

<...>, рассмотрев протокол № 043/04/14.3-1000/2021 от 14.12.2021, составленный <...> в отношении физического лица – <...> (дата и место рождения: <...>г.р., г. <...>; адрес регистрации: <...>; паспорт гражданина РФ: серия <...> № <...>, выдан <...>, код подразделения: <...>), в связи с нарушением части 1, части 2 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/18-687/2021 (резюлютивная часть решения оглашена 20 октября 2021 года; в полном объеме решение изготовлено 29 октября 2021 года) признана ненадлежащей реклама: *«Для вас банк отменяет плату за обслуживание расчетного счета, оставайтесь на линии 5 секунд и узнайте подробности. Добрый день <...> Меня зовут <...>, для вас информация от банка ВТБ. Могу озвучить предложение для вас? <...> Частным лицам? Вы предпринимательскую деятельность не ведете на сегодняшний день, на данный момент? Не пользуетесь расчетным счетом? <...> Ну, мы работаем, видите, по договору с банком ВТБ для привлечения новых клиентов, обзваниваем предпринимателей, да, юридических лиц. И на выгодных условиях предоставляется обслуживание по расчетному счету. А звоним, чтобы пригласить на консультацию в отделение банка. <...> Но так как, да, так как вам не актуально, я тогда прошу прощения за беспокойство. Всего вам доброго, до свидания»*, распространенная 10.06.2021 в 10:30 по сетям электросвязи посредством телефонного звонка, осуществленного с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания), на абонентский номер физического лица <...> с абонентского номера <...> в отсутствие согласия абонента на её получение, поскольку она противоречит требованиям части 1, части 2 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Решением установлено, что <...>, являясь лицом, распространившим ненадлежащую рекламу, является рекламораспространителем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1, частью 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило заявление физического лица от 10.06.2021 (вх. № 3694 от 10.06.2021) по вопросу нарушения, по мнению заявителя, законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту получения 10.06.2021 в 10:30 по сетям электросвязи посредством телефонного звонка информации следующего содержания: *«Для вас банк отменяет плату за обслуживание расчетного счета, оставайтесь на линии 5 секунд и узнайте подробности. Добрый день.<...> Меня зовут <...>, для вас информация от банка ВТБ. Могу озвучить*

предложение для вас? <...> Частным лицам? Вы предпринимательскую деятельность не ведете на сегодняшний день, на данный момент? Не пользуетесь расчетным счетом? <...> Ну, мы работаем, видите, по договору с банком ВТБ для привлечения новых клиентов, обзваниваем предпринимателей, да, юридических лиц. И на выгодных условиях предоставляется обслуживание по расчетному счету. А звоним, чтобы пригласить на консультацию в отделение банка. <...> Но так как, да, так как вам не актуально, я тогда прошу прощения за беспокойство. Всего вам доброго, до свидания» на абонентский номер физического лица <...> с абонентского номера <...> в отсутствие согласия абонента на ее получение.

В соответствии с положениями, установленными пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Объектом рекламирования в силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», могут являться товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Информация: *«Для вас банк отменяет плату за обслуживание расчетного счета, оставайтесь на линии 5 секунд и узнайте подробности. Добрый день.<...> Меня зовут <...>, для вас информация от банка ВТБ. Могу озвучить предложение для вас? <...> Частным лицам? Вы предпринимательскую деятельность не ведете на сегодняшний день, на данный момент? Не пользуетесь расчетным счетом? <...> Ну, мы работаем, видите, по договору с банком ВТБ для привлечения новых клиентов, обзваниваем предпринимателей, да, юридических лиц. И на выгодных условиях предоставляется обслуживание по расчетному счету. А звоним, чтобы пригласить на консультацию в отделение банка. <...> Но так как, да, так как вам не актуально, я тогда прошу прощения за беспокойство. Всего вам доброго, до свидания»* является рекламой, поскольку содержит все юридически значимые признаки рекламы, а именно:

- распространена по сетям электросвязи (посредством телефонного звонка);
- адресована неопределенному кругу лиц, то есть тем лицам, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по вопросу реализации объекта рекламирования (неперсонифицированный характер телефонного звонка);
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, который был определен, как услуги, оказываемые Банком «ВТБ». Привлечение потребителя к объекту рекламирования осуществляется за счет выгодного предложения – отмене платы за обслуживание расчетного счета.

Таким образом, установлено, что рассматриваемая информация является рекламой в соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе»

распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Абонентом в данном деле является физическое лицо, так как на его абонентский номер <...> поступил звонок, содержащий спорную рекламу.

