

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

625048, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а тел. 50-31-55

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А19/8-14.3

о назначении административного наказания по делу

об административном правонарушении №А19/8-14.3

05.02.2019г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №А19/8-14.3, возбужденного в отношении ИП <...>, ИНН 720408473911, ОГРНИП 306720309300072), в отсутствие ИП <...>., заявившей ходатайство (вх.№883 от 31.01.2019г.) о рассмотрении дела в ее отсутствие, которой права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены в протоколе об административном правонарушении от 22.01.2019г. №А19/8-14.3,

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р18/41-28 от 03.10.2018г. признана ненадлежащей реклама, размещенная на рекламной конструкции (щит, статический) по адресу: г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ / ул. Холодильная, следующего содержания: «5 ПЕСЕН ДО ЦЕНТРА ГОРОДА От дома до центра – 17 минут. Горки. Квартира в ипотеку от 9000 руб. мес. Строймир stm72.ru 600-602», с изображением двух девушек в автомобиле, поскольку в ней нарушены требования частей 1, 3, 7 статьи 28 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс).

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), в рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе, 31.05.2018 г. был произведен осмотр рекламы, размещенной на рекламной конструкции (щит, статический) по адресу: г. Тюмень, ул. 50 лет ВЛКСМ / ул. Холодильная, следующего содержания: «5 ПЕСЕН ДО ЦЕНТРА ГОРОДА От дома до центра – 17 минут. Горки. Квартира в ипотеку от 9000 руб. мес. Строймир stm72.ru 600-602», с изображением двух

девушек в автомобиле. Указанная реклама содержит текст, выполненный мелким светлым шрифтом на белом фоне. В силу своего исполнения указанный текст недоступен к прочтению.

В рассматриваемой рекламе отсутствуют: наименование или имя лица, оказывающего финансовую услугу; сведения о месте размещения проектной декларации; часть существенных условий, влияющих на полную стоимость оказываемых финансовых услуг, а, следовательно, в ней нарушены требования части 7 статьи 5, частей 1, 3, 7 статьи 28 Закона о рекламе.

Согласно статье 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; 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается «любое лицо, которому адресуется реклама или которого она сможет достичь, вне зависимости от того, является ли оно конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем». Экономической целью размещения рекламы, является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем требованиям, предъявляемым к рекламе, где объектом рекламирования является финансовая услуга - кредит (ипотечный кредит).

Рекламная информация: «5 ПЕСЕН ДО ЦЕНТРА ГОРОДА От дома до центра – 17 минут. Горки. Квартира в ипотеку от 9000 руб. мес. Строймир stm72.ru 600-602», выполнена крупным шрифтом, а в нижней части рекламы имеется текст, выполненный мелким нечитаемым шрифтом. Рекламная конструкция расположена вдоль проезжей части, что ограничивает время считывания информации. Из-за размера шрифта и использованной цветовой гаммы часть указанной информации не воспринимается потребителем рекламы.

Особенности размещения рекламы (месторасположение вдоль проезжей части) и ее исполнение (размер, которым написаны существенные условия получения услуги) лишают возможности потребителей рекламы получить полный текст рекламы, делая доступным только основной текст: «5 ПЕСЕН ДО ЦЕНТРА ГОРОДА От дома до центра – 17 минут. Горки. Квартира в ипотеку от 9000 руб. мес. Строймир stm72.ru 600-602», а иные существенные сведения (о наименовании лица, оказывающего финансовые услуги, условия, определяющие полную стоимость кредита для заемщика, сведения о месте и способах получения проектной декларации) не доступны к прочтению, следовательно, в рекламе отсутствует

часть существенной информации для потребителя.

Согласно Постановлению Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ № 58 от 08.10.2012 г., рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако, при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Согласно Закону о защите конкуренции, под финансовую услугу подпадают конкретные услуги, прямо указанные в данном определении, а также иные услуги, связанные с привлечением, размещением денежных средств, но только в случае, если они оказываются финансовой организацией. При этом перечень финансовых организаций содержится в пункте 6 статьи 4 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный перечень является закрытым.

Согласно части 1 статьи 819 ГК РФ, по кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуются предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на нее.

Согласно статьям 1,2,3 Федерального закона от 16.07.1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге имущества)», ипотека представляет собой способ обеспечения обязательств – уплату залогодержателю основной суммы долга по кредитному договору или иному обеспечиваемому ипотекой обязательству полностью либо в части, предусмотренной договором об ипотеке.

