

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения
по делу № 063/04/14.3-229/2022 об административном правонарушении

11 мая 2022 г.
г. Самара

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной
службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) ...

.., рассмотрев протокол и материалы дела об административном
правонарушении № 063/04/14.3-229/2022 возбужденного в отношении ИП ...

(...

),

в отсутствии представителей:

ИП ...

(...

), лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что
подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором №
80098871305177 и атрибутом «Вручение адресату 28.04.2022г.»; списком
внутренних почтовых отправлений № 205 (партия 224) от 26.04.2022 г., чеком
ККМ от 26.04.2022 г.,

УСТАНОВИЛ:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской
области (далее - Самарское УФАС России) поступило по электронной почте
заявление ...

(вх. № 937-гр от 31.08.2021 г.) о наличии признаков нарушения рекламного
законодательства в отношении неизвестных лиц при размещении рекламных
записей в социальной сети «В Контакте».

Заявитель указала, что в рекламной записи курсов английского языка

использовано изображение МБОУ школа № 122 г.о. Самара. При этом школа не имеет никакого отношения к данным курсам. Поэтому такая реклама вводит в заблуждение потенциальных клиентов.

Самарским УФАС России была осмотрена рекламная запись в социальной сети «В Контакте» https://vk.com/wall-23094715_13439, [о чем составлен акт № 2 от 01.09.2021 г.](#)

Рекламная запись сделана с изображением школы № 122 г.о. Самара от «Английский для детей | Magic English | Самара» и содержит следующий текст: *«Получи купон на неделю английского для вашего ребенка – бесплатно! Учим язык по методу Кембриджа: через живое общение, активные игры, творчество и сценки! Какие результаты от наших занятий английским:*

- Увеличение словарного запаса ребенка
- Развитие творческих способностей (песни, рисунки, инсценировки)
- Улучшения школьных оценок
- Обретения новых друзей

Переходите, получайте купон и занимайтесь целую неделю бесплатно: https://vk.com/app5898182_-23094715#s=1408377&for..»

Данная реклама содержит признаки нарушения рекламного законодательства, а именно ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Самарским УФАС России была осмотрена группа в социальной сети «В Контакте», относящаяся к «Английский для детей | Magic English | Самара». В качестве контактных данных указан номер телефона ...

Самарское УФАС России осуществило запрос в адрес ООО «В Контакте» (исх. № 8981/8 от 03.09.2021г.) с целью получения сведений о лице, разместившем рекламную запись https://vk.com/wall-23094715_13439 [в социальной сети.](#)

[Кроме того, Самарское УФАС России осуществило запрос в адрес ПАО «Мегафон» \(исх. № 9007/8 от 03.09.2021г.\) для получения сведений о принадлежности номера телефона ...](#)

В своем ответе ПАО «Мегафон» (вх. № 7380-з от 13.09.2021г.) представило сведения, что абонентский номер ...

выделен ...

на основании договора об оказании услуг связи № 3346629 от 23.02.2011 г.

ООО «В Контакте» представило ответ (вх. № 7443-з от 14.09.2021г., № 7625-з от 21.09.2021г.), что рассматриваемая спорная рекламная запись по адресу https://vk.com/wall-23094715_13439 была размещена ООО «Технологии маркетинга». Период размещения спорной рекламной записи: с 24 августа 2021 г. по 12 сентября 2021 г.

Самарское УФАС России осуществило запрос (исх. № 9933/8 от 30.09.2021г.) в адрес ООО «Технологии маркетинга» для установления рекламоателя спорной рекламной записи.

Самарским УФАС России усматривалась необходимость продления срока рассмотрения заявления (исх. № 9932/8 от 30.09.2021г.), о чем заявитель ...

была уведомлена по электронной почте.

В связи с возбуждением Самарским УФАС России дела № 063/04/19.8-1019/2021 об административном правонарушении по части 6 статьи 19.8 КоАП РФ в отношении ООО «Информпартнер», принятие решение по заявлению было приостановлено 27.10.2021 г., о чем заявитель была уведомлена по электронной почте. После вступления в законную силу постановления по делу № 063/04/19.8-1019/2021 об административном правонарушении, Самарское УФАС России возобновило рассмотрение заявления 13.12.2021 г., о чем заявитель также была уведомлена по электронной почте.

