

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-398/2023 об административном правонарушении

18 сентября 2023 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 1

Заместитель начальника Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 04/14.3-398/2023, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Смарт Центр» (ИНН 1435252703; ОГРН 1121435004481, место нахождения: 25, Республика Саха (Якутия), г.о. город Якутск, г. Якутск, ул. Халтурина, д. 4/2Г, офис 8; ие - ООО «Смарт Центр»), в связи с нарушением части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», установленному решением Пензенского УФАС России от 05.07.2023 по делу № 058/05/18-193/2023, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в соответствии с представителем ООО «Смарт Центр»,

УСТАНОВИЛ:

При рассмотрении поступил протокол от 04.08.2023 № 058/04/14.3-398/2023 об административном правонарушении, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ООО «Смарт Центр», 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 04.08.2023 № 058/04/14.3-398/2023 и материалов дела следует.

Решением Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/18-193/2023 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО «Смарт Центр» по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»).

Рекламу ООО «Смарт Центр» решением Комиссии Пензенского УФАС России от 05.07.2023 в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана подлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение административными органами лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

рассмотрении настоящего дела представитель ООО «Смарт Центр» не присутствовал. прес Пензенского УФАС России Общество представило ходатайство о рассмотрении юго административного дела без участия своего представителя.

г совершения ООО «Смарт Центр» действий по распространению ненадлежащей амы доказан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и верждается представленными доказательствами.

материалов настоящего административного дела и дела о нарушении одательства о рекламе № 058/05/18-193/2023 следует, что в Пензенское УФАС .2023 (вх. №943-э) поступило обращение абонента ПАО «Мегафон» (г. Пенза), а также направленные Федеральной антимонопольной службой (от 05.04.2023 вх. №1196-э) по ослу поступления 17.03.2023 в 19:11 телефонного звонка с номера +7 на номер его фона +7 с рекламой финансовых услуг. Заявитель согласия на получение рекламы на 1 абонентский номер оператору связи или иным лицам не давал. По мнению заявителя, анные действия по распространению рекламы являются нарушением одательства Российской Федерации о рекламе. Заявителем представлена запись фонного разговора.

ответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный эр +7 принадлежит оператору ПАО «Мегафон».

ответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный эр +7 принадлежит оператору ПАО «Вымпелком».

установления рекламораспространителя Пензенским УФАС России направлены ослы в ПАО «Мегафон» (исх. от 22.03.2023 № 601-2) и в ПАО «Вымпелком» (исх. от 22.03.2023)-2).

прес Пензенского УФАС России 24.03.2023 (вх.№1041-э) поступил ответ ПАО «Мегафон», асно которому установлено следующее.

абонентский номер +7выделен <...> по договору оказания услуг связи <...> от 12.08.2021 звор приложен в материалы дела).

ке представлена детализация звонков на абонентский номер<...> за 17.03.2023, асно которой 17.03.2023 в 19:11:18 осуществлен звонок с телефонного номера<...>

асно информации, представленной ПАО «ВымпелКом» (оператор) абонентский номер выделен ООО «Смарт Центр» (ИНН 1435252703; ОГРН 1121435004481, место нахождения: 35, Республика Саха (Якутия), г.о. город Якутск, г. Якутск, ул. Халтурина, д. 4/2Г, офис 8) сновании договора об оказании услуг связи № 791541587 от 29.03.2021.

енским УФАС России определением от 12.04.2023 по факту распространения зуканной рекламы возбуждено дело № 058/05/18-193/2023 по признакам нарушения и 1 статьи 18 «О рекламе» в отношении ООО «Смарт Центр».

