

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу №072/04/14.3-285/2020

об административном правонарушении

19.08.2020г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №072/04/14.3-285/2020, возбужденного в отношении ООО СЗК «Инфосвязь» (адрес местонахождения: 192012, г. Санкт-Петербург, проспект Обуховской обороны, д.271, литер А, офис 1001, ОГРН 1089847160633, ИНН 7811404769, КПП 781101001, дата регистрации: 18.04.2008г.),

в отсутствие законного представителя ООО СЗК «Инфосвязь», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении (о чем свидетельствует почтовое уведомление №80084350531922), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены в протоколе об административном правонарушении №072/04/14.3-285/2020 от 08.07.2020г.,

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе №072/05/18-3/2020 от 17.04.2020г. признана ненадлежащей реклама, содержащаяся в смс-сообщении, поступившем 26.11.2019 г. в 20:12, 20:14 на абонентский номер <...> от абонента «Saluti tmn» через SMS-центр +79043490004 следующего содержания: «http://salutytmn.ru/?mode=product&product_id=2884816», поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

08.07.2020г. специалистом Тюменского УФАС России в отношении ООО СЗК «Инфосвязь» был составлен протокол об административном правонарушении №072/04/14.3-285/2020.

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О

рекламе» (далее – Закон о рекламе), реклама - это 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. Объект рекламирования – товар, средство его индивидуализации, 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.

Из материалов дела следует, что 26.11.2019 г. в 20:12, 20:14 ООО СЗК «Инфосвязь», без согласия абонента <...>., на принадлежащий ему абонентский номер <...> <...>, направило сообщение следующего содержания: «http://salutytmn.ru/?mode=product&product_id=2884816».

Указанная информация является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, где объектом рекламирования является продукция и услуги, предоставляемые в магазине «Салюты Тюмени».

В данном случае 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.

Согласно статье 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. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

При этом законодательно установленное определение распространителя рекламы в зависимости от обязательной осведомленности им относительно ее содержания не поставлено.

По смыслу приведенной нормы права, при разрешении вопроса относительно признания лица распространителем рекламы необходимо исходить из наличия у такого лица возможности либо непосредственно ознакомиться с содержанием распространяемой рекламы, либо предполагать, что ее распространение станет возможным посредством его действий.

Кроме того, Законом о рекламе не оговорено количество рекламораспространителей, могущих принимать участие в распространении определенной рекламы.

Таким образом, количество рекламораспространителей, участвовавших в рекламной sms-рассылке определяется не только набором и отправкой сообщения конечным лицом, но и фактически созданными и/или предоставленными возможностями для распространения рекламы иными лицами, которые осуществляют набор и отправку сообщений.

Рассматриваемая реклама была направлена ООО Северо-Западная компания «Инфосвязь» в соответствии с Договором № 228/SMS-BULK от 01.06.2015г. (далее – Договор), заключенным между ООО «Т2 Мобайл» (ИСПОЛНИТЕЛЬ) и ООО Северо-Западная компания «Инфосвязь» (далее – Заказчик), по которому Исполнитель предоставляет Заказчику услуги доступа к Сервису SMSC.RU для самостоятельной отправки Сообщений из личного кабинета, а также для интеграции сервисов Заказчика для отправки и приема Сообщений через API .

Согласно п.3.2.8. Договора Заказчик обязуется инициировать смс-рассылки с соответствующим сервисом только в отношении тех абонентов Исполнителей, которые выразили ООО СЗК «Инфосвязь» или его клиентам свое согласие на получение такого сервиса, путем совершения действий, однозначно идентифицирующих таких абонентов и позволяющих достоверно установить их волеизъявление.

Согласно п. 3.2.16 Заказчик гарантирует, что направляемые в рамках SMS-рассылки абонентам сервисы соответствуют требованиям Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», Заказчиком или Клиентом заказчика получено согласие Абонентов, способами, позволяющими однозначно идентифицировать таких Абонентов и достоверно установить их волеизъявление на получение Сервисов.

