к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ, не истек.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 3.5, частями 1, 3 ст. 4.1, ст. 4.5, частью 1 статьи 14.3, 23.48, 29.7, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

постановил:

1. Признать: **Индивидуальный предприниматель** <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить: **Индивидуальный предприниматель** <...> наказание в виде административного штрафа в минимальном размере 4 000 (Четыре тысячи) рублей.

Штраф перечислить:

Получатель: УФК по Архангельской области и Ненецкому автономному округу (Архангельское УФАС России)

ИНН 2901061919

КПП 290101001

р/сч 40101810500000010003

БИК 041117001

КБК 16111601141010003140

ОКТМО 11701000

УИН <...>

Назначение платежа: штраф по делу № 029/04/14.3-1143/2020.

Согласно ч. 3 ст. 30.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении, связанном с осуществлением предпринимательской или иной

экономической деятельности юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством.

В силу ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ, жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с 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. 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случаев, предусмотренных частями 1.1, 1.3, 1.3-1 и 1.4 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

В соответствии с ч. 5 ст. 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах по истечении срока, указанного в части 1, 1.1 или 1.4 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток, а в случаях, предусмотренных частями 1.1 и 1.4 настоящей статьи, в течение одних суток судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, не составляется в

случае, указанном в примечании 1 к статье 20.25 настоящего Кодекса.

В соответствии со ст. 25.2 КоАП РФ, потерпевший вправе обжаловать постановление по данному делу.

Рекомендуем ИП <...> представить в Архангельское УФАС России копию документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа (тел./факс: (8182) 21-54-45).

Заместитель руководителя

Архангельского УФАС России <...>