и.2023 в адрес Пензенского УФАС России поступили письменные пояснения ООО рт Центр» из которых следует, что между ООО «Смарт Центр» и ООО МКК нтаж»(ОГРН 1155476000855) заключен договор об оказании услуг центра обработки овов от 01.04.2019. В соответствии с данным договором ООО «Смарт Центр» был едствлен телефонный звонок <...>на номер телефона <...> с абонентского номера <...> дварительное согласие абонента <...> было получено от ООО МКК «Авантаж». ООО «Авантаж» получило данное согласие от ООО «Зеоляйн», на основании договора

ания информационных услуг №01102021-429 от 01.10.2021, в соответствии с которым ООО «Мегалайн» обязуется получить предварительное согласие пользователя на получение информации и рекламы. В целях получения займа пользователи сайта <http://zaimus.ru/> подают онлайн-заявку на получение займа, переходя по ссылке <http://zaimus.ru/zayavka.html>, при этом самостоятельно, добровольно, в своих интересах предоставляют свои персональные и контактные данные. Указанное согласие абонента было предоставлено <...>– пользователем сайта zaimus.ru ООО «Девтек», путем нажатия знака «V» при заполнении формы по адресу: <http://zaimus.ru/zayavka.html>. Таким образом, своим согласием заявитель разрешил осуществлять ему звонки для получения информации об услугах и в рекламных целях.

В результате рассмотрения Заявления по существу и изучения дополнительно собранных материалов установлено следующее.

Абонентский номер заявителя <...> в сети оператора услуг связи ПАО «МегаФон» принял телефонный звонок с рекламой следующего содержания: «Добрый день. Получите тридцати тысяч рублей под ноль процентов на первые семь дней, далее один процент в день. Нужен только паспорт. Быстро решить...в любом офисе отличные наличные. Без звонка...».

На момент поступления, указанного звонка подтверждается детализацией предоставленных данных за 17.03.2023, представленной в материалы дела оператором Заявителя – ПАО «МегаФон».

В материалах дела представлена аудиозапись указанного телефонного звонка, содержание которого показывает, что лицо, осуществившее звонок с телефонного номера принадлежащего ООО «Смарт Центр», озвучивает информацию о привлечении абонента к оказанию финансовых услуг (предложение: «получите до тридцати тысяч рублей под ноль процентов на первые семь дней, далее один процент в день. Нужен только паспорт. Быстро решить...в любом офисе отличные наличные. Без справок...»), 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 пользователь услугами 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.

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

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

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая адресованность, а именно направление рекламы на конкретный номер лица,

уполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является оятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

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

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

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

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

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

мируя изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является ональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к кту рекламирования.

зматриваемая информация направлена на привлечение внимания к финансовым гам (предложение: «получите до тридцати тысяч рублей под ноль процентов на первые 3 дней, далее один процент в день. Нужен только паспорт. Быстро решить...в любом се отличные наличные. Без справок...»), имеет целью формирование и поддержание реса к ним и их продвижению.

по себе текст телефонного звонка не содержит сведений, позволяющих говорить о ональной направленности спорного телефонного звонка.

асно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является товар, дства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец ра, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе тивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), ривлечение внимания к которым направлена реклама.

асно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности м числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в от.

дя из текста телефонного звонка, в котором содержится предложение

пользоваться финансовыми услугами, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования финансовым услугам.

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

Таким 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 распространяемой без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Постановлением Арбитражного Суда 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 телефонного 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 рекламораспространителя. 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».

Такое 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 рекламораспространителя.

Согласно письменным пояснениям ООО «Смарт Центр» в целях получения займа заявитель сайта <http://zaimus.ru/> заполняет онлайн-заявку на получение займа, переходя по ссылке <http://zaimus.ru/zayavka.html>, при этом самостоятельно, добровольно, в своих интересах предоставляют свои персональные и контактные данные. Указанное согласие абонента <...> было предоставлено <...>– пользователем сайта zaimus.ru ООО «Тек», путем проставления знака «✓» при заполнении формы по адресу: <http://zaimus.ru/zayavka.html>. Таким образом, своим согласием заявитель разрешил осуществлять ему звонки для получения информации об услугах и в рекламных целях.

