



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде административного штрафа
по делу № 066/04/14.3-2149/2020 об административном правонарушении
(ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ)

02.07.2020

г. Екатеринбург

Заместитель руководителя Свердловского УФАС России <...>, 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 19.05.2020 и иные материалы дела об административном правонарушении в отношении **Общества с ограниченной ответственностью «С-Торг»** (ИНН 6685034792, юр. адрес: 624000, Свердловская обл., Сысертский район, г. Арамиль, ул. Пушкина, 4Б/1, далее – ООО «С-Торг»),

УСТАНОВИЛ:

Поводом к возбуждению дела согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ и примечания к ней явилось непосредственное обнаружение должностным лицом Свердловского УФАС России достаточных данных, указывающих на наличие события совершенного административного правонарушения, а именно, установленный при анализе заявления Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. № 01-2087 от 28.01.2020), факт распространения в газете «Перезон» (выпуск № 26 (78) от 12.12.2019) рекламы зрелищного мероприятия «сМЫШное приключение» следующего содержания: *«сМЫШное приключение. Праздничная программа 27 декабря – 18:00. 3+. Предварительная запись по телефону: 8(343)385-40-04. г. Арамиль, Пушкина, 4Б. 600 рублей, сопровождающий бесплатно (в стоимость включен входной билет, участие в праздничной программе, подарок от Деда Мороза и Снегурочки)»*, нарушающей ч. 10.1 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), что выразилось в размещении рекламы зрелищного мероприятия с указанием знака информационной продукции «3+», который не предусмотрен ч. 3 ст. 6 Федеральным законом № 436-ФЗ от 29.12.2010 «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее – Закон о защите детей от информации).

Дело согласно п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ возбуждено 19.05.2020 путем составления ведущим специалистом-экспертом отдела контроля органов власти Свердловского УФАС России <...> протокола об административном правонарушении (ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ) в отсутствие законного представителя ООО «С-Торг», извещенного в порядке ст. 25.15 КоАП РФ о времени и месте составления протокола, что подтверждается отчетом об отслеживании почтового отправления № 800803471190288, размещенном сайте АО «Почта России» <https://www.pochta.ru/>, согласно которому корреспонденция (исх. № 6604 от 01.04.2020), содержащая информацию о дате и времени составления протокола,

направленная по адресу Общества, указанному в Едином государственном реестре юридических лиц, далее – ЕГРЮЛ (Свердловская обл., Сысертский район, г. Арамиль, ул. Пушкина, 4Б/1), была получена 24.04.2020.

Определением от 19.05.2020 рассмотрение дела назначено на 02.07.2020 в 12 час. 00 мин.

Дело, в соответствии с ч. 3 ст. 25.4 КоАП РФ, рассмотрено 02.07.2020 в отсутствие законного представителя ООО «С-Торг», извещенного в порядке ст. 25.15 КоАП РФ о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается отчетом об отслеживании почтового отправления № 80089448527535, размещенном сайте АО «Почта России» <https://www.pochta.ru/>, согласно которому корреспонденция Свердловского УФАС России (исх. № 10770 от 22.05.2020), содержащая времени и месте составления рассмотрения дела, направленная по адресу Общества, указанному в ЕГРЮЛ (Свердловская обл., Сысертский район, г. Арамиль, ул. Пушкина, 4Б/1), была получена 02.06.2020.

Отводов не заявлено, а обстоятельств, исключающих возможность рассмотрения дела должностным лицом Свердловского УФАС России (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 образуют действие (бездействие), выраженное в нарушении законодательства о рекламе.

В Свердловское УФАС России поступило обращение Управления Роскомнадзора по УрФО (вх. № 01-2087 от 28.01.2020) о распространении в газете «Перезон» (выпуск № 26 (78) от 12.12.2019) при демонстрации сообщения о проведении зрелищного мероприятия «сМЫШное приключение» знака информационной продукции «3+», тогда как Законом о защите детей от информации данной категории информационной продукции не предусмотрено.

Реклама зрелищного мероприятия имеет следующее содержание:



В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации) под информацией понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством Российской Федерации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

Законодательством Российской Федерации, согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации, могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя.

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

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (п. 1 ст. 3 Закона о рекламе).

Объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что в газете «Перезон» (выпуск № 26 (78) от 12.12.2019), размещена информация следующего содержания:



«СМЫШное приключение

Праздничная программа 27 декабря – 18:00

3+

Предварительная запись по телефону: 8(343)385-40-04

г. Арамиль, Пушкина, 4Б

600 рублей, сопровождающий бесплатно

(в стоимость включен входной билет, участие в праздничной программе, подарок от Деда Мороза и Снегурочки)».