ООО «Технологии маркетинга» представило ответ согласно запросу (вх № 226-ЭП/21 от 14.10.2021г., № 798/21 от 25.10.2021г.), что рекламная запись https://vk.com/wall-23094715_13439 размещалась через рекламный кабинет Общества пользователем социальной сети ВКонтакте ...

. Согласно пояснениям данного пользователя, рекламная запись была изготовлена им по заказу индивидуального предпринимателя ...

(компания Magic English).

Согласно пункта 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама – это 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи,

обмена или иного введения в оборот.

Так, рекламная запись «Английский для детей | Magic English | Самара» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера.

Согласно ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рекламная запись сделана с целью продвижения курсов английского языка «Английский для детей | Magic English | Самара», которые являются платными образовательными услугами. Информация об их принадлежности или взаимосвязанности с школой № 122 имени ...

городского округа Самара отсутствует. Так, потребители рекламы вводятся в заблуждение относительно компании «Magic English», которая использует изображение муниципального бюджетного образовательного учреждения, пытаясь привлечь внимание как можно большего количества детей и родителей, а также вызвать дополнительное доверие.

Таким образом, реклама ИП ...

содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных части 7 статьи 5 настоящего закона.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе Комиссия Самарского УФАС России возбудила дело № 063/05/5-1150/2021 в отношении ...

Определением о возбуждении дела № 063/05/5-1150/2021 от 15.12.2021г. было назначено на 13.01.2022г. в 15.00.

ИП ...

представила пояснения (вх. № 118/22 от 10.01.2022г.), согласно которым указала, «что в соответствии с выпиской из ЕГРИП ИП ...

осуществляет следующие виды деятельности: образование дополнительное детей и взрослых прочее, не включенное в другие группировки, предоставление услуг по дневному уходу за детьми, деятельность

учреждений клубного типа: клубов, дворцов и домов культуры, домов народного творчества. Данные виды деятельности не являются лицензируемыми. Настоящим направляю пояснения по факту размещения публикации в социальной сети «В контакте» http://vk.com/wall-23094715_13439.

24.08.2021г. на странице сообщества в социальной сети «В Контакте» ИП ...

была размещена запись http://vk.com/wall-23094715_13439.

По мнению УФАС по Самарской области спорная запись обладает, содержит сведения, вводящие в заблуждение, а именно: в публикации было использовано изображение общеобразовательной школы.

Считаем, данное утверждение ошибочным по следующим основаниям:

Согласно ст. 1276 ГК РФ п. 2. допускается свободное использование путем воспроизведения и распространения изготовленных экземпляров, сообщения в эфир или по кабелю, доведения до всеобщего сведения в форме изображений произведений архитектуры, градостроительства и произведений садово-паркового искусства, расположенных в месте, открытом для свободного посещения, или видных из этого места.

Кроме того, использованное изображение размещено по общедоступной ссылке в сети Интернет, не имеет технических методов защиты изображения, в т.ч. не указаны водяные знаки, знаки копирайта, не запрещены к скачиванию и использованию, не защищены в установленном законом порядке, в поисковых системах по проверке авторства не идентифицируются.

Таким образом, использование спорного изображения произведения архитектуры не нарушает нормы гражданского законодательства, включая нормы авторского права.

Согласно доводам УФАС по Самарской области, изложенным в определении о возбуждении дела № 063/05/5-1150/2021 от 15.12.21г., ИП ...

использует изображение муниципального бюджетного образовательного учреждения, однако в соответствии с нормами Гражданского законодательства регулируется только обнародование и использование изображения гражданина, но не юридического лица (ст. 152.1 ГК РФ). Более того, отсутствует законодательное определение «изображения юридического лица». Средствами идентификации юридического лица является его наименование, основной государственный регистрационный номер либо товарный знак, в т.ч. в виде изображения. Изображения товарного знака, имеющего в своем названии указание на муниципальное бюджетное учреждение школа № 122, а также какое-либо указание на наименование «школа», «образование», «образовательные услуги», «аттестат» и пр. в оспариваемом рекламном посте отсутствуют.

Таким образом, считаем доводы УФАС по Самарской области в части использования оспариваемого изображения о введении в заблуждение потребителя не соответствующими действительности.

Более того, при комплексном анализе группы в VK, в которой расположено оспариваемое объявление потребитель не может быть введен в заблуждение относительно того, имеют ли отношения по организации досуговой деятельности Английского клуба к школьному образованию.