Принимая во внимание положение вышеуказанных норм и содержания рассматриваемой рекламы следует, что под ипотекой в рассматриваемом случае следует понимать долгосрочный ипотечный жилищный кредит – кредит или заем, предоставляемый банком (кредитной организацией) для приобретения жилья под залог приобретаемого жилья в качестве обеспечения обязательств.

Кроме того, само содержание спорной рекламы подтверждает ее направленность на привлечение внимания потенциальных заемщиков именно к получению ипотечного кредита на приобретение объекта недвижимости. Таким образом, в рекламе предложены услуги ипотечного кредитования.

Таким образом, рассматриваемая реклама является рекламой финансовой услуги – ипотечного кредита.

Согласно ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Указание соответствующего наименования организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

В силу ч. 1 ст. 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименования некоммерческих организаций, а в предусмотренных законом случаях наименования коммерческих организаций должны содержать указание на характер деятельности юридического лица. Согласно части 3 статьи 54 Гражданского Кодекса РФ, наименование и место нахождения юридического лица указывается в учредительных документах.

Требования Закона о рекламе указывают на необходимость указания в рекламе наименования (с указанием организационно-правовой формы) лица, предоставляющего рекламируемую финансовую услугу, направлены, прежде всего, на то, чтобы потребители могли с достоверностью идентифицировать лицо, предоставляющее такую услугу. Не указание наименования лица, оказывающего финансовую услугу, также не позволяет потребителю с достоверностью идентифицировать лицо ее предоставляющее.

Таким образом, учитывая исполнение рекламы (ее не читаемость) в ней отсутствует наименование лица, оказывающего финансовую услугу – ипотечное кредитование, а, следовательно, в ней нарушены требования части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

Кроме того, исходя из понятия рекламы, реклама предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц, в связи, с чем вся информация, включая обязательные к указанию сведения, должна быть доступной при ознакомлении с самой рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

Учитывая все вышеизложенное, в рассматриваемой рекламе, потребителем может быть воспринята только та часть рекламы, которая выполнена крупным и ярким текстом. Текст, в котором изложены все необходимые в силу закона сведения, остается не доступным потребителю в силу своего исполнения.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе имеется нарушение части 1 статьи 28 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует наименование лица, оказывающего услугу ипотечного кредитования.

Согласно проектной декларации, представленной ООО <...>, в рассматриваемой рекламе, объектом рекламирования выступает строящийся многоквартирный жилой дом в г. Тюмени по ул. Воронинские Горки, со сроком сдачи 4 кв. 2019 г.

Согласно пункту 2 статьи 2 Федерального закона от 30.12.2004 N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты

Российской Федерации" (далее – Закон об участии в долевом строительстве) объект долевого строительства - жилое или нежилое помещение, подлежащее передаче участнику долевого строительства после получения разрешения на ввод в эксплуатацию многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости и входящее в состав указанного многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, строящихся (создаваемых) также с привлечением денежных средств участника долевого строительства.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о долевом участии в строительстве, Застройщик вправе привлекать денежные средства участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иных объектов недвижимости только после получения в установленном порядке разрешения на строительство, опубликования, размещения и (или) представления проектной декларации в соответствии с настоящим Федеральным законом и государственной регистрации застройщиком права собственности на земельный участок, предоставленный для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иных объектов недвижимости, в состав которых будут входить объекты долевого строительства, либо договора аренды, договора субаренды такого земельного участка или в случаях, предусмотренных Федеральным законом "О содействии развитию жилищного строительства" либо подпунктом 15 пункта 2 статьи 39.10 Земельного кодекса Российской Федерации, договора безвозмездного пользования таким земельным участком.

Таким образом, указанный строящийся многоквартирный дом является объектом долевого строительства.

Согласно ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе, реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной Федеральным законом от 30.12.2004 № 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" (далее – Федеральный закон № 214-ФЗ от 30.12.2004), фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Согласно ч. 2 ст. 19 Федерального закона от 30.12.2004 N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" проектная декларация публикуется застройщиком в средствах массовой информации и (или) размещается в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети Интернет) не позднее, чем за четырнадцать дней до дня заключения застройщиком договора с первым участником долевого

строительства, а также представляется в орган, осуществляющий государственную регистрацию прав на недвижимое имущество и сделок с ним, и в указанный в ч. 1 ст. 23 настоящего Федерального закона контролирующий орган.

Застройщик вправе не опубликовывать в средствах массовой информации и (или) не размещать в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования проектную декларацию, если привлечение денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости осуществляется без производства, размещения и распространения рекламы, связанной с таким привлечением денежных средств. В этом случае застройщик обязан представить проектную декларацию любому заинтересованному лицу для ознакомления.