Из информации, представленной оператором связи, установлено, что абонентский номер <...>, с которого 10.06.2021 в 10:30 на абонентский номер физического лица <...> по сетям электросвязи (посредством телефонного звонка) была распространена спорная реклама, выделен ИП <...> В свою очередь, исходя из документов, представленных ИП <...> письмом б/д б/н (вх. № 5329 от 19.08.2021) следует, что абонентский номер <...> передан в пользование <...> на основании договора от 03.11.2020 № 22 и соглашения от 03.11.2020.

Из пункта 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что 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 Федеральный 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 рекламораспространителя. Вместе с тем согласие абонента 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».

При рассмотрении дела установлено, что 10.06.2021 в 10:30 на абонентский номер физического лица <...> поступил звонок с номера <...>, что подтверждается информацией, представленной оператором связи. Звонок, поступивший на абонентский номер <...> с номера <...>, содержал информацию: «Для вас банк отменяет плату за обслуживание расчетного счета, оставайтесь на линии 5 секунд и узнайте подробности. Добрый день.<...> Меня зовут<...>, для вас информация от банка ВТБ. Могу озвучить предложение для вас? <...> Частным лицам? Вы предпринимательскую деятельность не ведете на сегодняшний день, на данный момент? Не пользуетесь расчетным счетом? <...> Ну, мы работаем, видите, по договору с банком ВТБ для привлечения новых клиентов, обзваниваем предпринимателей, да, юридических лиц. И на выгодных условиях предоставляется обслуживание по расчетному счету. А звоним, чтобы пригласить на консультацию в

отделение банка. <...> Но так как, да, так как вам не актуально, я тогда прошу прощения за беспокойство. Всего вам доброго, до свидания», что подтверждается аудиозаписью звонка, приложенной физическим лицом к заявлению.

Оператором связи была представлена копия договора, подтверждающая факт договорных отношений между физическим лицом, как абонентом по номеру <...>, и оператором связи.

Согласно пояснениям физического лица, согласие на получение спорной рекламной информации по сетям электросвязи им не давалось.

Проанализировав представленные документы и сведения, сделан вывод о том, что ввиду отсутствия согласия абонента на получение рекламной информации, спорная реклама распространялась с нарушением части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 2 статьи 18 Федерального закона «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).

В соответствии с письмом ФАС России от 26.12.2019 № ДФ/114009/19 «О применении части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» частью 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» установлен запрет на использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки).

То есть, для целей выявления нарушения требования 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» антимонопольным органам необходимо установить факт того, что:

- в ходе осуществления звонка абоненту или направления ему сообщения использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозвонивание и автоматическая рассылка);
- осуществление такого звонка абоненту или направление ему такого сообщения осуществлялось для распространения рекламы.

Вместе с тем для целей реализации ФАС России возложенных на него полномочий антимонопольный орган должен обладать документами и доказательствами, необходимыми для принятия обоснованного решения.

Так, запись телефонного разговора, предоставленная абонентом антимонопольному органу, содержащая в начале такого разговора воспроизведенный абоненту заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность звуков и/или речь человека (автоматизированная запись), 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).

Такие обстоятельства могут рассматриваться антимонопольными органами как

нарушение рекламодателем требований части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе».

Из содержания записи телефонного разговора, произведенной 10.06.2021 в 10:30 между номерами <...> и <...> следует, что в ходе осуществления данного звонка абоненту использовались средства выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматическое дозванивание), поскольку предоставленный аудиофайл содержит заранее записанный аудиофрагмент, представляющий собой последовательность речи человека. Данный вывод подтверждается тем, что после воспроизведения рекламной информации следует предложение остаться на линии в течение 5 секунд для того, чтобы узнать подробности рекламного предложения (*<...> оставайтесь на линии 5 секунд и узнайте подробности <...>*).

В данном случае, когда абонент отвечал на входящий вызов, ему транслировалась запись голоса, содержащая текст рекламного сообщения, после чего предлагалось остаться на линии в течение 5 секунд для получения подробной информации. После окончания воспроизведения аудиозаписи абонент по номеру <...> был переключен на оператора, что подтверждается записью телефонного звонка, приложенного заявителем к обращению.

На основании вышеизложенного установлено, что телефонный звонок, осуществленный 10.06.2021 в 10:30 с абонентского номера <...> на абонентский номер физического лица <...> и содержащий спорную рекламу был осуществлен с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозванивания), что является нарушением части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе». Доказательств иного в материалы дела не представлено.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований частей 1, 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Исходя из документов, представленных в материалы дела № 043/05/18-687/2021 следует, что между ПАО «ВТБ» и ИП <...> заключен договор от 21.12.2020 № 2020/12/2771/476000-1 возмездного оказания услуг (далее – договор от 21.12.2020).

Согласно пункту 1.1. договора от 21.12.2020 Исполнитель (ИП <...>) оказывает Заказчику (ПАО «ВТБ») услуги по поиску потенциальных клиентов (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, а также иных лиц, занимающихся в установленном действующим законодательством порядке частной практикой), заинтересованных в заключении комплексных договоров банковского обслуживания и открытии счета у Заказчика.