Из определения понятия «реклама» следует, что для признания информации рекламой она должна одновременно выполнять несколько условий, а именно:

- быть распространенной любым способом, в любой форме;
- быть адресованной неопределенному кругу лиц;
- быть направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования,

формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данной норме под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Соответственно, распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировании к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя. Под рекламой следует понимать сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям. Реклама призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

В соответствии с п. 1, п. 3 ст. 455 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи, не изъятые из оборота. Условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Пунктом 1 ст. 467 ГК РФ установлено, что если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (ассортимент), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

По мнению специалистов ФАС России, изложенному в Письме от 27.12.2017 №АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама», системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что

объектом рекламирования может выступать тот *товар*, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно *индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров*. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой *информацию о конкретном товаре*, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров. Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке, в том числе в случае размещения такой информации на рекламных конструкциях. Информация, не содержащая указания на объект рекламирования, в том числе наименования организации, названий товаров (работ, услуг), средств индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных, не направленная на их продвижение на рынке и не формирующая интереса к ним, не является рекламой, поскольку такая информация не содержит объекта рекламирования.

Указанная информация соответствует понятию реклама, изложенному в п. 1. ст. 3 Закона о рекламе, поскольку распространена в газете «Перезвон», адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к объекту рекламирования – зрелищному мероприятию: «сМЫШное приключение» (запланированного к проведению 27.12.2019 в 18:00), формирование и поддержание интереса к данному зрелищному мероприятию, и его продвижение на рынке.

В соответствии с ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе, не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона № 436-ФЗ от 29.12.2010 «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Статьей 2 Закона о защите детей от информации, установлены следующие понятия:

знак информационной продукции – графическое и (или) текстовое обозначение информационной продукции в соответствии с классификацией информационной продукции, предусмотренной частью 3 статьи 6 настоящего Федерального закона (п. 2);

зрелищное мероприятие – демонстрация информационной продукции в месте, доступном для детей, и в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, в том числе посредством проведения театрально-зрелищных, культурно-просветительных и зрелищно-развлекательных мероприятий (п. 3);

информационная продукция – предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, посредством информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», и сетей подвижной радиотелефонной связи (п. 5);

Согласно ч. 1 ст. 12 Закона о защите детей от информации, категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

В соответствии с ч. 3 ст. 6 Закона о защите детей от информации классификация информационной продукции осуществляется по следующим категориям информационной продукции:

- 1) информационная продукция для детей, **не достигших** возраста **шести лет**;
- 2) информационная продукция для детей, **достигших** возраста **шести лет**;
- 3) информационная продукция для детей, **достигших** возраста **двенадцати лет**;
- 4) информационная продукция для детей, **достигших** возраста **шестнадцати лет**;
- 5) информационная продукция, запрещенная для детей информационная продукция, запрещенная для детей (информационная продукция, содержащая информацию, предусмотренную ч. 2 ст. 5 настоящего Федерального закона).

Программа «сМЫШное приключение», запланированное к проведению 27.12.2019 в 18:00 по адресу: г. Арамиль, Пушкина, 4Б, является зрелищным мероприятием, а, следовательно, информационной продукцией. Реклама данного мероприятия должна сопровождаться указанием категории данной информационной продукции.

В рассматриваемой рекламе зрелищного мероприятия указан знак информационной продукции «3+», который не предусмотрен частью 3 статьи 6 Закона о защите детей от информации, соответственно знак информационной продукции отсутствует. Следовательно, в рассматриваемой рекламе имеется нарушение ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе.

Кроме того, согласно ст. 42 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» никто не вправе обязать редакцию опубликовать отклоненное ею произведение, письмо, другое сообщение или материал, если иное не предусмотрено законом.

2. За нарушение рекламораспространителем рекламного законодательства ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Управление Роскомнадзора по УрФО в обращении указало, что газета «Перезвон» имеет свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ТУ 66 – 01693 от 01.11.2017. В соответствии со свидетельством о регистрации СМИ ПИ № ТУ 66 – 01693 от 01.11.2017 учредителем газеты является ООО «С-Торг».

Согласно выходным данным газеты «Перезвон» издателем газеты является С-Торг».

Таким образом, рекламораспространителем является издатель газеты «С-Торг» – ООО «С-Торг» (ИНН 6685034792, юр. адрес: 624000, Свердловская обл., Сысертский район, г. Арамиль, ул. Пушкина, 4Б/1, далее – ООО «С-Торг»).

3. Административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность (п.1 ст.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 настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет. Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части КоАП РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в

зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ). Обстоятельства, указанные в части 1 или части 2 статьи 2.2 КоАП РФ, применительно к юридическим лицам установлению не подлежат.

По результатам оценки в соответствии со ст. 26.11 КоАП РФ представленных материалов должностное лицо установило, что ООО «С-Торг» имело возможность распространить рекламные материалы с указанием категории информационной продукции в соответствии с законодательством Российской Федерации, в том числе и в виду того, что никто не вправе обязать редакцию опубликовать отклоненное ею произведение, письмо, другое сообщение или материал, если иное не предусмотрено законом (ст. 42 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»).

