

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-434/2023

об административном правонарушении

28 сентября 2023 года

г. Пенза, ул. Урицкого

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 058/04/14.3-434/2023, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя С<...> по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», вынесенному решением Пензенского УФАС России от 13.04.2022 по делу 58/05/18-374/2023, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в соответствии с <...>

УСТАНОВИЛ:

при рассмотрении поступил протокол от 13.09.2023 № 058/04/14.3-434/2023 об административном правонарушении, составленный ведущим специалистом-инспектором отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ИП, в связи с совершением нарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП

РФ) протокола об административном правонарушении от 13.09.2023 № 058/04/14.3-434/2023 и материалов дела следует.

При рассмотрении Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/18-374/2023 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ИП по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – «О рекламе»).

При рассмотрении в отношении ИП <...> реклама решением Комиссии Пензенского УФАС России от 12 мая 2023 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение административных правонарушений должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к

буждению дела об административном правонарушении, предусмотренном п. 14.3 настоящего Кодекса.

рассмотрении настоящего дела ИП <...> не присутствовал. ИП <...> 15.09.2023 представил письменные пояснения, в которых просит учесть в качестве смягчающих обстоятельств раскаяние лица и добровольное прекращение правонарушения. Также С<...> в письменных пояснениях просит заменить штраф предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 КоАП РФ. ходатайствовал об отмене постановления в его отсутствие.

т совершения ИП <...> действий по распространению ненадлежащей рекламы признан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается представленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении законодательства о рекламе № 058/05/18-374/2023 следует, что в Пензенское УФАС поступило обращение абонента ПАО «Мегафон» <...> (г. Кузнецк Пензенская обл.), направленное Федеральной антимонопольной службой (18.05.2023 вх. №1140-ЭП/23) по адресу поступления 25.04.2023 в 10:02 телефонного звонка с номера <...> на номер ее телефона <...> с рекламой компании «МТС». Заявитель согласия на получение рекламы на абонентский номер оператору связи или иным лицам не давал. По мнению заявителя, указанные действия по распространению рекламы являются нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе. Заявителем представлена запись телефонного разговора.

ответственности с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный номер <...> принадлежат оператору ПАО «Мегафон».

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

установления рекламодателем Пензенским УФАС России направлен запрос ПАО «Мегафон» (исх. от 09.06.2023 № ЕД/1585/23) и ПАО «МТС» (исх. от 09.06.2023 № 586/23).

Пензенского УФАС России 16.06.2023 поступил ответ ПАО «Мегафон», согласно которому установлено следующее.

абонентский номер <...> выделен <...> по договору оказания услуг связи (договор приложен к материалам дела).

представлена детализация звонков на абонентский номер <...> за 25.04.2023, согласно которой 25.04.2023 в 10:02:26 осуществлен звонок с телефонного номера <...>

согласно информации, представленной ПАО «МТС» (оператор) абонентский номер <...> выделен индивидуальному предпринимателю <...> на основании договора об оказании услуг связи № <...> от 10.11.2022.

Пензенским УФАС России определением от 28.06.2023 по факту распространения указанной рекламы возбуждено дело № 058/05/18-374/2023 по признакам нарушения п. 1 статьи 18 «О рекламе» в отношении ИП <...> Рассмотрение дела назначено на 15.09.2023.

2023 (вх. №2101-ЭП/23) ИП <...> представил в адрес Пензенского УФАС России письменные пояснения из которых следует, что ИП Светлаков Е.В. на основании заключенного с ПАО «МТС» договора от 17.02.2020 № <...> совершает по поручению оператора связи юридические и иные действия по расширению абонентской базы на территории деятельности оператора путем проведения телефонных переговоров с потенциальными и действующими абонентами. Услуги оказываются на основании заявок рекламодателя, по мере необходимости получения описанных выше услуг. Реклама распространяется на всей территории Российской Федерации в зоне фактического охвата заказчика.