Согласно разъяснениям УФАС России (<https://fas.gov.ru/publications/20367>) главным инструментом введения в заблуждение, как правило, является распространение неполной информации, сокрытие ее значимой, существенной части. Подобная реклама сообщает не «объективно неправильные, неверные сведения», а субъективно неправильные. Федеральный закон № 38-ФЗ «О рекламе» не раскрывает понятие «существенной информации».

При этом ФЗ «О рекламе» не требует указания всей существенной информации, но обязывает формировать у ее потребителя правильное, достоверное представление о соответствующем товаре, работе, услуге. Существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

Реклама должна содержать не все сведения о конкретном рекламном продукте, а лишь его существенные составляющие, поименованные в законодательных актах. Краткость содержания рекламы допустима, но при условии, что реклама не создает иллюзий о рекламируемом товаре, услуге и порядке их приобретения или пользования в целях привлечения интереса потребителей.

Таким образом, под «существенной информацией» следует понимать ту информацию, которую формирует у потребителя правильное представление об объекте рекламы.

В спорной публикации наличествуют все признаки достоверности, кроме того получатель услуги не ограничен дополнительными требованиями к ее получению, такими как необходимость дополнительно приобретать какие-либо платные услуги, либо осуществить какие-либо дополнительные действия, помимо проявления желания приобрести купон на бесплатные занятия. У потребителя при получении бесплатного купона не формируется иллюзия получения государственных образовательных услуг.

Использование в тексте спорной публикации английских слов Magic English также не нарушает норм действующего авторского права, гражданского законодательства, поскольку Закон о рекламе напрямую не запрещает использование иностранных слов в рекламе. Ограничение касается таких ситуаций, в которых нерусские слова и выражения меняют восприятие

смысла и могут ввести в заблуждение. Указанное положение подтверждается сложившейся судебной практикой.

Кроме того, реклама не может быть признана вводящей в заблуждение, если в ней отсутствовала часть существенной информации, но потребитель все же получил то, на что рассчитывал при отклике на рекламное сообщение. Фактов, подтверждающих введение в заблуждение, контролирующим органом не представлено. Все потребители, выразившие желание воспользоваться купоном на проведение бесплатных досуговых мероприятий с использованием английского языка, получили купон и могли его реализовать.

ИП ...

указала, что в ее действиях по размещению публикации в социальной сети «В контакте» http://vk.com/wall-23094715_13439 отсутствуют признаки нарушения п.7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Заявитель ...

также представила в адрес Самарского УФАС России результаты ЕГЭ по английскому языку обучающихся МБОУ Школа № 122 г.о. Самара, грамоты обучающихся МБОУ Школа № 122 г.о. Самара в олимпиадах по английскому языку (вх. № 298-ЭП/22 от 13.01.2022г.).

Определением о продлении срока и об отложении рассмотрения дела № 063/05/5-1150/2021 (исх № 13.01.2022г. № 186-1/8) Самарское УФАС России осуществило замену ненадлежащего лица – ...

на надлежащее лицо – ИП ...

Самарское УФАС России направило запрос в адрес членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Самарском УФАС России относительно использования изображения бюджетного образовательного учреждения в рекламе курсов английского языка коммерческой школы Magic English.

В период с 19.01.2022 г. по 10.02.2021 г. в рамках заочного заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее – Экспертный совет) на повестку было вынесено рассмотрение рекламы, распространяемой в социальной сети «В Контакте» сети Интернет по ссылке https://vk.com/wall-23094715_13439.

Рекламная записка сделана с изображением школы № 122 г.о. Самара, при этом данная реклама от «Английский для детей | Magic English | Самара» и

содержит следующий текст: «Получи купон на неделю английского для вашего ребенка – бесплатно! Учим язык по методу Кембриджа: через живое общение, активные игры, творчество и сценки! Какие результаты от наших занятий английским: - Увеличение словарного запаса ребенка; - Развитие творческих способностей (песни, рисунки, инсценировки); - Улучшения школьных оценок; - Обретения новых друзей

Переходите, получайте купон и занимайтесь целую неделю бесплатно: <https://vk.com/app5898182-23094715#s=1408377&for..>»

На повестке был задан вопрос – данный рекламный образец вводит в заблуждение потребителей относительно места оказания услуг?

В голосовании приняли участие 10 членов Экспертного совета.

В соответствии с поставленным вопросом 7 членов Экспертного совета согласились с утверждением о том, что данная реклама содержит нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно вводит потребителя в заблуждение, 3 члена Экспертного совета указали на отсутствие введения в заблуждение в рекламе.

