



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания  
в виде административного штрафа  
по делу №31АПР/18 об административном правонарушении  
(ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ)

04 апреля 2018 года

г. Екатеринбург

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области <...>, рассмотрев на основании ст. 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) и в порядке ст. 29.7 КоАП РФ протокол от 22.03.2018 и иные материалы дела в отношении **индивидуального предпринимателя** <...> (ИНН 667117347523, ОГРНИП 315665800017230, паспорт: <...>) (далее - ИП <...>),

### УСТАНОВИЛ:

Поводом к возбуждению дела согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ явилось непосредственное обнаружение должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, а именно, установленный решением Свердловского УФАС России от 02.03.2018 по делу №109 факт распространения ИП <...> ненадлежащей рекламы.

В соответствии с п.4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных **частями 1, 1.1 и 1.2 статьи 28.1** Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного **органа** о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено **частью 1.2 статьи 28.1** КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного **органа**, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного **законодательства**.

Дело согласно п. 3 ч. 4 ст. 28.1. КоАП РФ возбуждено 22.03.2018 путем составления протокола на основании ч. 4.1 ст. 28.2 КоАП РФ в отсутствие ИП <...>,

извещенного о времени и месте составления протокола, что подтверждается отчетами об отслеживании почтовых отправлений, размещенными на сайте <https://home.courierexe.ru>: корреспонденция (исх. №3749 от 12.03.2018) с кодом 14324-50, направленная по адресу осуществления деятельности ИП <...> (<...>), получена 20.03.2018, с кодом 14324-51, направленная по адресу государственной регистрации ИП <...> (<...>), ожидает вручения в почтовом отделении.

Государственная регистрация индивидуального предпринимателя осуществляется по месту его жительства (ч.3 ст.8 ФЗ от 08.08.2001 №129-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»).

В соответствии с п. 24.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2010 № 10 не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

Рассмотрение дела №31АПР/18 об административном правонарушении определением от 22.03.2018 было назначено на 04.04.2018 в 12 час. 30 мин.

Дело в соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ рассмотрено 04.04.2018 в отсутствие ИП <...> (защитника), извещенного в порядке ст.25.15 КоАП РФ о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается телеграммой (вх.№01-6063 от 29.03.2018), согласно которой поданная телеграмма 566/04092 27/3 <...> ИП <...> не доставлена, квартира закрыта, адресат по извещению за телеграммой не является.

В соответствии с п. 24.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2010 № 10 не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

Отводов, ходатайств не заявлено, а обстоятельств, исключающих возможность рассмотрения дела должностным лицом, рассматривающим дело (ст.29.2 КоАП РФ), и участия в производстве по делу участвующих в нем лиц (ст.25.12 КоАП РФ), не выявлено.

Оценив в порядке ст. 26.11 КоАП РФ имеющиеся в деле доказательства, должностное лицо, осуществляющее производство по делу, приходит к следующим выводам относительно подлежащих согласно ст. 26.1 КоАП РФ выяснению обстоятельств.

1. Событие предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ административного правонарушения проявляется в нарушении законодательства о рекламе.

Наличие события совершенного с 20.03.2017 по 08.04.2017 в эфире радиостанции «Спутник FM» административного правонарушения, установлено решением Свердловского УФАС России от 02.03.2018 по делу №109, которым выявлен факт нарушения законодательства о рекламе, а именно, распространение ненадлежащей рекламы мужского спа-салона «Афродита» с 20.03.2017 по 08.04.2017 в эфире радиостанции «Спутник FM», не соответствующей требованиям:

1.1) ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), поскольку в ней отсутствует часть существенной информации об объекте рекламирования, при этом искажается смысл информации и вводятся в

заблуждение потребители рекламы относительно характера и существа действительно оказываемых в мужском спа-салоне «Афродита» услуг;

1.2) п. 1 ст. 7 Закона о рекламе, поскольку по существу является завуалированной рекламой запрещённых к производству и реализации законодательством РФ услуг.

Решение Свердловского УФАС России от 02.03.2018 по делу №109 согласно ст. 26.2 и ст. 26.7 КоАП РФ является письменным доказательством по делу и в соответствии с п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30 неотъемлемой частью протокола об административном правонарушении, в установленном порядке обжаловано не было.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 -3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении.

Указанным решением, которое не оспорено в установленном порядке, установлено следующее.

Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под рекламой в ст. 3 Закона о рекламе понимается 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 (п. 1); под объектом 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 (п.2); под товаром – продукт деятельности (в том

числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Материалами дела установлено, что в эфире радиоканала «Спутник FM» (свидетельство о регистрации СМИ Эл №ТУ 66-01062 от 15.11.2012) в период с 20.03.2017 по 09.04.2017 распространялась реклама следующего содержания: *«Афродита». Согреет и заставит поверить в то, что твои мечты сбываются. Мужской спа-салон «Афродита». Новые программы и очаровательные богини. Отдохни от серых будней. Твоя «Афродита» на Шейнкмана, 120. Телефон 2000-539. Удобная парковка для клиентов салона. Сайт [afroditaekb.ru](http://afroditaekb.ru). Запрещено для детей».*

Свердловским УФАС России 11.10.2017 составлен акт о том, что на сайте [http:// http://afroditaekb.ru/](http://afroditaekb.ru/) распространяется информация о массажном салоне «Афродита» и оказываемых в нем услугах.

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, по мнению ФАС России, относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Согласно ст. 1 Закона о рекламе его целями являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В зависимости от порядка распространения в п. 4 ч. 3 ст. 5 Закона об информации выделяется информация, распространение которой в РФ ограничивается или запрещается. При этом в силу п. 1 ст. 7 Закона о рекламе не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством РФ.

По договору возмездного оказания услуг согласно п. 1 ст. 779 ГК РФ исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги.

Объекты гражданских прав, к которым в ст. 128 ГК РФ относится оказание услуг, согласно п. 1 ст. 129 ГК РФ могут свободно отчуждаться или переходить от одного лица к другому в порядке универсального правопреемства (наследование,

реорганизация юридического лица) либо иным способом, если они не ограничены в обороте.

Занятие проституцией образует событие предусмотренного ст. 6.11 КоАП РФ административного правонарушения, а деяния, направленные на организацию занятия проституцией другими лицами, а равно содержание притонов для занятия проституцией или систематическое предоставление помещений для занятия проституцией образует событие предусмотренного ч. 1 ст. 241 УК РФ преступления.

Таким образом, производство и (или) реализация соответствующих услуг запрещены законодательством РФ.

При этом сделка, совершенная с целью, заведомо противной основам правопорядка или нравственности, в силу ст. 169 ГК РФ ничтожна. Согласно п. 2 Определения Конституционного Суда РФ от 08.06.2004 №226-О понятия «основы правопорядка» и «нравственность», как и всякие оценочные понятия, наполняются содержанием в зависимости от того, как их трактуют участники гражданского оборота и правоприменительная практика, однако они не являются настолько неопределенными, что не обеспечивают единообразное понимание и применение соответствующих законоположений. Статья 169 ГК РФ указывает, что квалифицирующим признаком антисоциальной сделки является ее цель, т.е. достижение такого результата, который не просто не отвечает закону или нормам морали, а противоречит - заведомо и очевидно для участников гражданского оборота - основам правопорядка и нравственности. Антисоциальность сделки, дающая суду право применять данную норму ГК РФ, выявляется в ходе судопроизводства с учетом всех фактических обстоятельств, характера допущенных сторонами нарушений и их последствий.

К сделке, совершенной в обход закона с противоправной целью, согласно п. 8 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 №25 подлежат применению нормы гражданского законодательства, в обход которых она была совершена. В частности, такая сделка может быть признана недействительной на основании положений статьи 10 и пунктов 1 или 2 статьи 168 ГК РФ. При наличии в законе специального основания недействительности такая сделка признается недействительной по этому основанию (например, по правилам статьи 170 ГК РФ).

Согласно п. 2 ст. 170 ГК РФ притворная сделка, то есть сделка, которая совершена с целью прикрыть другую сделку, в том числе сделку на иных условиях, ничтожна. К сделке, которую стороны действительно имели в виду, с учетом существа и содержания сделки применяются относящиеся к ней правила.

Прикрываемая сделка согласно п. 87 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 №25 может быть также признана недействительной по основаниям, установленным ГК РФ или специальными законами.

Материалами дела установлено, что в мужском спа-салоне «Афродита» оказываются запрещённые к производству и реализации законодательством Российской Федерации и изъятые из гражданского оборота услуги проституции, причём завуалированные под разрешённые к производству и реализации услуги массажа.

