



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

РЕШЕНИЕ

по делу №066/05/19-2706/2022

16 сентября 2022 г.

г. Екатеринбург

Резолютивная часть оглашена 14.09.2022

В полном объеме изготовлено 16.09.2022

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе (Приказ Свердловского УФАС России от 23.08.2017 №283, в ред. Приказа от 24.12.2021 №498):

председатель Комиссии <...> – заместитель руководителя управления,
члены Комиссии <...> – начальник отдела контроля органов власти,
<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти,

при участии:

заявитель - **физическое лицо**, личная явка,

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

ИП <...> (ОГРНИП: 320665800109712, ИНН: 668504721988, дата присвоения ОГРНИП: 13.08.2020, адрес регистрации: <...>), извещен, участие не обеспечено;

- заинтересованное лицо - **ООО «Союз Святого Иоанна Воина»** (ОГРН: 1127746172080, Дата присвоения ОГРН: 13.03.2012, ИНН: 7729705354, КПП: 772901001, 3-й Сегуньский проезд, 10, г. Москва, 119136) - <...> (доверенность от 01.01.2022 №1),

рассмотрев дело №066/05/19-2706/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в июне 2022 г по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29 (у ТЦ «Марс», магазин «Верный») звуковой рекламы розничного магазина одежды «Мир кожи и меха» при помощи звукотехнического оборудования, которое закреплено на столбе, с признаками нарушения ч.3.2 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело №066/05/19-2706/2022 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено Определением от 12.08.2022 (исх.№ДШ/3908/22 от 12.08.2022) по итогам рассмотрения заявления физического лица, и назначено к рассмотрению на 14.09.2022.

Заявитель указала (вх. №№ 299-ЭП/22 от 17.06.2022, 304-ЭП/22 от 17.06.2022) на распространение в июне 2022 г по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29 (у ТЦ «Марс», магазин «Верный») звуковой рекламы розничного магазина одежды «Мир кожи и меха» при помощи звукотехнического оборудования, которое закреплено на столбе. При рассмотрении дела заявитель пояснила, что звуковая реклама транслировалась больше месяца в режиме с 10-00 до 19-00 семь дней в неделю, мешая жителям близлежащих многоквартирных домов, в частности, по ул. Белинского, 143. Из-за шума невозможно было открыть окна в жаркую погоду. Заявитель обращалась к продавцам магазина одежды «Мир кожи и меха» с просьбой убрать звуковую рекламу, но ее просьба была проигнорирована. Также она обращалась в полицию, но результат проверки ей неизвестен. На сегодняшний день звуковая реклама у ТЦ «Марс» не распространяется, но аналогичные случаи были замечены заявителем в других местах города.

ООО УК «Щорса, 29» сообщило (вх.№4081-ЭП/22 от 01.08.2022), что занимается только предоставлением коммунальных услуг собственникам здания. Арендой занимаются собственники торгового комплекса. Владельцем той части здания, по которой возникли вопросы, является ООО «Интер-Люкс».

ООО «Интер-Люкс» сообщило (вх.№4081-ЭП/22 от 01.08.2022), что является собственником нежилых помещений, расположенных по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, д. 29, площадью 1154,90 кв.м., с кадастровым номером 66:41:0501008:77. Указанное помещение сдано в аренду ООО «Союз Святого Иоанна Воина» (ИНН) по договору аренды №66/35 от 28.02.2014. По договору Арендатор вправе сдавать помещения в субаренду (п. 2.4.4.).

ООО «Союз Святого Иоанна Воина» сообщило (вх.№4628-ЭП/22 от 08.08.2022), что часть нежилого помещения по адресу г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29, сдавалась в субаренду индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН 668504721988) по договору субаренды №66Ю/752 от 03.03.2022. К ответу приложены Акты приема-передачи помещения по договору субаренды №66Ю/752 от 03.03.2022 от 28.05.2022 и 16.06.2022.

При рассмотрении дела представитель общества пояснил, что цели, под которые объект был предоставлен в субаренду, были обозначены как «торговля одеждой». Площади брали на 3-5 дней, оформляли шариками. С самим ИП <...> общество не встречалось, контактировало через представителя по телефону. С ИП <...> было заключено несколько договоров субаренды, все для целей продажи одежды. Контроль за субарендаторами осуществляют работники магазинов «Верный», но в данном случае сигналов в головной офис не поступало, жалоба заявителя не передавалась. Общество дорожит своей деловой репутацией, поэтому при наличии жалоб на субарендаторов в последующем на договоренности с ними не идет.

ИП <...> каких-либо письменных объяснений не представил, участие в рассмотрении дела не принял.

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения сторон, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам.