Многие члены Экспертного совета указали на то, что спорная реклама вводит в заблуждении потребителей относительно места оказания услуг.

«Так как у читателя может возникнуть иллюзия, что занятия проводятся в этой школе, тем более что адрес, где реально будут проводиться занятия, не указан. Неясно есть ли у данной организации разрешение на размещение фотографии данной школы»;

«Безусловно, так. Безальтернативно. Другой вариант размещения Курсов английского просто не предлагается и не предполагается»

«Не указан адрес нахождения, потребитель может посчитать, что курсы осуществляют деятельность на базе школы» «Реклама содержит информацию, которая не только вводит в заблуждение потребителей относительно места оказания услуг (при этом услуги оказываются по другому адресу), но и содержит утверждения относительно результатов занятий, достоверность которых вызывает сомнение и не может быть гарантирована рекламодателем («обретение новых друзей», «улучшение школьных оценок», «увеличение словарного запаса ребенка» и др.)»;

«Для тех, кто знаком со зданием МБОУ школы № 122 г.о. Самара, становится понятно, что именно здесь будет проходить обучение»;

«Потребители могут подумать, что занятия проходят в школе № 122»;

«Место оказания услуг не привязано к изображенному объекту».

По итогам голосования Экспертным советом принято решение признать

рекламу школы Magic English в Самаре, распространенную в социальной сети «В Контакте» с использованием изображения школы № 122 г.о. Самара, несоответствующей требованиям рекламного законодательства Российской Федерации.

Заслушав пояснения заявителя, ИП ...

, рассмотрев материалы дела № 063/05/5-1150/2021, протокол голосования Экспертного совета, Комиссия Самарского УФАС России пришла к следующему выводу.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Так, рекламная запись «Английский для детей | Magic English | Самара» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера.

Согласно ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Рекламная запись сделана с целью продвижения курсов английского языка «Английский для детей | Magic English | Самара», которые являются платными образовательными услугами. Информация об их принадлежности или взаимосвязанности с школой № 122 имени ...

городского округа Самара отсутствует.

Так, потребители рекламы вводятся в заблуждение относительно компании «Magic English», которая использует изображение муниципального бюджетного образовательного учреждения, пытаясь привлечь внимание как можно большего количества детей и родителей, а также вызвать дополнительное доверие.

Согласно п. 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые ФЗ «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Поскольку спорный рекламный образец вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно места оказания услуг действия ИП ...

содержат нарушение ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст.38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 5 указанного закона несет рекламодатель.

ИП ...

является рекламодателем указанной рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Служебная записка Самарского УФАС России от 15.12.2021 г.;

2. Определение о возбуждении дела № 063/05/5-1150/2021 от 15.12.2021 г.;

3. Пояснения ИП ...

(вх. № 118/22 от 10.01.2022г.);

4. Договор на оказание информационных услуг от 12.08.2022г.. заключенный с ...

∴

5. Протокол голосования в рамках заочного заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Самарской области.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (статья 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Регулирование отношений, возникающих в сфере распространения рекламы, имеет своей целью обеспечение эффективного баланса интересов

потребителей рекламы и заказчиков рекламы, рекламопроизводителей и рекламодателей.

Пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Поскольку в настоящее время реклама не распространялась у Комиссии Самарского УФАС России отсутствовали основания для выдачи предписания.

29.03.2022г. Комиссия Самарского УФАС России признала рекламу **школы** Magic English в Самаре, распространенную ИП ...

в социальной сети «В Контакте» с использованием изображения школы № 122 г.о. Самара, **несоответствующей требованиям рекламного законодательства Российской Федерации**, поскольку она содержит нарушение требований ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

Частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность за нарушение рекламодателем, рекламодателем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе.

Дата совершения административного правонарушения – 24.08.2021г.

Место совершения административного правонарушения – г. Самара, место размещения рекламы - в социальной сети «В Контакте».

В адрес ИП ...29.03.2022 было направлено определение о возбуждении дела № 063/04/14.3-229/2022 об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, содержащее дату составления протокола об административном правонарушении – 25.04.2022 г., лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с идентификатором 44312364211065 и атрибутом «неудачная попытка вручения 01.04.2022г.», списком внутренних почтовых отправлений № 1 от 30.03.2022 г., чеком ККМ от 30.03.2022 г.

Запрашиваемые определением от 29.03.2022г. у ИП ...

