

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1374/77-17

«08» ноября 2017 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев Протокол от 25.10.2017 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1374/77-17, возбужденного в отношении юридического лица — ООО «СМС Трафик» (место нахождения: г. Москва, 2-ой Южнопортовый пр-д, д. 20А, стр. 4, 1 подъезд, 2 этаж; дата регистрации — 28.01.2005; ОГРН 1057746117384; ИНН 7705642257; КПП 772301001) по факту распространения 22.11.2016 в 15:46 на телефонный номер +7-925-865-24-32 посредством смс-сообщения рекламы следующего содержания: *«30000 rub. Bez 15 minut Vashi! Neobhodim tol'ko Pasport RF I SNILS. Individual'noe predlozhenie deistvuet do 01.01.2017 Podrobnее 88001005555, +7-495-332-26-10, +7-499-744-63-30. Promokod: KH2022006. OTP Bank»* с нарушением ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы, в отсутствие законного представителя ООО «СМС Трафик», надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении,

УСТАНОВИЛ:

Решением комиссии Московского УФАС России от 28.03.2017 по делу № 3-18-41/77-17 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, в действиях юридического лица — ООО «СМС Трафик», на основании обращения физического лица по факту распространения на телефонный номер +7-925-865-24-32 посредством смс-сообщения рекламы следующего содержания: *«30000 rub. Bez 15 minut Vashi! Neobhodim tol'ko Pasport RF I SNILS. Individual'noe predlozhenie deistvuet do 01.01.2017 Podrobnее 88001005555, +7-495-332-26-10, +7-499-744-63-30. Promokod: KH2022006. OTP Bank»*, поступившей 22.11.2016 в 15:46, установлен факт нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

Согласно материалам дела № 4-14.3-1374/77-17 рассматриваемая реклама поступила на номер телефона +7-925-865-24-32 22.11.2016 в 15:46 от отправителя «OTP Bank».

Поступление указанной рекламы на номер телефона +7-925-865-24-32 подтверждается фотографиями экрана мобильного телефона, содержащими текст рассматриваемых сообщений, а также детализированной выпиской от оператора связи, представленной заявителем в материалы дела.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является 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 со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ «О связи» (далее — Закон о связи), абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь - любые излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

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

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

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

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

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

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

В тексте рекламы отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Реклама не содержит в себе указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по распространению исходя из ее содержания.

В материалы дела не представлено доказательств направления спорного смс-сообщения исключительно в адрес одного физического лица — заявителя.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт

деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста сообщения, в котором содержатся информация о возможности воспользоваться финансовой услугой банка, следует, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки смс-сообщений на номер телефона +7-925-865-24-32, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством смс-сообщения; адресована неопределенному кругу лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя. Вместе с тем, согласие 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.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, а обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламораспространителя.

Исходя из материалов дела № 4-14.3-1374/77-17, указанная реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров:

- договор № 60/16 от 01.02.2016, заключенный между ООО «СМС Трафик» и АО «ОТП Банк», (далее — Договор 1);

- договор № ДМИ-СМСТРФК-01072016 от 01.06.2016, заключенный между ООО «СМС Трафик» и АО «МегаЛабс» (далее — Договор 2);
- дополнительное соглашение № 6 к Генеральному соглашению № 2 от 01.10.2016, заключенное между АО «МегаЛабс» и ПАО «Мегафон» (далее-Соглашение).

В соответствии с пунктом 2.1 Договора 1, ООО «СМС Трафик» обязуется оказать АО «ОТП Банк» услуги доступа к системе, а АО «ОТП Банк» обязуется оплачивать оказанные услуги.

Согласно пункту 1.2 Договора 1, под системой понимается принадлежащий ООО «СМС Трафик» комплекс оборудования и программного обеспечения, который позволяет обрабатывать сообщения.

В соответствии с пунктом 2.3 Договора 1, АО «ОТП Банк», пользуясь услугами, заказывает тем самым ООО «СМС Трафик» обеспечить, в частности:

- комплекс необходимых технических и организационных мероприятий, обеспечивающих рассылку сообщений, в том числе по сети подвижной радиотелефонной связи (то есть массовую отправку одинаковых сообщений абонентам с целью распространения какой-либо информации);
- комплекс необходимых технических и организационных мероприятий, обеспечивающих передачу абонентам индивидуальных сообщений, содержащих цифровые, буквенные или буквенно-цифровые сочетания (например, коды, пароли), а также иных адресных сообщений, содержащих различную информацию.