Материалами дела установлено, что в июне 2022 г. по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29 (у ТЦ «Марс», магазин «Верный»), была распространена звуковая реклама розничного магазина одежды «Мир кожи и меха» при помощи звукотехнического оборудования, которое закреплено на столбе, следующего содержания:

№1: *«Добрый день, дамы и господа! Приглашаем всех на распродажу верхней одежды. Сегодня скидки 50 и 70% на кожаные куртки, дубленки, косухи, плащи и пуховики. Акция длится только один день, а количество размеров ограничено. Присутствуют также дополнительные скидки для пенсионеров. Наш вход находится в «Верном» и украшен воздушными шариками специально для поднятия вашего настроения. Ждем всех на закрытие магазина!»*

№2: *«Добрый день, дамы и господа! Приглашаем всех на закрытие магазина «Мир кожи и меха». Сегодня распродажа кожаных курток, дубленок, косух, плащей и пуховиков. Скидки 50 и 70% на весь ассортимент. Наш вход украшен воздушными шариками специально для поднятия вашего настроения. Успевайте! Акция длится только один день, а количество размеров ограничено».*





Законодательством Российской Федерации согласно ч.4 ст.5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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).

Согласно п.1 ст.4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

К объектам гражданских прав относятся вещи (включая наличные деньги и документарные ценные бумаги), иное имущество, в том числе имущественные права (включая безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, цифровые права); результаты работ и оказание услуг; охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальная собственность); нематериальные блага (ст.128 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее - ГК РФ).

В соответствии с письмом ФАС России от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама» 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 Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к рекламной информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке 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.

Таким образом, характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В спорных сообщениях указано наименование конкретного хозяйствующего субъекта - магазин «Мир кожи и меха», сообщены сведения об оказываемых данным лицом услугах - распродажа верхней одежды, о месте нахождения магазина - «в «Верном»», что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его услугу, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя, следовательно, является рекламой.

Кроме того, по своему содержанию информация, доведенная до заявителя посредством сообщений из громкоговорителя, адресована неопределенному кругу лиц - «Дамы и господа!». 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 (Письмо ФАС РФ от 05.04.2007 № АЦ/4624). Гражданин приобретает и осуществляет права и обязанности под своим именем, включающим фамилию и собственно имя, а также отчество, если иное не вытекает из закона или национального обычая (п.1 ст.19 ГК РФ). Имя, полученное гражданином при рождении, а также перемена имени подлежат регистрации в порядке, установленном для регистрации актов гражданского состояния (п.3 ст.19 ГК РФ).

Предложения не являются персональными (в них не поименован адресат, не содержатся сведения о какой-либо услуге, которой мог бы воспользоваться исключительно заявитель), при этом, информация носит обобщенный характер, представляет интерес для неопределенного круга лиц, в связи с чем, к спорным сообщениям применимы требования Закона о рекламе.

В соответствии с **ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе** распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, не допускается.

ФАС России в Письме от 02.11.2021 №КТ/93622/21 «О распространении звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования» указала, что принятие Федерального закона от 26.05.2021 №150-ФЗ «О внесении изменения в ст.19 Закона о рекламе» и его последующее вступление в силу направлены на защиту интересов граждан в целях снижения на них нежелательной информационной нагрузки в виде звуковой рекламы в общественных местах.

Таким образом, с 25.08.2021 запрещается распространение звуковой рекламы, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах любых зданий, строений, сооружений, в том числе не являющихся многоквартирными жилыми домами, и вне зависимости от того, на каком расстоянии от многоквартирных жилых домов расположено такое звукотехническое оборудование.

Как следствие, с 25.08.2021 **распространение звуковой рекламы**, которая распространяется с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах любых зданий, строений, сооружений, в том числе на территориях всех без исключения городских парков, набережных, уличных ледовых катков, иных спортивных площадок, пляжей, городских ярмарок, **не допускается** вне зависимости от заключенных гражданских-правовых договоров на распространение рекламы, а также **вне зависимости от уровня громкости такой рекламы**.

Положения ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе не закрепляют запрет распространения звуковой рекламы в зависимости от способов установки звуковоспроизводящих устройств.

Учитывая изложенное, ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе запрещает распространение звуковой рекламы **на любых конструкциях**, в том числе не являющихся рекламными конструкциями, которые монтируются и располагаются на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений.

Дополнительно разъяснено, что в ч.1 ст.19 Закона о рекламе также содержится указание на «иные технические средства стабильного территориального размещения».

По мнению ФАС России, к иным техническим средствам стабильного территориального размещения следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены **стационарно, прочно связаны с землей**, зданиями, строениями и сооружениями (т.е. с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения.

Таким образом, например, **колонка, воспроизводящая рекламу, которая закреплена на столбе, прочно связанным с землей, подпадает под запрет ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе**.

Опоры ЛЭП — сооружения, на которых на определенной дистанции от земной поверхности размещают провода воздушных линий электропередач, электрооборудование для освещения улиц, заземленные молниеотводы, волоконно-оптические линии связи.