Как в пояснениях ИП <...> сообщил, что при осуществлении звонка перед озвучиванием информации оператором задается абоненту вопрос о согласии прослушать информацию рекламного характера. В случае отсутствия утвердительного ответа от абонента, рекламная информация не озвучивается.

Из представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу:

Абонентский номер заявителя <...> в сети оператора услуг связи ПАО «Мегафон» получил телефонный звонок с рекламой следующего содержания:

Голосник компании: Можете говорить, буквально пару минут, хорошо?

Здравствуйте. Реклама? Рекламу рекламируете?

Голосник компании: Сейчас в компании МТС появились уникальные предложения по тарифу домашнего интернета. Это бесплатный месяц и выгода до 50%, даже бесплатная мобильная связь. Давайте посмотрим какие интересные предложения доступны по вашему адресу...».

Из поступления, указанного звонка подтверждается детализацией предоставленных материалов за 25.04.2023, представленной в материалы дела оператором Заявителя – ПАО «Мегафон».

Из материалы дела представлена аудиозапись указанного телефонного звонка, содержание которого показывает, что лицо, осуществившее звонок с телефонного номера принадлежащего ИП <...>., озвучивает информацию о привлечении внимания к оказанию услуг компанией «МТС» (сейчас в компании МТС появились уникальные предложения по тарифу домашнего интернета. Это бесплатный месяц и выгода до 50%, даже бесплатная мобильная связь), формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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

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

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется определенным абонентам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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

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

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

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

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

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

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к услугам компании «МТС» (сейчас в компании МТС появились уникальные предложения по тарифу домашнего интернета. Это бесплатный месяц и выгода до 50%, даже бесплатная мобильная связь), с целью формирования и поддержания интереса к ним и их продвижению.

Вопреки тому, что по себе текст телефонного звонка не содержит сведений, позволяющих говорить о персональной направленности спорного телефонного звонка.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является товар, услуга, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе

этивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), привлечение внимания к которым направлена реклама.

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

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

Самораспространитель, осуществляя телефонный звонок, определенному абоненту, с целью довести до него информацию исключительно рекламного характера, а не какую-либо иную (справочную, личную и т.д.).

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

В соответствии с частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространённой без предварительного согласия абонента или адресата, если самораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Самораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Судья Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Пленума ВАС от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал следующее: «Согласно части 1 статьи 18 Закона «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или факса поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако Закон о рекламе не устанавливает порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть получено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения его изъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды, курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы».

Таким образом, данное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие абонента должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность устанавливать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

В письменных пояснениях ИП <...> сообщил, что при осуществлении звонка перед передачей информации оператором задается абоненту вопрос о согласии прослушать

информацию рекламного характера. В случае отсутствия утвердительного ответа от абонента, рекламная информация не озвучивается.

Также представленная Заявителем запись телефонного разговора опровергает данный довод, так как из его содержания не следует, что оператором был задан вопрос о желании абонента прослушать рекламную информацию. Доказательств обратного материалы дела не содержат.

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

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

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

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

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

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

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

С целью особого законодательного регулирования распространения рекламы одним из способов связи (телефонное соединение), постановка такого регулирования в прямую зависимость от субъекта, непосредственно инициирующего взаимодействие с оператором связи (рекламодателем или абонентом), свидетельствует о вышеуказанной цели регулирования части 1 статьи 18 Закона о рекламе – недопустимости совершения самого телефонного звонка, призванного привлечь внимание к объекту рекламирования.

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

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

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

Таким образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить абонентов от назойливых звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, а не только от случайного прослушивания рекламной информации после выражения отказа.

Более того, распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (фонного звонка) предполагает со стороны рекламодателя определение абонентов, которым должен быть совершен телефонный звонок.

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

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

Согласно пункту 1 статьи 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – 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.