зте с тем, ООО «Смарт Центр» не представило доказательств согласия <...> на чтение рекламы (данные о входе <...> страницу сайта <http://zaimus.ru/zayavka.html>; ка (анкета) идентифицирующая личность Заявителя и т.д.).

д) «Смарт Центр» ссылается на письмо ООО «Зеоляйн», являющимся партнером ООО «Тек» и ООО МКК «Авантаж», из которого следует, что заявка заполнялась с зональными данными: <...>, с сайта <http://zaimus.ru/zayavka.html>. Согласие на обработку эредачу третьим лицам дано с помощью проставления галочки при прочтении ветствующего согласия на вышеуказанном ресурсе.

этом Заявитель – <...> отрицает не только сам факт дачи согласия на получение амы финансовых услуг от кого-либо, но и посещение сайта <http://zaimus.ru/zayavka.html>, а также принадлежность ему электронного адреса @mailll.ru/ и неверного указания даты рождения.

ле того, Заявитель представил детализацию за 16.01.2023 от оператора связи ПАО «Фон» из которой следует, что выход в сеть «Интернет» в вышеуказанный период не ксирован.

завленное в адрес Управления письмо ООО «Зеоляйн» (с несовпадающими зональными данными Заявителя) не позволяет идентифицировать личность такого ителя и не позволяет с точностью установить, что именно <...> оставлял заявку на сайте.

довательно, в данном случае согласие на получение рекламы не было надлежащим зом получено, поскольку не представлено доказательств добровольного изъявления абонента на получение рекламы от конкретного амораспространителя.

асие, полученное посредством заполнения каких-либо форм на сайтах в рмационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не позволяющих однозначно новить, кто именно дал согласие на получение рекламы, является ненадлежащим и ет нарушение требований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», поскольку не позволяет вердить волеизъявление конкретного абонента на получение рекламы от конкретного амораспространителя.

исьменных пояснений ООО «Смарт Центр» следует, что в действиях Общества тствуют признаки нарушения законодательства о рекламе в связи с тем, что сведения гласии на получение рекламы Обществом получены от ООО «Зеоляйн». ООО «Смарт р» осуществляло звонки с рекламой вышеприведенного содержания при наличии анных данных о согласии абонента на получение рекламы. По мнению ООО «Смарт р», Обществом требования статьи 18 ФЗ «О рекламе» были надлежащим образом юдены, требуемое согласие было получено до момента осуществления коммуникаии длежащей форме.

анный довод ООО «Смарт Центр» подлежит отклонению в виду следующего. Правовое ение для такой оценки имеют, прежде всего, факт распространения рекламы и ичие действительного согласия абонента на получение рекламы. Обязанность доставить наличие действительного согласия именно получателя рекламы на получение амы от конкретного рекламораспространителя возложена на такого амораспространителя. При этом наличие договорных отношений Общества с лицами, доставившими ему документы о якобы имеющемся согласии на получение <...> рекламы, освобождает его от необходимости соблюдения Закона о рекламе и не отменяет факт шения Обществом требований данного Закона.

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

Идя из положения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» законодатель, учитывая желание рекламодателей 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.

Целью закрепления в части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» обязанности рекламодателя 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, итд).

В соответствии с поступившим заявлением физического лица, владельца телефонного номера 23531525, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств обратного в материалах дела не представлено.

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 телефонного звонка на телефонный номер абонента.

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

В связи с тем, что распространение рекламной информации посредством сетей электросвязи (телефонного 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.

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

В соответствии с пунктом 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.

В связи с тем, что, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в форме, точной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя.

В рассматриваемом случае рекламодатель не имел предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

иатором звонка с предложением финансовых услуг на номер Заявителя без его предварительного согласия является ООО «Смарт Центр», что подтверждается принадлежностью телефонного номера <...> (договор об оказании услуг связи), сведений, подтверждающих 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».