Данный вывод Комиссии основывается на представленных УМВД России по г. Екатеринбургу материалах, а именно: информации (вх.№01-19596 от 30.10.2017) о

том, что 20.10.2017 сотрудниками ОУР УМВД России по г. Екатеринбург, в мужском спа-салоне «Афродита», расположенном по адресу: г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, 120, проведены ОРМ «Проверочная закупка». По результатам их проведения, в отношении «массажистки» данного салона составлен административный протокол по ст. 6.11 КоАП РФ (занятие проституцией).

В рамках взаимодействия УМВД России по г. Екатеринбург и Свердловского УФАС России в Управление представлена копия Постановления по делу об административном правонарушении №5-274/2017 от 16.11.2017, вынесенного Мировой судьей судебного участка №5 Ленинского судебного района г. Екатеринбурга в отношении <...>, признанной виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ст.6.11 КоАП РФ за занятие проституцией в массажном салоне «Афродита» по адресу: г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, 120.

Наличие вступившего в законную силу судебного акта в отношении сотрудницы мужского спа-салона «Афродита», расположенного по адресу: г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, 120, свидетельствует об оказании запрещенных законодательством услуг в указанном салоне.

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

При этом ч.7 ст.5 Закона 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.

Резолютивная часть решения согласно пп. «а» и пп. «б» п. 42 Правил № 508 должна содержать выводы о признании рекламы ненадлежащей и указание на положения законодательства РФ. При этом под ненадлежащей рекламой в п. 4 ст. 3 Закона о рекламе понимается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

Рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч.7 ст.5 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует часть существенной информации об объекте рекламирования, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы относительно характера и существа действительно оказываемых в мужском спа-салоне «Афродита» услуг.

То обстоятельство, что ООО «Авторadio Екатеринбург» направило запрос в адрес ИП <...> о разъяснении, какие именно услуги оказываются в мужском спа-салоне «Афродита», свидетельствует о том, что рекламодатель, во-первых, не смог понять этого из самого рекламного ролика (при этом содержание ответа ИП <...>, изложенное в гарантийном письме от 20.02.2017, в рекламе не приведено), во-вторых, общество самим фактом направления подобного запроса подтверждает имеющиеся у него сомнения в законности деятельности,

осуществляемой в мужском спа-салоне «Афродита», на момент принятия решения о размещении ролика в эфире.

При этом рассматриваемая реклама в совокупности с одновременно распространяемой с ней (с 20.03.2017 по 08.04.2017) посредством сайта <http://afroditaekb.ru/> информацией о массажном спа-салоне «Афродита» и действительно оказываемых в нем услугах (зафиксировано Актом Свердловского УФАС России от 11.10.2017), а также наличием в рекламе фразы «*Запрещено для детей*», не соответствует требованиям п. 1 ст. 7 Закона о рекламе, поскольку по существу является завуалированной рекламой запрещённых к производству и реализации законодательством РФ услуг.

2. В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение п. 1 ст. 7 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В ст. 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5).

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> (ИНН 667117347523, ОГРНИП 315665800017230).

Между ООО «Авторadio Екатеринбург» (исполнитель) и ИП <...> (заказчик) был заключен договор №01/2017 от 01.01.2017, согласно п.1.1. которого исполнитель обязуется оказывать услуги по размещению в эфире радиоканала «Спутник FM» (свидетельство о регистрации СМИ ЭЛ №ТУ 66-01062 от 15.11.2012) представленных заказчиком рекламных материалов.

В ходе рассмотрения дела ООО «Авторadio Екатеринбург» указало, что лицом, определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы, является ИП <...>, который предоставил готовый рекламный ролик.

Данные обстоятельства подтверждаются решением Свердловского УФАС России от 02.03.2018 по делу №109.

3. Административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично (ч. 1 ст. 2.2 КоАП РФ).

Административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть (ч.2 ст. 2.2 КоАП РФ).

Выяснение виновности лица в совершении административного правонарушения осуществляется на основании данных, зафиксированных в протоколе об административном правонарушении, объяснений лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в том числе об отсутствии возможности для соблюдения соответствующих правил и норм, о принятии всех зависящих от него мер по их соблюдению, а также на основании иных доказательств, предусмотренных ч.2 ст.26.2 КоАП РФ.