Согласно пункту 3.2.2 Договора 1, АО «ОТП Банк» обязан получить от абонента, на телефонный номер которого АО «ОТП Банк» планирует осуществлять отправку сообщений с информацией АО «ОТП Банк», предварительное согласие, выраженное посредством совершения абонентом действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение сообщений. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если АО «ОТП Банк» не докажет, что такое согласие было получено.

В соответствии с пунктом 3.3.3 Договора 1, ООО «СМС Трафик» вправе потребовать у АО «ОТП Банк» подтверждения получения согласия абонента на обработку его персональных данных и передачу их третьим лицам.

В соответствии с пунктом 2.1. Договора 2, АО «МегаЛабс» обязуется оказывать ООО «СМС Трафик» за вознаграждение услуги, а ООО «СМС Трафик» обязуется оплачивать их в порядке и в сроки, предусмотренные Договором 2, приложениями к нему и заявками.

Согласно пункту 1.1 Договора 2, под услугой понимается услуга по размещению посредством каналов коммуникаций рекламно-информационные материалы ООО «СМС Трафик» среди абонентов, по предоставлению доступа к интерфейсу и поддержке функционирования интерфейса.

В соответствии с пунктом 3.9 Договора 2, в случае размещения рекламно-информационных материалов среди абонентов из базы абонентов ООО «СМС Трафик», ООО «СМС Трафик» обязуется до размещения рекламно-информационных материалов получить согласие абонентов на получение рекламы,

использование их абонентских номеров, а также персональных данных (в случае упоминания в SMS-сообщении) для целей размещения рекламно-информационных материалов. Письменное согласие должно в обязательном порядке содержать абонентский номер, по которому абонент дал согласие на получение sms-сообщений.

Согласно пункту 4.3 Договора 2, АО «МегаЛабс» вправе осуществлять проверку размещаемых посредством Интерфейса sms-сообщений на предмет их соответствия действующему законодательству Российской Федерации, в том числе на основании требований уполномоченных государственных органов или оператора, и условиям Договора. АО «МегаЛабс» вправе осуществлять проверку надлежащего исполнения ООО «СМС Трафик» условий Договора 2.

В соответствии с пунктом 4.4 Договора 2, АО «МегаЛабс» имеет право незамедлительно прекращать размещение среди абонентов sms-сообщений ООО «СМС Трафик», в том числе, если:

- они не соответствуют действительности, требованиям действующего законодательства Российской Федерации, внутренним стандартам АО «МегаЛабс» и/или оператора, могут нанести ущерб деловой репутации АО «МегаЛабс» и/или Оператора;
- у АО «МегаЛабс» имеются сведения об отзыве абонентом согласия на получение рекламы при размещении рекламно-информационных материалов среди абонентов из базы абонентов ООО «СМС Трафик»;
- они не соответствуют требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно пункту 4.7 Договора 2, ООО «СМС Трафик» гарантирует соответствие размещаемых рекламно-информационных материалов требованиям Закона о рекламе, иным требованиям законодательства Российской Федерации, точность, полноту и достоверность информации, содержащейся в рекламно-информационных материалах, соответствие такой информации требованиям Закона о рекламе, иным требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 4.8 Договора 2, ООО «СМС Трафик» при размещении рекламно-информационных материалов среди абонентов из базы абонентов ООО «СМС Трафик», гарантирует наличие надлежащим образом оформленных согласий таких абонентов на получение рекламы.

Согласно пункту 4.11 Договора 2, ООО «СМС Трафик» обязуется использовать в интерфейсе только те абонентские номера, по которым ООО «СМС Трафик» получено предварительное согласие абонента на получение рекламы. В случае неподтверждения либо отзыва согласия абонента на получение рекламно-информационных материалов от ООО «СМС Трафик», ООО «СМС Трафик» обязуется незамедлительно прекратить размещение sms-сообщений посредством интерфейса, в том числе при поступлении сведений об отсутствии либо отзыве согласия от АО «МегаЛабс».

Таким образом, ООО «СМС Трафик» осуществляло фактическое распространение рассматриваемой рекламы с целью дальнейшего доведения до сведения абонента. При этом у ООО «СМС Трафик» имелось обязательство предварительно удостовериться в наличии согласия абонента на получение рекламы посредством sms-сообщений, содержащих рекламную информацию, а также имелась

возможность блокировать отправку смс-сообщений, распространяемых лицам, не давшим согласие, в случае такой необходимости.

