

Исполнительному директору Общества с ограниченной ответственностью
«РеМаг2» <...>

<...>.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу № 11-14.3ч.1/19 об административном правонарушении

06 марта 2019 года

г. Челябинск

Заместитель руководителя – начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России), Татьяна Михайловна Соболевская, рассмотрев материалы административного дела №11-14.3ч.1/19, возбужденного в отношении исполнительного директора ООО «РеМаг2» <...> (далее – <...>) _____ года рождения, _____ место жительства: _____

_____ ,
паспорт <...> серия _____, номер <...> выдан _____

_____ дата выдачи _____ по факту размещения в системе «Яндекс.Директ» недобросовестной рекламы официального дилера Lexus в г. Магнитогорск Челябинской области, с нарушением требований пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», ответственность за

которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

в отсутствие <...>, извещенного о месте и времени рассмотрения дела № 11-14.3ч.1/19 об административном правонарушении, что подтверждается данными с сайта «Почта России» (получено адресатом), о получении копии Определения о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении № 11-14.3ч.1/19 и продлении срока его рассмотрения (исх. № 1547/08 от 12.02.2019),

в присутствии специалиста 1 разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией Челябинского УФАС России <...>.,

исследовав материалы дела,

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России обратилось физическое лицо с заявлением по факту размещения в системе «Яндекс.Директ» недобросовестной рекламы официального дилера Lexus в г. Магнитогорск Челябинской области.

Из заявления следует, что 16 марта 2018 года маркетологом ООО «УралАвтоХаус М» в поисковой системе «Яндекс» обнаружена реклама следующего содержания: «Хотите купить Mercedes? – Выберите Lexus! Оф.дилер! lexus-magnitogorsk.ru/ официальный дилер. Выгода до 480 000 руб! Приглашаем стать первым обладателем Лексуса в Магнитогорске! Контактная информация +7(3519) 49-04-00, пн-вс 8:00-20:00 Магнитогорск». При активации ссылки происходит перенаправление на официальный сайт дилера автомобилей марки Lexus в г. Магнитогорске Челябинской области.

По мнению Заявителя, размещение такой рекламы может создать у потенциальных потребителей впечатление о том, что автомобили марки Mercedes, официальным дилером которых является Заявитель, по качественным и (или) иным свойствам уступают товару, являющемуся объектом рекламирования, а именно автомобилям марки Lexus.

Общество с ограниченной ответственностью «Яндекс» (далее – ООО «Яндекс») по запросу Челябинского УФАС России представило сведения о том, что размещение указанной рекламы было осуществлено на основании Договора возмездного оказания услуг № <...> от 01.04.2015 (далее – Договор № <...>), заключенного с Обществом с ограниченной ответственностью Управляющая компания «Дэкстра» (далее – ООО УК «Дэкстра»), период размещения рекламы с 16 марта 2018 года по 06 апреля 2018 года.

В соответствии с пунктом 1.1. Договора № <...> ООО «Яндекс» принимает на

себя обязательства оказывать, а ООО УК «Дэкстра» обязуется принимать и оплачивать рекламные услуги, связанные с размещением в сети «Интернет» предоставленных ООО УК «Дэкстра» рекламных материалов третьих лиц (клиентов) в соответствии с условиями Договора и Приложений к нему.

Пункт 1.3. Договора № <...> устанавливает, что ООО УК «Дэкстра» предоставляет ООО «Яндекс» для размещения рекламу своих клиентов.

Из пояснений, представленных ООО «Яндекс», также следует, что для размещения рекламы рекламодателем использовались такие ключевые фразы, как: купить мерседес, mercedes sprinter купить, mercedes s купить, mercedes g купить, mercedes gl купить и иные, в которых содержится слово «mercedes».

ООО УК «Дэкстра» представило письменные пояснения, согласно которым спорная рекламная информация была размещена на основании Договора № 026 от 1 марта 2018 года, заключенный с Обществом с ограниченной ответственностью «РеМаг2» (далее – ООО «РеМаг2»), согласно которому Исполнитель (ООО УК «Дэкстра») производит на основании предоставленной Заказчиком (ООО «РеМаг2») информации по просьбе Заказчика (задание) по электронной почте и на основе сайта Заказчика подготовку рекламных объявлений и предоставляет их по электронной почте на согласование. ООО УК «Дэкстра» также указывает, что согласно условиям Договора № <...> ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации в полном объеме несет Заказчик (ООО «РеМаг2»).