В силу ч.1 ст. 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

По результатам оценки доказательств в соответствии со ст. 26.11 КоАП РФ должностное лицо Свердловского УФАС России установило, что при распространении рекламы мужского спа-салона «Афродита» с 20.03.2017 по 08.04.2017 в эфире радиостанции «Спутник FM», в которой отсутствует часть существенной информации об объекте рекламирования, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы относительно характера и существа действительно оказываемых в мужском спа-салоне «Афродита» услуг, а также рекламы, которая по существу является завуалированной рекламой запрещённых к производству и реализации законодательством РФ услуг, ИП <...> не осознавал противоправный характер своих действий (бездействия), хотя по обстоятельствам дела у него имелась возможность для соблюдения законодательства о рекламе, ИП <...> мог проконтролировать наличие в рекламе при ее фактическом распространении в эфире радиостанции «Спутник FM» сведений о характере и существе действительно оказываемых в мужском спа-салоне «Афродита» услуг, либо воздержаться от распространения рекламы, то есть ИП <...> совершил административное правонарушение по неосторожности (ч.2 ст.2.2 КоАП РФ).

Материалами административного дела доказано, что лицом, виновным в совершении административного правонарушения, является ИП <...>, поскольку именно его действия (бездействие) как рекламодателя, определившего объект рекламирования и (или) содержание рекламы, привели к нарушению рекламного законодательства.

Таким образом, ИП <...> является виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

4. Обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, не выявлены.

5. Ущерб, причиненный административным правонарушениям, не выявлен.

6. Обстоятельства, исключющие производство по делу (ст.24.5 КоАП РФ), не выявлены. Срок давности привлечения к административной ответственности не истек, поскольку за нарушение законодательства о рекламе (ст.14.3 КоАП РФ) составляет один год со дня совершения административного правонарушения (ч.1 ст.4.5 КоАП РФ).

7. Причины и условия, способствовавшие совершению административного правонарушения, не выявлены.

В соответствии со ст.2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, подлежат административной ответственности как должностные лица.

За совершение должностным лицом предусмотренных ч.1 ст.14.3 КоАП РФ административных правонарушений, установлено административное наказание в

виде наложения административного штрафа в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В рассматриваемой ситуации доказательств наличия каких – либо исключительных обстоятельств, позволяющих квалифицировать правонарушение, совершенное ИП <...>, как малозначительное, не представлено.

Публичный интерес – признанный государством и обеспеченный правом интерес социальной общности, удовлетворение которого служит условием и гарантией ее существования и развития.

Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина (ст. 2 Конституции РФ), в сущности, и составляют публичный интерес.

Распространение рекламы запрещенных законодательством РФ услуг, в которой отсутствует часть существенной информации об объекте рекламирования, при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы относительно характера и существа действительно оказываемых в мужском спа-салоне «Афродита» услуг, по сути, нарушает установленное законом право гражданина на получение необходимой и достоверной информации о таком лице.

Таким образом, должностное лицо Свердловского УФАС России полагает, что совершенное административное правонарушение не может быть квалифицировано как малозначительное.

Немотивированные случаи прекращения производства по делу по малозначительности и освобождения от административной ответственности за допущенные нарушения неизбежно ведут к формированию у подотчетных субъектов халатного отношения к исполнению своих обязанностей, уверенности в собственной безнаказанности.

Необоснованное применение ст.2.9 КоАП РФ противоречит задачам производства по делам об административных правонарушениях, сформулированным в ст.24.1 КоАП РФ, основополагающей из которых является обеспечение исполнения вынесенного постановления.

Согласно введенными Федеральным законом от 03.07.2016 №316-ФЗ ч.3 ст.3.4 и ч.2 ст.4.1.1 КоАП РФ в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей особенной части Кодекса, административное наказание за впервые совершенное административное правонарушение 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 при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса.

При этом 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 (ч.2 ст.3.4 КоАП РФ).

Согласно сведениям, содержащимся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенном на сайте ФНС России, ИП <...> (ИНН 667117347523, ОГРНИП 315665800017230) является субъектом малого предпринимательства (микропредприятие), административное правонарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, выявленное в ходе осуществления государственного контроля, совершено им впервые.

