

Управление Федеральной антимонопольной службы  
по Республике Коми

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**о назначении административного наказания по делу  
об административном правонарушении № РШ 70-10/16**

08 ноября 2016 года

№ 03-06/10434

Сыктывкар

<...> Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 16700, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 24.10.2016 и материалы дела № РШ 70-10/16 о совершении индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>), <...>, административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ)

### **УСТАНОВИЛА:**

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 24.10.2016, составленным в отсутствие индивидуального предпринимателя <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его составления, что подтверждается уведомлением о вручении от 21.09.2016 почтового отправления № 16799102832145.

Определением Коми УФАС России от 24.10.2016 № 03-06/9879 рассмотрение дела № РШ 70-10/16 назначено на 08 ноября 2016 года в 14 часов 40 минут.

Копии протокола об административном правонарушении и Определения направлены Коми УФАС России в адрес <...> письмом от 25.10.2016 № 03-06/9880, которое получено ей, что подтверждается уведомлением о вручении почтового

отправления от 01.11.2016 № 16799103902335.

Административное дело рассмотрено 08.11.2016 в присутствии <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его рассмотрения, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления от 01.11.2016 № 16799103902335, права и обязанности, предусмотренные ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ разъяснены.

В ходе рассмотрения настоящего административного дела должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 18.12.2015 (вход. № Н-313 (с) от 18.12.2015).

Из заявления следует, что рекламе следующего содержания: «стоматологический кабинет «Инвестируйте деньги в здоровье своей семьи!, Воздухоочистка с ионизацией воздуха, 31 000 р., Биоптрон, 27 440 р., Вакси, от 18 000 р., МЫ ЖДЕМ ВАС!, пр-т Ленина, 4 (гост. «Тиман»), 2 этаж, холл с 9:00 до 19:00. Телефон 777-155, Действуют дисконтные карты, ЦЕНЫ ПО СТАРОМУ КУРСУ! ДЕШЕВЛЕ НЕ БУДЕТ!», содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, поскольку в рекламе предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалиста отсутствует.

В результате рассмотрения материалов по указанному обращению установлено следующее.

В соответствии со ст. 3 [Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»](#) (далее - Закон о рекламе) реклама – 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.

В соответствии с ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, **медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.** В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения её на странице (полосе) 12 газеты «Палитра города» от 17.12.2015 № 49 (540);

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, в том числе изделию - Биоптрон, формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, размещенная на странице (полосе) 12 газеты «Палитра города» от 17.12.2015 № 49 (540), является рекламой.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе медицинских изделий, следовательно, на неё распространяются требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Согласно ч. 4 ст. 38 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», на территории Российской Федерации разрешается обращение медицинских изделий, зарегистрированных в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, уполномоченным им федеральным органом исполнительной власти.

Согласно пункту 2 Постановления Правительства РФ от 27.12.2012 № 1416 «Об утверждении Правил государственной регистрации медицинских изделий» государственной регистрации подлежат любые инструменты, аппараты, приборы, оборудование, материалы и прочие изделия, применяемые в медицинских целях отдельно или в сочетании между собой, а также вместе с другими принадлежностями, необходимыми для применения указанных изделий по назначению, включая специальное программное обеспечение, и предназначенные производителем (изготовителем) для **профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации заболеваний, мониторинга состояния организма** человека, проведения медицинских исследований, **восстановления**, замещения, изменения анатомической структуры или физиологических функций организма, предотвращения или прерывания беременности, функциональное назначение которых не реализуется путем фармакологического, иммунологического, генетического или метаболического воздействия на организм человека (далее - медицинские изделия).

Согласно пункту 3 Постановления Правительства РФ от 27.12.2012 № 1416 «Об утверждении Правил государственной регистрации медицинских изделий» Государственная регистрация медицинских изделий осуществляется Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения.

Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения ([www.roszdravnadzor.ru](http://www.roszdravnadzor.ru)), в государственном реестре медицинских изделий и организаций, осуществляющих производство и изготовление медицинских изделий, зарегистрировано медицинское изделие - **Лампы медицинские серии Bioptron (Биоптрон)**, уникальный номер реестровой записи 075598 Регистрационный номер медицинского изделия ФС № 2006/111 дата Государственной регистрации медицинского изделия 01.02.2006.

Из вышеизложенного следует, что в рассматриваемой рекламе рекламируется медицинское изделие **Биоптрон**, следовательно, реклама такого изделия должна распространяться с учётом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Также, рассматриваемая реклама не содержит ни одного из предусмотренных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе видов предупреждений.

**Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.**

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета «Палитра города» не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

В соответствии с ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, несёт **рекламодаватель** и **рекламораспространитель**.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, **рекламодаватель** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, **рекламопроизводитель** – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе **рекламораспространитель** – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Палитра города», учредителем которой, согласно свидетельству о регистрации СМИ серии ПИ № ФС 3-0043 от 25.02.2005 г., учредителем (соучредителем) является ООО «Альфа-Медиа».

Согласно письменным пояснениям ООО «Альфа-Медиа», представленным в материалы рекламного дела, **рекламопроизводителем** и **рекламораспространителем** рассматриваемой рекламы является ООО «Альфа-Медиа», **рекламодателем** рассматриваемой рекламы является ИП <...>. 09 декабря 2015 года между <...> ООО «Альфа-Медиа» <...> и ИП <...> была заключена устная договоренность о публикации рекламных материалов ИП <...> в

газете «Палитра города» в 49. Содержание рекламных материалов определено и согласовано рекламодателем ИП <...> и утверждено <...> ООО «Альфа-Медиа» <...>. Причиной размещения рассматриваемой рекламы стало то, что в процессе изготовления рассматриваемой рекламы был предварительно изготовлен и согласован с рекламодателем материал для наглядности с увеличенным размером по высоте и ширине. В момент верстки полосы рекламный материал дизайнером был уменьшен до необходимой величины, однако в момент обработки в программе надпись ушла за поле рекламного модуля. Эта случайность не была замечена дизайнером и в результате чего и привело к публикации рекламного материала, не соответствующего утвержденному ИП <...>. Согласно штатному расписанию ООО «Альфа-Медиа» лицом, ответственным за контроль соблюдения Обществом законодательства о рекламе, является руководитель рекламной службы. С 17.12.2015 должность вакантна в связи с уходом сотрудника в декретный отпуск. Нарушение рекламного законодательства произошло по вине <...> ООО «Альфа-Медиа» <...>. По указанию <...> ООО «Альфа-Медиа» <...> дизайнером был изготовлен рассматриваемый материал и согласован с заказчиком. Произошла техническая ошибка, которая привела к нарушению Закона о рекламе. При окончательной проверке газеты перед отправкой в типографию <...> не уделил должного внимания содержанию рекламных модулей, так как ранее этот материал лично согласовывал с заказчиком. 24 декабря заказчик уведомил <...> об ошибке в рекламе и об отказе от оплаты. Претензии заказчика были приняты <...> ООО «Альфа-Медиа» <...>. Так же <...> Общества сообщил ИП <...> о том, что считает, что вся вина в данном нарушении лежит на <...> ООО «Альфа-Медиа» <...>.

Комиссия Коми УФАС России в ходе рассмотрения рекламного дела запрашивала у ИП <...> необходимые для рассмотрения дела копии документов и письменную информацию Определением Коми УФАС России от 27.06.2016 № 03-01/4829, которое направлено письмом от 30.05.2016 № 03-01/4831. ИП <...> необходимые для рассмотрения дела копии документов и письменную информацию, не представлены.

В соответствии с ч. 1 ст. 165.1 ГК РФ заявления, уведомления, извещения, требования или иные юридически значимые сообщения, с которыми закон или сделка связывает гражданско-правовые последствия для другого лица, влекут для этого лица такие последствия с момента доставки соответствующего сообщения ему или его представителю. **Сообщение считается доставленным** и в тех случаях, **если оно поступило лицу**, которому оно направлено (адресату), но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено **или адресат не ознакомился с ним**.

Таким образом, ИП <...> при рассмотрении дела № Р 15-02/16 уклонилось от содействия Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по рекламному делу, и от своей защиты.

В материалы рекламного дела представлен оригинал бланка согласования рекламного модуля, из которого следует, что рассматриваемая реклама согласована сторонами без разногласий. При этом, при расчете согласованного рекламного модуля:

- рекламная площадь составляет 106,25 кв.см (длина – 12,5 см, высота – 8,5 см);

- площадь предупреждения составляет 3,75 кв.см (длина – 12,5 см, высота – 0,3 см);

**- размер предупреждения относительно общей рекламной площади (рекламного пространства) составляет 3,52%;**

Таким образом, в согласованном рекламном модуле предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости консультации специалиста **занимает менее чем 5% рекламной площади (рекламного пространства)**.

Из письма ИП <...> от 24.12.2015 года, направленного <...> ООО «Альфа-Медиа» <...>, следует, что ИП <...> отказывается оплачивать публикацию рекламного материала в № 49 (от 17 декабря 2015 года) в связи с отсутствием предупреждения о наличии противопоказаний к и применению и использованию, необходимости получения консультации специалистов.