Согласно пунктам 6.1, 6.2, 6.4 Договора от 01.06.2015г. всю ответственность за содержание, достоверность и происхождение сервисов в SMS-MT-сообщениях несет ООО СЗК «Инфосвязь», включая установление лица, в интересах которого осуществляется смс-рассылка. ООО СЗК «Инфосвязь» несет ответственность за несоответствие содержания сервисов требованиям законодательства Российской Федерации, в том числе Федеральному закону от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»

Исходя из анализа упомянутых положений Договора № 228/SMS-BULK от 01.06.2015г., представляется возможным сделать вывод о том, что распространение SMS-сообщений осуществляется путем их передачи от ООО СЗК «Инфосвязь» к ООО «Т2 Мобайл», который осуществляет передачу таких сообщений Абонентам.

Проанализировав последовательность договорных отношений между ООО «Т2 Мобайл» и ООО «СЗК «Инфосвязь», прослеживаются взаимосвязанные действия рекламораспространителей и непосредственное участие ООО СЗК «Инфосвязь» в распространении смс-сообщения, содержащего рекламу.

Отсутствие ООО СЗК «Инфосвязь» в цепочке рекламораспространителей привело бы к невозможности доставки спорного смс-сообщения абоненту.

Исходя из заключенных соглашений Общество осуществляло фактическое доведение сведений об услугах до абонента, то есть являлось рекламодателем. Анализ договорных отношений позволяет сделать вывод о том, что все действия сторон соглашений были направлены на рассылку SMS-сообщений. При этом все Общества были осведомлены относительно целей использования их услуг, в том числе о возможности распространения рекламы. Указание в каждом последующем договоре на обязанность заказчика получить согласие абонента на получение SMS-сообщений не освобождает исполнителя от совершения аналогичных действий.

Согласно п. 1 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003г. № 126-ФЗ «О связи» (далее - Закон о связи), абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Согласно п. 12 ст. 2 Закона о Связи, оператор связи - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги связи на основании соответствующей лицензии.

В соответствии с п. 22.1 ст. 2 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи - автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

Поскольку Закон о Связи не содержит исключений из информации, которая может распространяться с помощью рассылки, указанное понятие рассылки включает в себя, в том числе рассылку сообщений рекламного характера.

Согласно п. 16 ст. 2 Закона о Связи, пользователь услугами связи - лицо, заказывающее и (или) использующее услуги связи.

Согласно п. 32 ст. 2 Закона о Связи, услуга связи - деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи или почтовых отправлений.

Статья 44.1 Закона о связи устанавливает порядок осуществления рассылки.

Соответственно, при осуществлении рассылок по сетям электросвязи сообщений рекламного характера с "коротких" и "буквенных" номеров, а также автоматических рассылок должны соблюдаться требования статьи 44.1 Закона о Связи.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его

инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

В соответствии с данной нормой согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования)

В соответствии с ч. 2 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи.

Данная норма, закрепляет положение, согласно которому оператор связи абонента, которому предназначена рассылка, выполняет не только функции доставки сообщения, но также обеспечивает направление сообщения в сеть электросвязи, соответственно имеет правовую и техническую возможность оценить содержание сообщения, в том числе наличие у сообщения рекламного характера, и проверить у заказчика рассылки наличие согласия абонента на получение такой рассылки.

В силу ч. 3 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи, осуществляемая с нарушением требований настоящего Федерального закона, является незаконной, за исключением рассылки сообщений в целях информирования абонента в связи с перенесением абонентского номера, иных сообщений, которую оператор связи обязан осуществлять в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также рассылки сообщений по инициативе федеральных органов исполнительной власти, органов государственных внебюджетных фондов, исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций и других органов местного самоуправления, осуществляющих исполнительно-распорядительные полномочия в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В соответствии с ч. 6 ст. 45 Закона о Связи, абонент вправе обратиться к оператору подвижной радиотелефонной связи с требованием о прекращении передачи на его пользовательское оборудование (оконечное оборудование) коротких текстовых сообщений с указанием абонентского номера или уникального кода идентификации, которые содержатся в таких сообщениях и от получения которых абонент отказывается, за исключением сообщений, передача которых осуществляется оператором подвижной радиотелефонной связи в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Оператор подвижной радиотелефонной связи без взимания платы с абонента обязан прекратить рассылку по сети подвижной радиотелефонной связи на пользовательское оборудование (оконечное оборудование) абонента с абонентского номера или уникального кода идентификации, указанных в обращении абонента.

В силу ч. 1 ст. 46 Закона о Связи, оператор связи обязан прекратить оказание услуг связи по пропуску по своей сети трафика, содержащего осуществляемую с нарушением требований настоящего Федерального закона рассылку.