При этом, должностное лицо Свердловского УФАС России полагает, что распространение ИП <...> запрещенной законодательством РФ рекламы сексуальных услуг, оказываемых в мужском спа-салоне «Афродита», способно причинить вред или способствовать возникновению угрозы причинения вреда здоровью людей, рекламируемые незаконные сексуальные услуги также посягают на общественную нравственность, способны нанести вред психическому, духовному и нравственному развитию детей, которые также являются потребителями рекламы, распространенной в общедоступном, в том числе и для несовершеннолетних, радиозфире «Спутник FM» (107,0 МГц).

В соответствии с [пунктом 1 статьи 4](#) Федерального закона от 24 июля 1998 года №124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (далее – Закон о правах ребенка) целями государственной политики в интересах детей являются содействие физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей, воспитанию в них патриотизма и гражданственности, а также реализации личности ребенка в интересах общества и в соответствии с не противоречащими [Конституции](#) Российской Федерации и федеральному законодательству традициями народов Российской Федерации, достижениями российской и мировой культуры, а также защита детей от факторов, негативно влияющих на их физическое, интеллектуальное, психическое, духовное и нравственное развитие.

Государственная политика в интересах детей является приоритетной и основана, в частности, на принципах поддержки семьи в целях обеспечения воспитания, отдыха и оздоровления детей, защиты их прав, подготовки их к полноценной жизни в обществе; ответственности должностных лиц, граждан за нарушение прав и законных интересов ребенка, причинение ему вреда; поддержка общественных объединений и иных организаций, осуществляющих деятельность по защите прав и законных интересов ребенка ([пункт 2 статьи 4](#) Федерального закона).

[Статьей 14](#) Закона о правах ребенка на органы государственной власти Российской Федерации возложена обязанность по принятию мер по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от национальной, классовой, социальной нетерпимости, от рекламы алкогольной продукции и табачных изделий, от пропаганды социального, расового, национального и религиозного неравенства, а также от распространения печатной продукции, аудио- и видеопроизведений, пропагандирующей насилие и жестокость, порнографию, наркоманию, токсикоманию, антиобщественное поведение.

На основании вышеизложенного, с учетом общественно-значимого характера совершенного правонарушения, общественных отношений, на защиту которых направлены требования и ограничения п.1 ст. 7 Закона о рекламе, с учетом поступившего в антимонопольный орган заявления с жалобой на распространение ненадлежащей рекламы, руководствуясь ст. 33 Закона о рекламе, ст. ст. 4.1- 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать **индивидуального предпринимателя <...>** (ИНН 667117347523, ОГРНИП 315665800017230, паспорт: <...>) виновным в совершении административного правонарушения, административная ответственность за которое установлена ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить ему административное наказание в виде административного штрафа в размере **4 000 (четыре тысячи) рублей**.

Статьей 31.5 КоАП РФ предусмотрены отсрочка и рассрочка исполнения постановления о назначении административного наказания.

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд по месту рассмотрения дела в срок, установленный действующим законодательством.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение *десяти суток* со дня вручения или получения копии постановления (ч.1 ст.30.3 КоАП РФ).

Административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее *шестидесяти дней* со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного **ч. 1.1** или **1.3** настоящей статьи, либо со дня истечения срока *отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5* настоящего Кодекса (ч.1 ст.32.2 КоАП РФ).

При неуплате административного штрафа в указанный срок ИП <...> (его представителю) надлежит явиться в первый следующий за ним рабочий день в 10 час. 00 мин. в Свердловское УФАС России (г. Екатеринбург, ул. Московская, д. 11, каб. 220) для составления протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются в соответствии с Приказом Минфина России от 01.07.2013 №65н «Об утверждении Указаний о порядке применения бюджетной классификации Российской Федерации» по следующим реквизитам:

Получатель:

ИНН 6658065103

КПП 665801001

УФК по Свердловской области (Свердловское УФАС России)

Р/с 40101810500000010010 в Уральском ГУ Банка России

БИК 046577001

Назначение платежа: КБК (код бюджетной классификации) – 161 1 16 26 000 01  
6000 140 (Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе)

ОКТМО 65701000

УИН 16172041000001165579

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Согласно ч. 1 ст. 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,

Копия постановления вручена или получена

\_\_\_\_\_  
что подтверждается \_\_\_\_\_.

Постановление (решение от \_\_\_\_\_ по жалобе, протесту) вступило в законную силу \_\_\_\_\_ (ст. 31.1 КоАП РФ).

Заместитель руководителя Управления

<...>