Таким образом, из упомянутых положений договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение смс-сообщений осуществляется путем их передачи последовательно от АО «ОТП Банк» к ООО «СМС Трафик», АО «МегаЛабс», ПАО «Мегафон» в целях непосредственного доведения таких сообщений до их конечных получателей.

Таким образом, ООО «СМС Трафик» является субъектом правоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений конечным потребителям. Отсутствие ООО «СМС Трафик» в этих правоотношениях делает распространение указанных сообщений невозможным.

Доказательств получения согласия абонента на получение рекламы ООО «СМС Трафик» не представлено.

Каких-либо документов, свидетельствующих об объективной невозможности получения ООО «СМС Трафик» информации о наличии либо отсутствии согласия гражданина, подавшего обращение в Московское УФАС России, на распространение рекламы, лицами, участвующими в деле, также не представлено.

Согласно статье 309 ГК РФ, обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

ООО «СМС Трафик» в настоящем случае не предприняло достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Исходя из положений договоров, следует, что ООО «СМС Трафик» приняло на себя обязанность по соблюдению требований законодательства Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе, при распространении рекламных сообщений, а также по осуществлению отправки сообщений только тем пользователям, которые выразили свое согласие на их получение со всеми вытекающими правовыми последствиями их исполнения, в том числе и в случае, когда исполнение этих обязательств нарушает требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Обратного ООО «СМС Трафик» не доказано, в связи с чем не представляется возможным говорить о том, что на ООО «СМС Трафик» не могут быть возложены обязанности, предъявляемые к рекламораспространителям.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Желание лиц получать обусловленную договором плату за оказание услуг по передаче смс-сообщений, в том числе, рекламного характера и при этом избегать ответственности за нарушение законодательства о рекламе при их передаче представляет собой исключительное злоупотребление правом, которое в силу части

2 статьи 10 ГК РФ не подлежит защите.

Кроме того, согласно части 1 статьи 2 Гражданского кодекса Российской Федерации, предпринимательская деятельность направленная на систематическое извлечение прибыли осуществляется субъектом на свой риск. Право общества на осуществление предпринимательской деятельности не должно нарушать права и интересы лица, не изъявившего желание получать рекламные сообщения.

В этой связи, заключив вышеупомянутые договоры ООО «СМС Трафик» приняло на себя все обязательства по указанным договорам (в том числе по направлению сообщений только лицам, изъявившим согласие на их получение) со всеми вытекающими правовыми последствиями их исполнения, в том числе и в случае, когда исполнение этих обязательств нарушает требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, у ООО «СМС Трафик» имелась обязанность предварительно удостовериться в наличии согласия абонентов на получение смс-сообщений, содержащих рекламную информацию, и имелась возможность блокировать отправку смс-сообщений распространяемых лицам, не давшим согласия в случае возникновения такой необходимости.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению смс-сообщений до их конечных получателей осуществлены ООО «СМС Трафик», в данном случае имеются все основания считать ООО «СМС Трафик» рекламораспространителем в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе.

Ссылка ООО «СМС Трафик» на Закон о связи, в частности на тот факт, что данным законом исключается ответственность ООО «СМС Трафик» за рассылку его клиентами смс-сообщений, не соответствующих требованиям закона и условиям договора, не может быть принята должностным лицом административного органа в связи со следующим.

Согласно части 3 статьи 3 Закона о связи, отношения в области связи, не урегулированные Законом о связи, регулируются другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в области связи.

Так отношения по распространению посредством средств связи рекламной информации регулируется законодательством Российской Федерации о рекламе, в том числе в части ответственности лиц, признаваемых рекламораспространителями.

Нормы Закона о связи сами по себе не исключают ответственность того или иного лица в соответствии с Законом о рекламе.

Как установлено выше, ООО «СМС Трафик» осуществляется предпринимательская деятельность по осуществлению смс-рассылок, в том числе рекламного характера, подпадающих под понятие СПАМ. Осуществление любого рода деятельности с целью извлечения прибыли влечет за собой определенные последствия, включая набор определенных рисков.