В силу статьи 2 Федерального закона от 30.12.2004 N 214-ФЗ застройщиком признается юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы, имеющее в собственности или на праве аренды земельный участок и привлекающее денежные средства участников долевого строительства в соответствии с настоящим Федеральным законом для строительства (создания) на этом земельном участке многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, за исключением объектов производственного назначения, на основании полученного разрешения на строительство.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе отсутствует информация о месте и способах получения проектной декларации, поскольку она выполнена таким образом, что является недоступной к прочтению, следовательно, в рассматриваемой рекламе нарушены требования части 7 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ч. 1, 7 ст. 28 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

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

Данная реклама размещалась в рамках Договора № 26 размещения наружной рекламы от 18.01.2018 г., заключённого ИП <...> (далее – Заказчик) с ИП <...> (далее – Исполнитель).

Согласно п. 1.1 и п. 1.2 Договора № 26 от 18.01.2018 г., Исполнитель обязуется оказать услуги по размещению демонстрации рекламно-информационных материалов, предоставляемых Заказчиком, на средствах наружной рекламы, а Заказчик обязуется принять оказанные услуги и оплатить их.

Согласно п. 2.3.2 Договора № 26 от 18.01.2018 г., Заказчик обязан обеспечить предоставление рекламно-информационных материалов Исполнителю не позднее, чем за пять календарных дней до даты размещения.

Согласно п. 2.3.5 Договора № 26 от 18.01.2018 г., Заказчик обязан обеспечить на размещение всей информации о рекламируемом товаре или услуге, необходимой в соответствии в Федеральным законом «О рекламе» и Федеральным законом «О техническом регулировании».

Согласно п. 5.10 Договора № 26 от 18.01.2018 г., Заказчик несет полную ответственность за соответствие содержания рекламно-информационных материалов, передаваемых Исполнителю для размещения, действующему законодательству РФ.

Согласно п. 5.11 Договора № 26 от 18.01.2018 г., Заказчик несет ответственность за нарушение принадлежащих третьим лицам прав (включая, но, не ограничиваясь авторскими правами), вызванное размещением материалов, предоставленных Исполнителю.

Таким образом, ИП <...> является агентом, который в целях исполнения Договора от 29.01.2018 г., заключила субагентский договор с ИП <...>, оставаясь ответственным за ее действия перед ООО <...>, а ИП <...> является рекламодателем (субагентом) и несет ответственность за нарушение требований ч. 1, 7 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ – 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 до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, рекламодатель, неся ответственность за распространение рекламы с соблюдением определенных требований, должен обеспечить их соблюдение.

Субъектом административного правонарушения по делу № А19/8-14.3 выступает – ИП <...>ИНН 720408473911, ОГРНИП 306720309300072).

Таким образом, ИП Петрова Ю.В. распространяя вышеуказанную рекламу, совершила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьей 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения – с 01.02.2018г. по 07.08.2018г.

Антимонопольным органом установлено, что ИП <...>при должной внимательности и осмотрительности при распространении рекламы могла предвидеть последствия – возможность нарушения законодательства о рекламе, имела возможность выполнить возложенную на нее обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняла всех зависящих от нее мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Дело об административном правонарушении № А19/8-14.3 в соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ИП <...> правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Совершенное ИП <...> правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающих специальными познаниями.

Состав административного правонарушения, предусмотренный ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным, и для квалификации действий по названной норме не требуется обязательного наступления неблагоприятных последствий.

Наступление общественно опасных последствий в виде причинения ущерба при совершении правонарушений с формальным составом не доказывается, возникновение этих последствий презюмируется самим фактом совершения действий или бездействий.

Административные правонарушения, совершаемые в сфере рекламы, посягают на нарушение установленных законодательством о рекламе требований и предписаний, в связи с чем вред, причиненный этими правонарушениями, наносится общественным интересам, а не конкретным физическим и юридическим лицам.

Общественный вред выражается в пренебрежении установленными законодательством нормами, обязательными для исполнения всеми без исключения лицами.

ИП <...> должна была знать требования законодательства о рекламе, а также меру ответственности за его нарушение.

Учитывая характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, можно сделать вывод о том, что совершенное ИП <...> правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Вместе с тем, Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что 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 частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ИП <...> относится к категории микропредприятие и внесен в реестр 01.08.2016г.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

ИП <...> впервые совершила нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание ИП <...>, в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо

совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ИП <...>. виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить ИП <...> ИНН 720408473911, ОГРНИП 306720309300072) официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

Заместитель

руководителя управления <...>