пояснения и документы поступили в адрес Самарского УФАС России 11.04.2022г. (вх. № 5271/22).

Согласно пояснениям ИП ...

., использование в тексте рекламы изображения школы № 122 не вводит в заблуждение потребителей и не нарушает требования ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В назначенную дату и время на составление протокола представитель ИП ...

не явился, лицо уведомлялось надлежащим образом.

Определением о назначении времени и места рассмотрения дела № 063/04/14.3-229/2022 об административном правонарушении (исх.№ 3612/8 от 25.04.2022 г.) дело было назначено к рассмотрению на 11.05.2022г. посредством видеоконференцсвязи (далее – ВКС).

В назначенную дату и время на рассмотрение дела в формате ВКС представитель ИП ...

не явился, лицо уведомлялось надлежащим образом посредством почтовой связи, что подтверждается отчетом об отправке отправления с идентификатором № 80098871305177 и атрибутом «Вручено адресату почтальоном 28.04.2022г.»; списком внутренних почтовых отправлений № 205 (партия 224) от 26.04.2022 г., чеком ККМ от 26.04.2022 г.

Факт совершения правонарушения ИП ...

подтверждается протоколом по делу № 063/04/14.3-229/2022 об административном правонарушении и материалами дела.

Также рассмотрен вопрос о возможности применения норм статьи 2.9 КоАП РФ, оснований для признания правонарушения малозначительным не установлено. Правонарушение совершенно виновно, поскольку лицо, осуществляя действия по размещению рекламы, должно соблюдать требования действующего законодательства Российской Федерации, в том числе о рекламе, но не предприняло все возможные действия по его соблюдению при размещении указанной выше рекламы.

Данные действия ИП ...

прямо противоречат целям Закона о рекламе. В свою очередь, возможность привлечения лица к административной ответственности не поставлена законодателем в зависимость от наступления вредных последствий и причинения материального ущерба.

При этом прекращение правонарушения не является обстоятельством, свидетельствующим об отсутствии факта нарушения, а также о признании его малозначительным. Данная позиция закреплена Постановлением Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях». При этом согласно пункту 18.1 данного Постановления

квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 настоящего Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

За нарушение законодательства о рекламе вышеуказанным лицом иного порядка привлечения к ответственности нормами КоАП РФ не установлено.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. По своему характеру нарушение имеет значительную степень общественной опасности.

О существенной общественной опасности нарушения свидетельствует и значительная санкция, предусмотренная законом за данное нарушение, подтверждающая, что законодателем данное нарушение отнесено к категории значительных.

При вынесении постановления учитывается факт того, что сведения о данном обществе включены в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

На основании статьи 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее – ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации») субъекты малого и среднего предпринимательства - это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

Часть 1 статьи 4 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» предусматривает, что к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям, установленным частью 1.1 настоящей статьи, хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

Следовательно, ИП Дворовой Ж.В. подпадает под вышеуказанные критерии субъекта малого и среднего предпринимательства.

Согласно частям 1,2,3 статьи 3.4 КоАП РФ, предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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 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.

Под созданием угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей следует понимать возникновение таких обстоятельств, которые повлекли бы вредные последствия, если бы не были прерваны обстоятельствами, не зависящими от поведения лица, привлекаемого к административной ответственности. Угроза причинения вреда жизни и здоровью людей предполагает наличие конкретной опасности реального причинения вреда жизни и здоровью людей.

Таким образом, в действиях ИП ... не установлено наличие 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 отсутствие имущественного ущерба.

На основании части 1 статьи 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.

При рассмотрении дела учтены нормы части 3 статьи 4.1, статей 4.2 и 4.3 КоАП РФ, обстоятельств, отягчающих административную ответственность,

равно как обстоятельств, смягчающих ответственность не установлено.

На основании вышеизложенного и руководствуясь статьей 33 ФЗ «О рекламе», статьями 4.1 — 4.3, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10, 31.5 КоАП РФ,

иков на федеральных телеканалах), размещение наружной рекламы в 19 городах Российской Федерации, а также распространение видеоро

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ИП ...

...

) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. На основании статьи 4.1.1 КоАП РФ применить к ИП ...

) меру ответственности **в виде предупреждения** за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела. Постановление по делу об административном правонарушении, совершенном юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством.

На основании статьи 30.3 КоАП жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1. КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

В соответствии с пунктом 3 части 1, части 3 статьи 30.1 и статьей 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении, может быть

обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Заместитель руководителя Управления

...