Рассматриваемая реклама противоречит требованиям ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе, поскольку была распространена с использованием звукотехнического оборудования (громкоговорителя), закрепленного на столбе (опоре ЛЭП), прочно связанном с землей.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе, несет рекламораспространитель.

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

Рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>, который заключил Договор субаренды №66Ю/752 от 03.03.2022 с ООО «Союз Святого Иоанна Воина» на часть нежилого помещения по адресу г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29 (Акты приема-передачи помещения по договору субаренды №66Ю/752 от 03.03.2022 от 28.05.2022 и 16.06.2022), где и располагался магазин «Мир кожи и меха», реклама которого распространялась при помощи громкоговорителя, закрепленного на столбе недалеко от входа в магазин.

Резолютивная часть решения по делу согласно пп. «г» п.47 Правил №1922 должна содержать сведения о выдаче предписания (предписаний) с указанием лица (лиц), которому оно выдается.

Согласно п. 49 Правил №1922 при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

При рассмотрении дела заявитель сообщила, что в настоящее время распространение рекламы по адресу г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29, прекращено, в связи с чем, отсутствует необходимость в выдаче предписания.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ст.14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Согласно п.48 Правил №1922 дата изготовления решения по делу в полном объеме считается датой принятия решения по делу.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

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 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.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 - 3.45 Административного регламента № 711/12, ч.1 ст.37 Закона 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.

Согласно ч.1 ст.2.1 КоАП РФ 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.

Для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник, а для оказания юридической помощи потерпевшему - представитель. В качестве защитника или представителя к участию в производстве по делу об административном правонарушении допускается адвокат или иное лицо (ч.ч.1, 2 ст.25.5 КоАП РФ).

Согласно ч.1 ст.25.15 КоАП РФ лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1, ч. 4 ст. ст. 25.5 и п. 3 ч. 4 ст. 28.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, отводы, пользоваться юридической помощью защитника. Защитник допускается к участию в производстве по делу об административном правонарушении с момента возбуждения дела об административном правонарушении, которое считается возбужденным с момента составления протокола об административном правонарушении.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст.33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 42 – 48 Правил №1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу магазина «Мир кожи и меха», распространенную в июне 2022 г. по адресу: г. Екатеринбург, ул. Щорса, 29 (у ТЦ «Марс», магазин «Верный») при помощи громкоговорителя, закрепленного на столбе (опоре ЛЭП), ненадлежащей, нарушающей требования ч.3.2 ст.19 Закона о рекламе, поскольку распространение звуковой рекламы с использованием звукотехнического оборудования, монтируемого и располагаемого на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, не допускается.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. **ИП <...>** (ОГРНИП: 320665800109712, ИНН: 668504721988, дата присвоения ОГРНИП: 13.08.2020, адрес регистрации: <...>) (защитнику) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **21 октября 2022 г. в 12 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность, а также в срок **до 19.10.2022** представить в Управление:

1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);

2) письменные объяснения по факту правонарушения (ст. 26.3 КоАП РФ), в том числе, указать (при наличии) обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, исключаяющие производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ).

Для приобщения к протоколу письменных объяснений (ст. 26.3 КоАП РФ) их надлежит представить в письменной форме и раскрыть в них свою позицию относительно каждого из указанных в решении обстоятельств, подкрепив ее соответствующими доказательствами.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

Решение антимонопольного органа может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения (ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе).

Для оперативности информацию следует предварительно направить по факсу либо на электронную почту Управления (to66@fas.gov.ru с пометкой «для <...>»). В ответе необходимо ссылаться на исходящий номер документа Свердловского УФАС России.

Протокол об административном правонарушении подписывается должностным лицом, его составившим, физическим лицом или законным представителем юридического лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении (ч. 5 ст. 28.2 КоАП РФ).

Согласно ч. 1 ст. 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным законом.

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В соответствии с ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ защитник, допущенный к участию в производстве по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, участвовать в рассмотрении дела, обжаловать применение мер обеспечения производства по делу, постановление по делу, пользоваться иными процессуальными правами в соответствии с настоящим Кодексом.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени юридического и должностного лица, в отношении которого составляется протокол).

Неявка лица до истечения указанного срока не препятствует дальнейшему движению дела об административном правонарушении, протокол об административном правонарушении может быть составлен в отсутствие указанного лица (ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ).

В связи с неблагоприятной эпидемиологической обстановкой в РФ Управление рекомендует воздержаться от личной явки лиц, участвующих в составлении протокола (в том числе, защитников), направив ходатайство (to66@fas.gov.ru) о составлении протокола в их отсутствие с учетом представленных письменных пояснений.

Независимо от формы участия в составлении протокола все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при его составлении.

Кроме того, Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать реквизиты сопроводительного письма к данному документу) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим лицом, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).

Председатель комиссии <...>

Члены комиссии <...>

<...>