Отказ от оплаты рекламного модуля, который уже вышел в свет в информационном печатном издании «Палитра города» от 17.12.2015 № 49 (540), с формой распространения – газета, на странице (полосе) 12, не снимает с рекламодателя - ИП <...> ответственности за нарушение рекламного законодательства.

Согласно п. 3.1 Устава ООО «Альфа-Медиа», копия которого представлена в материалы рекламного дела, основной целью деятельности Общества является осуществление коммерческой деятельности для извлечения прибыли.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама размещена ООО «Альфа-Медиа» для получения прибыли при осуществлении уставной деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Согласно выписке из ЕГРИП в отношении ИП <...> основным видом экономической деятельности является розничная торговля фармацевтическими и медицинскими товарами, косметическими и парфюмерными товарами.

Из вышеизложенного следует, что рассматриваемая реклама подана ИП <...> для получения прибыли при осуществлении своей деятельности, что отвечает целям предпринимательской деятельности.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Альфа-Медиа», должностным лицом ООО «Альфа-Медиа», ответственным за соблюдение Обществом законодательства о рекламе, является <...> – <...>, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламопроизводителя и рекламораспространителя ООО «Альфа-Медиа» и его должностного лица – <...> – <...> и рекламодателя - ИП <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ООО «Альфа-Медиа», <...> и ИП <...> не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

**Таким образом, ООО «Альфа-Медиа», <...> и ИП <...> нарушены требования ч. 7 ст.**

## 24 Закона о рекламе.

Решением Комиссии от 22.07.2016 № 03-01/6827 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа.

С учетом изложенного, ИП <...> допустила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: 17.12.2015.

Место совершения административного правонарушения: г. Ухта, Республика Коми.

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

Из материалов административного и рекламного дел следует, что у ИП <...> имелась возможность для соблюдения требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, однако из имеющихся в рекламном и административном делах материалов не усматривается, что все зависящие от ИП <...> меры к соблюдению требований рекламного законодательства ей были приняты.

ИП <...> не предприняла достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонилась от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства, что является, в том числе исключительной зоной ответственности рекламораспространителя.

В связи с чем, обстоятельств, как исключających возможность соблюдения ИП <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от нее мер по соблюдению требований рекламного законодательства не усматривается.

Таким образом, вина ИП <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Из положений пункта 18.1 [Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в](#)

судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях»

следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения.

Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

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.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение, направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Нарушение рекламного законодательства, в сфере предоставления медицинских услуг, носит общественно-опасный характер, поскольку может иметь своим результатом ущемление интересов потребителей рекламы, в части охраны их жизни и здоровья.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения ИП <...> как исключительный, не установлено, и таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным



отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении ИП <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей и несоблюдении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...>: добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения; оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

Согласно ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

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.

В соответствии с ч. 3 ст. 3.4 КоАП РФ 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 может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со [статьей 4.1.1](#) настоящего Кодекса.

Согласно 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](#) 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. Административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного [статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33](#) настоящего Кодекса. В случае замены административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение дополнительное административное наказание, предусмотренное соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, не применяется.

Согласно Единому реестру субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенному на сайте Управления Федеральной налоговой службы по Республике Коми, ИП <...> 01.08.2016 включена в реестр как микропредприятие.

В соответствии с п. 19.1 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 в силу [пункта 2 части 1 статьи 4.3](#) КоАП РФ одним из обстоятельств, отягчающих административную ответственность, является повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный [статьей 4.6](#) КоАП РФ.

При применении указанной нормы судам следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей [Особенной части](#) КоАП РФ.

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ обстоятельствами, отягчающими административную ответственность, в том числе признается повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым административному наказанию в соответствии со [статьей 4.6](#) настоящего Кодекса за совершение однородного административного правонарушения.

В соответствии со ст. 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 Коми УФАС России документы, свидетельствующие о причинении вреда или возникновении 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 о наличии имущественного ущерба в результате совершенного административного правонарушения, отсутствуют.

ИП <...> ранее не привлекалась к административной ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе, в том числе по ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ. Обратное в Коми УФАС России отсутствует. Соответственно ИП <...> можно считать впервые совершившей административное правонарушение. Таким образом, усматриваются обстоятельства для замены административного штрафа на предупреждение.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, учитывая характер совершенного ИП <...> административного правонарушения, личность, имущественное положение ИП <...>, наличие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со статьями 4.1, 4.1.1, 4.2, частью 5 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

1. Признать ИП <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.
2. Назначить ИП <...> административное наказание в виде предупреждения.

В соответствии со статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП РФ Постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

- 1) после истечения [срока](#), установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;
- 2) после истечения [срока](#), установленного для обжалования решения по жалобе,

протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;

3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

<...>