В соответствии с пунктом 5.1. договора от 21.12.2020 настоящий договор вступает в силу с даты его подписания сторонами и действует до полного исполнения сторонами своих обязательств по настоящему договору. Срок оказания услуг 36 (тридцать шесть) месяцев с даты подписания сторонами настоящего договора.

Факт исполнения договора от 21.12.2020 подтверждается Приложением № 2 к договору от 21.12.2020 (акт оказанных услуг).

В свою очередь, между ИП <...> и <...> заключен договор от 03.11.2020 № 22.

Согласно пункту 1.1. договора от 03.11.2020 № 22 Исполнитель (<...>) оказывает Заказчику (ИП <...>) услуги в форме консультаций третьих лиц (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, физических лиц), заинтересованных в заключении комплексных договоров банковского обслуживания и открытии счетов в кредитных организациях.

В соответствии с пунктом 2.2.3. договора от 03.11.2020 № 22 в целях оказания услуг по настоящему договору Заказчик обязуется предоставить в пользование Исполнителю абонентский номер, о чем заключается соответствующее соглашение.

В соответствии с пунктом 7.1 договора от 03.11.2020 № 22 настоящий договор вступает в силу с момента его подписания обеими сторонами.

В соответствии с пунктом 7.2. договора от 03.11.2020 № 22 настоящий договор может быть изменен или прекращен по письменному соглашению сторон, а также в других случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации и настоящим договором.

В материалах дела отсутствуют документы, свидетельствующие об изменении или прекращении действия договора.

Факт исполнения договора от 03.11.2020 подтверждается чеком от 30.06.2021 № 2009uztidi.

В рамках договора от 03.11.2020 № 22 между ИП <...> и <...> заключено соглашение от 03.11.2020.

Согласно пункту 1 соглашения от 03.11.2020 во исполнение пункта 2.2.3 договора от 03.11.2020 № 22 Заказчик предоставляет Исполнителю в пользование абонентский номер <...>.

Кроме того, согласно пункту 6 Исполнитель предупрежден, что согласно статье 18 Федерального закона «О рекламе» распространение рекламы посредством использования телефонной связи, без предварительного согласия абонента или адресата, не допускается.

На основании вышеизложенного, установлено, что на дату распространения по сетям электросвязи спорной рекламы (10.06.2021) на абонентский номер физического лица <...> абонентский номер <...>, с которого была распространена спорная реклама был передан в пользование <...>.

Соответственно, <...> является рекламораспространителем спорной рекламы по сетям электросвязи на абонентский номер физического лица <...> с абонентского номера <...>.

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 043/05/18-687/2021.

В соответствии со ст. 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.

Согласно ч. 1 ст. 1.4 КоАП РФ физические лица подлежат административной ответственности независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

Следовательно, <...> (<...> г.р.), которая распространила ненадлежащую рекламу по сетям электросвязи, является рекламодателем, и в соответствии с ч. 1 ст. 1.4, ч. 1 ст. 2.3 КоАП РФ несет административную ответственность как физическое лицо.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, 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.

Определением от 19.11.2021 в отношении <...> было возбуждено дело № 043/04/14.3-1000/2021 об административном правонарушении в соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ и начато административное расследование. Составление протокола об административном правонарушении было назначено на 14.12.2021 в 15 часов 00 минут.

В соответствии с частью 4 статьи 28.7 КоАП РФ административное расследование проводится по месту совершения или выявления административного правонарушения.

В соответствии с частью 6 статьи 28.7 КоАП РФ по окончании административного расследования составляется протокол об административном правонарушении либо выносится постановление о прекращении дела об административном правонарушении.

О дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении <...> считается уведомленной надлежащим образом надлежащим образом (в материалах дела имеется возвратный конверт с определением от 19.11.2021. Дата возврата конверта 10.12.2021).

На составление протокола, назначенное на 14.12.2021 в 15 часов 00 минут <...> не явилась, представителя не направила, ходатайств не заявляла.

14.12.2021 должностным лицом Кировского УФАС России <...> в отношении <...>

составлен протокол № 043/04/14.3-1000/2021 об административном правонарушении.

Протокол составлен в отсутствие <...>, извещенной надлежащим образом о дате, месте и времени составления протокола.

В соответствии с частью 2 статьи 29.5 КоАП РФ дело об административном правонарушении, по которому было проведено административное расследование, рассматривается по месту нахождения органа, проводившего административное расследование.

Следовательно, местом рассмотрения дела № 043/04/14.3-1000/2021 об административном правонарушении является г. Киров.

Определением от 14.12.2021 о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении № 043/04/14.3-1000/2021 рассмотрение протокола назначено на 24.01.2022 в 14 часов 00 минут.