Более того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламодатель не получил предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Инициатором звонка с предложением услуг компании «МТС» на номер Заявителя без его предварительного согласия является ИП <...> что подтверждается принадлежностью фонного номера <...> (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 отправителя <...>, в Пензенском УФАС России заявления и документы о получении отправителем согласия абонента <...> на распространение ему рекламы по сетям электросвязи отсутствуют, распространение данной рекламы противоречит требованиям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

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

в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Недлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение статьи 18 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38 Федерального закона несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

в соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

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

Таким образом, распространение 25.04.2023 в 10:02:26 посредством телефонного звонка, рекламы товаров и услуг на номер телефона <...>, поступившего с номера <...> с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащим.

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

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение законодательства о рекламе, рекламопроизводителем и рекламодателем, за исключением случаев, предусмотренных частями 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 трех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

Место совершения административного правонарушения является место жительства ИП <...> - г. Кузнецк Пензенская область.

Дата совершения административного правонарушения: 25.04.2023 в 10:02:26 (дата осуществления телефонного звонка).

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

Согласно статье 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в

и с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

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

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

Согласно части 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, состояние здоровья, смягчающие административную ответственность и отягчающие административную ответственность.

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

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

Смягчающими административную ответственность, являются:

1. Отсутствие лица, совершившего административное правонарушение,

2. Добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

Согласно статье 4.3 КоАП РФ к числу обстоятельств, смягчающих административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

Согласно статье 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

В информационной базе платформы «Дело» (ЕИАС-Дело) по состоянию на 09.02.2023 года присутствуют сведения о привлечении ИП <...> к административной ответственности за совершение однородного административного правонарушения (статья 14.3 КоАП РФ), в частности:

ло № 034/04/14.3-1486/2022 Волгоградское УФАС России – дата постановления 1.2023 года (вступило в силу 15.02.2023);

ло № 074/04/14.3-3532/2023 Челябинское УФАС России – дата постановления 3.2023 года (вступило в силу 28.03.2023);

ло № 034/04/14.3-1311/2022 Волгоградское УФАС России – дата постановления 2.2022 года (вступило в силу 23.01.2023);

ело № 050/04/14.3-1878/2022 Московское областное УФАС России – дата постановления 02.11.2022 года (вступило в силу 09.12.2023).

и образом, в качестве отягчающих обстоятельств учтено повторное совершение однородного административного правонарушения в период, когда считалось подвергнутым административному наказанию.

при рассмотрении настоящего административного дела сведений о тяжелом материальном положении ИП <...> не поступало.

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

В отношении возможного применения положений статьи 4.1.1 КоАП РФ, установлено следующее.

Часть 1 статьи КоАП РФ закрепляет, что за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или законодательства субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 3.4 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

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

В настоящем случае дело № 058/04/14.3-434/2023 возбуждено без проведения

рольных (надзорных) мероприятий, а также учитывая факт повторного эршения правонарушения, положения норм статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежат менению.

ответствии с пунктом 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10 «некоторых вопросах, возникающей в судебной практике при рассмотрении об административных правонарушениях» при квалификации правонарушения качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных оятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет то при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным шениям. Такие обстоятельства, как, например, имущественное положение злеаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий вонарушения, возмещение причиненного ущерба не являются оятельствам, свидетельствующим о малозначительности правонарушения.

ршенное ИП <...> правонарушение не является малозначительным, поскольку ает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту эбителей от ненадлежащей рекламы. По указанному правонарушению :ственная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в уплении каких-либо негативных материальных последствий, а в ебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично-правовых знностей.

для из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных шений, на которые посягает нарушитель, прихожу к выводу об отсутствии званий для признания допущенного административного правонарушения означительным и освобождения ИП <...> от административной тственности.

соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об министративных правонарушениях лицо, в отношении которого ведется зводство по делу об административном правонарушении, вправе комиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять азательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической остью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с дексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

ытывая характер совершенного ИП <...> административного правонарушения,) имущественное положение, обстоятельства, смягчающие и отягчающие министративную ответственность, руководствуясь [статьями 4.1, частью 1 тьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10, 29.11](#) Кодекса Российской Федерации об министративных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

ризнать в действиях индивидуального предпринимателя<...>наличие состава

министративного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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