Доказательств, материалов, указывающих, что ООО «Смарт Центр» приняты достаточные меры по соблюдению 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, ООО «Смарт Центр» не представлено.

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

Ответственность за нарушение статьи 18 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38 данного 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.

Доказательства по делу и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя ООО «Смарт Центр».

Таким образом, распространение 17.03.2023 в 19:11:18 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 ООО «Смарт Центр» 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 рекламодателем, изготовителем и рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 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 четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

Место совершения административного правонарушения является место жительства заявителя - г. Пенза.

ля совершения административного правонарушения: 17.03.2023 в 19:11:18 (дата упления телефонного звонка).

им образом, в действиях ООО «Смарт Центр», содержится состав административного зонарушения, ответственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

юмент рассмотрения настоящего дела об административном правонарушении сроки юсти привлечения к административной ответственности, установленные статьи 4.5 1 РФ не истекли.

сти возможного применения положений статьи 4.1.1 КоАП РФ, антимонопольный орган ывает следующее.

ь 1 статьи КоАП РФ закрепляет, что за впервые совершенное административное зонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), щипального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде зупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего жса или закона субъекта Российской Федерации об административных зонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа ежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных ью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных ью 2 настоящей статьи.

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

стоящем случае дело № 058/04/14.3-398/2023 возбуждено без проведения контрольных зорных) мероприятий, следовательно, положения норм статьи 4.1.1 КоАП РФ не ежат применению.

ответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания дическому лицу учитываются характер совершенного им административного зонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, ьательства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, ающие административную ответственность.

илу статьи 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за ьршение административного правонарушения, считается подвергнутым данному занию со дня вступления в законную силу постановления о назначении динистративного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения юго постановления.

формационной базе платформы «Дело» (ЕИАС-Дело) по состоянию на 04.08.2023 года зутствуют сведения о привлечения О О О «Смарт Центр» к административной тственности за совершение однородного административного правонарушения (статьи КоАП РФ), в частности:

№ 067/04/14.3-561/2022 Смоленское УФАС России – дата постановления 25.11.2022;

№ 024/04/14.3-2894/2022 Красноярское УФАС России – дата постановления 28.10.2022
л;

№ 067/04/14.3-163/2023 Смоленское УФАС России – дата постановления 26.05.2023
л.

ответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ к числу обстоятельств, отягчающими административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не установлен срок, предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

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.

Исходя из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных отношений, которые посягает нарушитель, приходится к выводу об отсутствии оснований для признания совершенного административного правонарушения малозначительным и освобождения ООО «Смарт Центр» от административной ответственности.

В соответствии с пунктом 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающей в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии реальной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Совершенное ООО «Смарт Центр» правонарушение не является малозначительным, поскольку посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы. По указанному правонарушению существенная опасность охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо реальных материальных последствий, а в пренебрежительном отношении заявителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

Исходя из действий ООО «Смарт Центр» правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в полной мере доказано и подтверждено материалами дела.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, не установлено.

При рассмотрении настоящего административного дела сведений о тяжелом материальном положении ООО «Смарт Центр» не поступало.

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

соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 51 Конституции РФ никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным [законом](#). Федеральным [законом](#) могут устанавливаться иные случаи освобождения от обязанности давать свидетельские показания.

Учитывая характер совершенного ООО «Смарт Центр» административного правонарушения, его имущественное положение, обстоятельства, отягчающие административную ответственность, руководствуясь статьями 4.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10, 29.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать в действиях Общества с ограниченной ответственностью «Смарт Центр» (ИНН 5252703; ОГРН 1121435004481, место нахождения: 677005, Республика Саха (Якутия), г.о.од Якутск, г. Якутск, ул. Халтурина, д. 4/2Г, офис 8) наличие состава административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Назначить ООО «Смарт Центр» наказание в виде административного штрафа в размере 100 (сто тысяч) рублей 00 копеек.