О дате, времени и месте рассмотрения протокола № 043/04/14.3-1000/2021 об административном правонарушении <...> считается уведомленной надлежащим образом (в материалах дела имеется возвратный конверт с определением от 14.12.2021. Дата возврата конверта – 06.01.2022).

На рассмотрение протокола об административном правонарушении <...> не явилась, представителя не направила, ходатайств не заявляла.

Протокол рассмотрен в отсутствие <...>, уведомленной надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения протокола об административном правонарушении.

<...>, изучив материалы административного дела, находит вину <...> в совершении административного правонарушения установленной и доказанной.

Факт совершения правонарушения <...> подтверждается:

- решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/18-687/2021 (резольютивная часть решения оглашена 20.10.2021; в полном объеме решение изготовлено 29.10.2021);

- материалами административного дела № 043/04/14.3-1000/2021;

- протоколом об административном правонарушении № 043/04/14.3-1000/2021 от 14.12.2021 г.

Оценивая собранные по делу доказательства, <...> находит, что действия <...> правильно квалифицированы по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

Событием является установленный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выразившийся в распространении 10.06.2021 в 10:30 по

сетям электросвязи с абонентского номера <...> на абонентский номер физического лица <...> рекламной информации следующего содержания: «Для вас банк отменяет плату за обслуживание расчетного счета, оставайтесь на линии 5 секунд и узнайте подробности. Добрый день.<...> Меня зовут<...>, для вас информация от банка ВТБ. Могу озвучить предложение для вас? <...> Частным лицам? Вы предпринимательскую деятельность не ведете на сегодняшний день, на данный момент? Не пользуетесь расчетным счетом? <...> Ну, мы работаем, видите, по договору с банком ВТБ для привлечения новых клиентов, обзваниваем предпринимателей, да, юридических лиц. И на выгодных условиях предоставляется обслуживание по расчетному счету. А звоним, чтобы пригласить на консультацию в отделение банка. <...> Но так как, да, так как вам не актуально, я тогда прошу прощения за беспокойство. Всего вам доброго, до свидания». Реклама была распространена посредством телефонного звонка с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания) в отсутствие согласия абонента на ее получение, что нарушает требования части 1, части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе». Ответственность за данное нарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 10.06.2021 г. (дата распространения ненадлежащей рекламы по сетям электросвязи).

Место совершения административного правонарушения: территория распространения ненадлежащей рекламы – г. Москва.

Время совершения административного правонарушения: 10.06.2021 в 10:30 (дата и время распространения ненадлежащей рекламы).

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

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по распространению 10.06.2021 в 10:30 с абонентского номера <...> на абонентский номер физического лица <...> вышеуказанной ненадлежащей рекламы по сетям электросвязи посредством телефонного звонка, осуществленного с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания) в отсутствие согласия абонента на ее получение в нарушение требований части 1, части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», что содержит состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Субъектом административного правонарушения является физическое лицо – <...> (<...> г.р.), которая распространила ненадлежащую рекламу по сетям электросвязи.

В соответствии с ч. 1 ст. 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении

которых установлена его вина.

<...> должна была предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако, его допустила, в связи с чем нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе произошло по вине <...>.

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.

В данном случае установлено, что у <...> имелась возможность для соблюдения требований рекламного законодательства (действующее законодательство Российской Федерации, в том числе Федеральный закон «О рекламе», является общедоступной информацией), но лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

<...>, как рекламораспространитель не проявила должной степени ответственности и осмотрительности, что привело к совершению ей действий по распространению ненадлежащей рекламы по сетям электросвязи.

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

Следовательно, рассматриваемое правонарушение было совершено <...> по неосторожности.

Таким образом, совершенные <...> действия по распространению 10.06.2021 в 10:30 с абонентского номера <...> на абонентский номер физического лица <...> вышеуказанной ненадлежащей рекламы по сетям электросвязи посредством телефонного звонка, осуществленного с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания) в отсутствие согласия абонента на ее получение в нарушение требований части 1, части 2 статьи 18 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих вину обстоятельств установлено: совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 18 Постановления от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», 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. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля лица, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которая выразилась в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ 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 КоАП РФ или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных ч. 2 настоящей статьи.

В соответствии с ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ 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.

Положения ст. 4.1.1 КоАП РФ распространяются на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также на юридических лиц и их работников, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, которым физическое лицо <...> не является, соответственно, основания применения к <...> меры ответственности в виде предупреждения отсутствуют.

С учетом характера совершенного административного правонарушения и его последствий, принято решение о наложении административного штрафа в размере минимального размера санкции, предусмотренной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 3, 10, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать физическое лицо – <...> (<...> г.р.) виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к физическому лицу – <...> (<...> г.р.) меру ответственности в виде штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 2 000 (двух тысяч) рублей.