Однако ООО «С-Торг» не были приняты все зависящие от него меры для предупреждения правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ (нарушение законодательства о рекламе), не были надлежащим образом исполнены организационно-распорядительные и административные функции, контроль за соблюдением требований законодательства о рекламе (в данном случае, ч. 10.1 ст. 5 Закона о рекламе – размещение рекламы информационной продукции без указания категории данной информационной продукции) не был обеспечен, вследствие чего было допущено вышеуказанное правонарушение.

Доказательств того, что ООО «С-Торг» приняло все зависящие от него меры для соблюдения требований законодательства, в материалах дела не имеется, как и не представлены доказательства объективной невозможности соблюдения требований действующего законодательства.

Таким образом, ООО «С-Торг» виновно в совершении административного правонарушения, ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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

5. Согласно п. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ обстоятельством, отягчающим административную ответственность, признается повторное совершение однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым наказанию за совершение однородного административного правонарушения.

При применении указанной нормы следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной части КоАП РФ (п. 19.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

Согласно ст. 4.6 КоАП, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Постановлением Свердловского УФАС России от 31.01.2019 по делу № 114АПР/18 ООО «С-Торг» (ИНН 6685034792) признано виновным в совершении административного правонарушения, административная ответственность за которое установлена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, ему назначено административное наказание в порядке замены на предупреждение. Указанное постановление вступило в силу 25.03.2019.

П. 2 ч. 1 ст. 4.3 КоАП РФ содержит понятие повторного совершения однородного административного правонарушения, то есть совершение административного правонарушения в период, когда лицо считается подвергнутым наказанию за совершение однородного административного правонарушения (то есть со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении административного наказания).

При применении указанной нормы следует учитывать, что однородными считаются правонарушения, ответственность за совершение которых предусмотрена одной статьей Особенной части КоАП РФ (п. 19.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

Согласно ст. 4.6 КоАП, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Кроме того, согласно правовой позиции, изложенной в п. 11 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если лицо было привлечено к административной ответственности в качестве рекламодателя, последующее совершение данным лицом административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ, не только в качестве рекламодателя, но и рекламопроизводителя или рекламораспространителя следует считать повторным совершением однородного административного правонарушения.

Согласно ст. 4.6 КоАП, лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

Таким образом, ООО «С-Торг» считается подвергнутым административному наказанию за совершение административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ в период с 25.03.2019 по 25.03.2020, при этом совершило рассматриваемое нарушение 12.12.2019.

6. Ущерб, причиненный административным правонарушением, не выявлен.

7. Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не выявлено. Срок давности привлечения к административной ответственности 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). Факт распространения ненадлежащей рекламы зафиксирован в газете в газете «Перезон» (выпуск № 26 (78) от 12.12.2019). Таким образом, срок привлечения к административной ответственности – до 12.12.2020.

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

За совершение юридическим лицом предусмотренных ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административных правонарушений установлено административное наказание в виде штрафа в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления

государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных ч. 2 ст. 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных ч. 2 настоящей статьи.

В соответствии с ч.2 ст.3.4 КоАП РФ, предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Согласно сведениям из Единого государственного реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенного на официальном сайте ФНС России, ООО «С-Торг» (ИНН 6685034792) является субъектом малого предпринимательства (малое предприятие).

Вместе с тем, ООО «С-Торг» считается подвергнутым административному наказанию за совершение административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ в период с 25.03.2019 по 25.03.2020.

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

Малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений (Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»).

Согласно п.18 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного **судам** необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Возможность или невозможность квалификации деяния в качестве малозначительного не может быть установлена абстрактно, исходя из сформулированной в КоАП РФ конструкции состава административного правонарушения, за совершение которого установлена ответственность.

В рассматриваемой ситуации доказательств наличия каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих квалифицировать правонарушение, совершенное ООО «С-Торг», как малозначительное, не представлено.

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.

На основании вышеизложенного, учитывая общественно-значимый характер совершенного правонарушения, с учетом способа распространения, общественных отношений, на защиту которых направлены требования и ограничения, установленные статьей 5 Закона о рекламе, руководствуясь статьями 4.1-4.4, ч. 1 ст. 14.3, статьями 23.48, 24.5, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать **ООО «С-Торг»** (ИНН 6685034792, юр. адрес: 624000, Свердловская обл., Сысертский район, г. Арамиль, ул. Пушкина, 4Б/1) 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 минимальном размере **100 000 (сто тысяч) 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 частью 1.1 или 1.3 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса (ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ).

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ООО «С-Торг» надлежит представить в Свердловское УФАС России надлежащим образом заверенные копии платежных документов.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются 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 01141 01 0003
140 (Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе)
ОКТМО 65701000
УИН 16100500000000576133

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, если указанное Постановление не было обжаловано или опротестовано.

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

<...>