Субъект договорных отношений, предполагая возможность нарушения контрагентом законодательства Российской Федерации, ответственность за которое будет нести он, может включить в договор условия о компенсации понесенных убытков. Однако, данные положения договора лишь регулируют взаимоотношения между лицами, заключившими такой договора, но не могут влиять на привлечение

таких лиц к ответственности за нарушения законодательства Российской Федерации.

Таким образом, ООО «СМС Трафик» в рамках рассмотрения данного дела признается рекламодателем, а равно несет ответственность, предусмотренную Законом о рекламе для данного субъекта правоотношений.

При этом законодательно установленное определение распространителя рекламы не поставлено в зависимость от обязательной осведомленности им относительно ее содержания.

Согласно письменным пояснениям, содержащимся в материалах дела № 3-8-41/77-17, ООО «СМС Трафик» не осуществляло рассылку рекламных сообщений, а только обеспечило подключение к сети электросвязи, что подтверждается судебной практикой на уровне ВАС РФ и ВС РФ (Определение ВАС РФ от 24.07.2014 № ВАС-9069/14, Постановление Верховного Суда РФ от 30.03.2015 по делу № 305-АД15-1441, А40-99466/2014).

Между тем, должностное лицо административного органа считает необходимым отметить, что указанное постановление Верховного Суда РФ принято по конкретным фактическим обстоятельствам дела. Таким образом, у должностного лица административного органа отсутствуют основания считать содержащуюся в указанном постановлении позицию практикообразующей, а равно соотносимой с рассматриваемой ситуацией.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение на телефонный номер +7-925-865-24-32 посредством смс-сообщений рекламы, поступившей 22.11.2016 в 15:46 от отправителя «ОТР Банк» с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В силу части 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, ответственным за распространение рассматриваемой рекламы с нарушением статьи 18 Закона о рекламе является ООО «СМС Трафик».

Местом совершения административного правонарушения — г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 22.11.2016.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Виновные действия ООО «СМС Трафик» состоят в распространении рекламы на телефонный номер +7-925-865-24-32 посредством смс-сообщения рекламы следующего содержания: «30000 rub. Bez 15 minut Vashi! Neobhodim tol'ko Pasport RF I SNILS. Individual'noe predlozhenie deistvuet do 01.01.2017 Podrobnее 88001005555, +7-495-332-26-10, +7-499-744-63-30. Promokod: KH2022006. OTR Bank», с нарушением требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе. Должностным лицом УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Доказательств, свидетельствующих о принятии ООО «СМС Трафик» каких-либо мер по соблюдению законодательства Российской Федерации в сфере рекламы в данной части, не представлено.

Вина ООО «СМС Трафик» в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, доказана.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, к обстоятельствам, смягчающим административную ответственность относится добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

13.09.2017 ООО «СМС Трафик» представлена информация об исполнении предписания по делу № 3-18-41/77-17.

Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность ООО «СМС Трафик».

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «СМС Трафик», не установлено.

Обстоятельств, свидетельствующих о возможности применения статьи 2.9 КоАП РФ, должностным лицом административного органа не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан - от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, штраф, подлежащий взысканию составляет 100 000,00 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо — ООО «СМС Трафик» (место нахождения: г. Москва, 2-ой Южнопортовый пр-д, д. 20А, стр. 4, 1 подъезд, 2 этаж; дата регистрации — 28.01.2005; ОГРН 1057746117384; ИНН 7705642257; КПП 772301001) виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить юридическому лицу — ООО «СМС Трафик» (место нахождения: г. Москва, 2-ой Южнопортовый пр-д, д. 20А, стр. 4, 1 подъезд, 2 этаж; дата регистрации — 28.01.2005; ОГРН 1057746117384; ИНН 7705642257; КПП 772301001) наказание в виде административного штрафа в размере — 100 000,00 (Ста тысяч рублей) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ, сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «СМС Трафик», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель:	УФК по г. Москве (для Московского УФАС России, л/с 04731324890) ИНН/КПП: 7706096339 / 770101001
Банк получателя:	ГУ Банка России по ЦФО р/с 40101810045250010041 БИК 044525000 ОКТМО: 45375000

	КБК 161 1 16 26000 01 6000140
Назначение платежа:	Административный штраф, зачисляемый в федеральный бюджет по делу № 4-14.3-1374/77-17

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ, неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, 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.

Приложение: квитанция на 1 листе.

Заместитель руководителя

<...>