Пунктом 1 статьи 18 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

Из анализа указанного договора № 228/SMS-BULK от 01.06.2015г. и законодательства Российской Федерации следует, что ООО СЗК «Инфосвязь» участвовало в передаче рассматриваемого SMS-сообщения рекламного характера, а следовательно, является рекламодателем и обязано при оказании услуг по рассылке SMS-сообщений пользователям, иметь согласие пользователей на получении SMS-рассылки, оформленное документально, т.е. письменное согласие.

На основании изложенного, у ООО СЗК «Инфосвязь» имелась обязанность предварительно удостовериться в наличии согласия Абонента на получение смс-сообщений, содержащих рекламную информацию.

Вместе с тем, у ООО СЗК «Инфосвязь» отсутствуют письменное согласие абонента <...> на получение рекламы посредством направления SMS-сообщений.

В своих письменных пояснениях (вх.№8212 от 13.08.2020г.) ООО СЗК «Инфосвязь» с вменяемым правонарушением не согласно.

По мнению Общества, ООО «СЗК «Инфосвязь» не является рекламодателем спорного смс-сообщения, поскольку оказывает услуги на основании Договора оказания услуг №8600/18-ЛК8 от 21.06.2018г. по предоставлению доступа к программно-аппаратному комплексу, а ООО «Некст» самостоятельно выбирает объем, содержание (состав) и виды услуг, которыми пользуется, самостоятельно создает текст СМС-сообщения и осуществляет рассылку.

Пунктом 3.2.3 Договора установлена обязанность Заказчика (ООО «Некст») получить от Абонента, на телефон которого планируется отправка сообщения, согласия на получение таких сообщений.

Указанный довод не может быть принят во внимание в силу того, что Общество осознавало тот факт, что предоставляемые им услуги связи будут использоваться в целях распространения рекламы.

Таким образом, отсутствие у Общества возможности ознакомиться с содержанием передаваемых сообщений не имеет правового значения, поскольку оно было осведомлено о целях использования предоставляемых им услуг, в том числе распространения рекламы.

Наложение ООО СЗК «Инфосвязь» обязанности в получении надлежащим образом оформленных согласий Абонента на ООО «Некст», не снимает с самого Общества обязанности исполнения договорных обязательств перед ООО «Т2Мобайл» в части соблюдения законодательства РФ, а значит и получения указанного согласия абонента. Таким образом, ООО «СЗК «Инфосвязь» обязано иметь соответствующее согласие пользователя как в силу закона (ч. 1 статьи 18 Закона о рекламе), так и исходя из принятых при заключении Договора № 228/SMS-BULK от 01.06.2015г. обязательствах перед ООО «Т2Мобайл». Однако, доказательств получения предварительного согласия абонента <...> на получение sms-сообщения, содержащего рекламу, в материалы дела ООО СЗК «Инфосвязь» не представлено.

Согласно ст.309 Гражданского кодекса Российской Федерации обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований – в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

Согласно части 3 статьи 401 «Гражданского кодекса Российской Федерации» (часть первая) если иное не предусмотрено законом или договором, лицо, не исполнившее или ненадлежащим образом исполнившее обязательство при осуществлении предпринимательской деятельности, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств. К таким обстоятельствам не относятся, в частности, нарушение обязанностей со стороны контрагентов должника, отсутствие на рынке нужных для исполнения товаров, отсутствие у должника необходимых денежных средств.

На основании изложенного, у ООО СЗК «Инфосвязь» имелась обязанность предварительно удостовериться в наличии согласия Абонентов на получение смс-сообщений, содержащих рекламную информацию.

Кроме того, по мнению Общества, <...>, при регистрации на сайте http://salutymn.ru/?mode=product&product_id=2884816 (регистрация осуществляется в случае заказа товара), поставил галочку о согласии с условиями Оферты, размещенной на сайте. В оферте изложены условия на обработку персональных данных, в которых указано, что пользователь выражает свое согласие на получение информационных сообщений, включая рекламу. Заказ на сайте интернет-магазина может быть сделан только путем присоединения к Оферте и не иначе. Таким образом, по мнению Общества, согласие Абонента на получение рекламных смс-сообщений было получено.

Вместе с тем, данный довод не может быть принят во внимание, поскольку, сведения о том, что соглашаясь на обработку персональных данных пользователь тем самым дает согласие на получение рекламных сообщений в любое время содержится в Пользовательском соглашении, которое как правило потребитель не просматривает. При оформлении заказа покупатель заполняет соответствующую форму и оставляет свои данные, а также дает согласие на обработку персональных данных, проставляя галочку в соответствующем поле.

Отметка-согласие на обработку персональных данных, не является надлежащим

согласием адресата на получение рекламы.

Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума ВАС Российской Федерации от 08.10.2012 N 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 рекламодателя. Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

При этом, 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 или согласием на обработку персональных данных.

Предоставленное рекламодателю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны рекламодателей, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности, что недопустимо в контексте ч. 2 ст. 10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Таким образом, сам по себе факт указания своих данных на сайте не является свидетельством надлежащего согласия гражданина на получение рекламных сообщений. Кроме того, из существа правоотношений следует, что указание своих данных на сайте интернет-магазина осуществлено лицом с целью покупки фейерверков, вместе с тем техническая возможность (специально выделенная графа) для дачи клиентом согласия на рассылку ему информационно-рекламных сообщений отсутствует; клиенту интернет-магазина не предоставлена реальная возможность отдельно выразить свое согласие/несогласие на доведение рекламной информации.

Проставляя галочку, клиент дает согласие только на обработку персональных данных. Вместе с тем, согласие клиента презюмируется вследствие проставления данной галочки в согласии на обработку персональных данных.

Следовательно, при оформлении заказа на покупку товара фактически подменяется право клиента на получение рекламы (и свою обязанность получения согласия от абонента) на его обязанность получения рекламы (и свое право на

распространение рекламы), что не может служить надлежащим полученным согласием абонента на получение рекламы.

В соответствии с п. 1 ст. 428 ГК РФ договором присоединения признается договор, условия которого определены одной из сторон в формулярах или иных стандартных формах и могли быть приняты другой стороной не иначе как путем присоединения к предложенному договору в целом.

Договор купли-продажи в интернет-магазине является договором присоединения, у физического лица отсутствует возможность выразить волеизъявление на получение/неполучение рекламной информации. Предоставление рекламы в указанном случае является формой навязывания информации, на получение которой абонент не согласен.

Для признания надлежащим факта получения рекламодателем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть явно выраженное желание абонента либо адресата на ее получение, в том числе, посредством отметки соответствующего надлежащим образом оформленного пункта.

Документы, подтверждающие наличие согласия со стороны <...> на получение спорной рекламы ООО СЗК «Инфосвязь» не представлены, следовательно, общество осуществляло рассылку SMS-сообщений без согласия абонента.

Таким образом, антимонопольным органом установлено, что ООО СЗК «Инфосвязь» при должной внимательности и осмотрительности при распространении рекламы могло предвидеть последствия – возможность нарушения законодательства о рекламе, имело возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняло всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Таким образом, ООО СЗК «Инфосвязь», распространяя вышеуказанную рекламу, без предварительного согласия потребителя на получение рекламы, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

Субъектом административного правонарушения по делу №072/04/14.3-285/2020 выступает – ООО СЗК «Инфосвязь» (адрес местонахождения: 192012, г. Санкт-Петербург, проспект Обуховской обороны, д.271, литер А, офис 1001, ОГРН 1089847160633, ИНН 7811404769, КПП 781101001, дата регистрации: 18.04.2008г.).

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела, – 26.11.2019 г.

Дело об административном правонарушении №072/04/14.3-285/2020 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО СЗК «Инфосвязь» правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Совершенное ООО СЗК «Инфосвязь» правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку 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 обладающими специальными познаниями.

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

Учитывая характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, можно сделать вывод о том, что совершенное ООО СЗК «Инфосвязь» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Вместе с тем, Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных

предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ООО СЗК «Инфосвязь» относится к категории малое предприятие и внесено в реестр 01.08.2016г.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В Тюменском УФАС России отсутствует информация о привлечении ООО СЗК «Инфосвязь» к административной ответственности ранее, ООО СЗК «Инфосвязь» впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание ООО СЗК «Инфосвязь» в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО СЗК «Инфосвязь» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить ООО СЗК «Инфосвязь» (адрес

местонахождения: 192012, г. Санкт-Петербург, проспект Обуховской обороны, д.271, литер А, офис 1001, ОГРН 1089847160633, ИНН 7811404769, КПП 781101001, дата регистрации: 18.04.2008г.) официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Заместитель

руководителя управления <...>