В соответствии с представленными пояснениями ООО УК «Дэкстра», 02 марта 2018 года ООО «РеМаг2» обратилось в ООО УК «Дэкстра» по электронной почте с целью разработки рекламной компании, направив задание, в котором указало необходимость настройки рекламной кампании на конкурентов, среди которых было указание на автомобили марки Mercedes, на основании чего 16 марта 2018 года ООО УК «Дэкстра» запущена спорная рекламная кампания.

ООО УК «Дэкстра» указывает, что спорная реклама размещена по заданию ООО «РеМаг2», которое предоставило, в том числе информацию о проводимой акции, в рамках которой рекламировал на своем сайте акцию – продажу 10 автомобилей Mercedes-Benz и товаров Mercedes (бейсболки) с выгодой до 480 000 рублей и автомобилей Lexus с выгодой до 480 000 рублей. В подтверждение ООО УК «Дэкстра» представило скриншот рекламного баннера со сведениями: «Только в Лексус-Магнитогорск... Хочешь купить Mercedes? Купи у нас с выгодой до 480 000 руб или выбери Lexus!».

ООО УК «Дэкстра» поясняет, что техническая особенность рекламы в системе «Яндекс. директ» заключается в том, что знак «тире» ставится автоматически после определенного количества знаков, если фраза длинная в 1 строчку, а также если количество знаков в одной строке ограничено и слово «или» в 1 строку не входит по технически особенностям

системы рекламы ООО «Яндекс».

По мнению ООО УК «Дэкстра» предложение выбрать Lexus не является отсылкой на то, что данный автомобиль лучше, чем Mercedes, поскольку отсутствует прямое сравнение, отсутствует слово «лучше».

ООО УК «Дэкстра» также указывает, что в техническом задании ООО «РеМаг2» содержалось положение о списке конкурентов, на запрос которых пользователями в поисковых системах должна была отображаться реклама ООО «РеМаг2», среди которых была указана марка Mercedes, на основании чего и был разработан рекламный макет менеджерами ООО УК «Дэкстра».

Кроме того, из пояснений следует, что рекламное объявление было показано 3 пользователям. С учетом чего ООО УК «Дэкстра» считает, что в его действиях отсутствуют признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В материалы дела № 43-08/2018 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «РеМаг2» представлены письменные пояснения, которые поддержаны представителем, согласно которым Общество осуществляет деятельность по торговле автотранспортными средствами, а именно автомобилями марок Lexus и Toyota, на территории г. Магнитогорска по Челябинской области.

ООО «РеМаг2» указывает, что спорная реклама распространялась на основании технического задания к договору, заключенному между ООО «РеМаг2» и ООО УК «Дэкстра», в котором сторонами был определен список ключевых слов, при наборе которых в поисковых системах отображалась реклама со ссылкой на интернет-ресурс ООО «РеМаг2».

Из пояснений также следует, что макет рекламной информации со сведениями: «Хотите купить Mercedes? – Выберите Lexus!...», размещенной в системе «Яндекс.Директ», ООО УК «Дэкстра», являющееся исполнителем по договору, не согласовало с заказчиком (ООО «РеМаг2»), в связи с чем, по мнению представителя Общества, отсутствуют в его действиях признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Кроме того, по мнению ООО «РеМаг2», рассматриваемая рекламная информация не является сравнением, поскольку не позволяет выявить преимущества, либо недостатки одного товара, в данном случае автомобиля определенной марки, над другим, а представляет собой аналогию, приведение которой в рекламе не запрещено законодательством, в связи с чем размещение такой рекламы не может противоречить требованиям Закона о рекламе.

Заявитель, надлежащим образом уведомленный о дате, времени и месте рассмотрения дела, явку законного представителя и (или) представителя по

доверенности не обеспечил, документов и пояснений, имеющих отношение к рассматриваемому делу, не представил.

Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет», регистратором доменного имени «lexus-magnitogorsk.ru» является АО «РСИЦ».

АО «РСИЦ» по запросу Челябинского УФАС России представлены письменные сведения, согласно которым администратором доменного имени «lexus-magnitogorsk.ru» согласно регистрационным данным является Общество с ограниченной ответственностью «Регинас» (далее – ООО «Регинас»), которое осуществляет сотрудничество с АО «РСИЦ» через партнера – Общество с ограниченной ответственностью «Урал Медиа.ру» (далее – ООО «Урал Медиа.ру»).

ООО «Регинас» к материалам настоящего дела приобщена копия ответа АО «Региональный Сетевой Информационный Центр», являющегося администратором доменного имени www.lexus-magnitogorsk.ru, ссылка на который также имеется в спорной рекламе, из которого следует, что с 07.08.2018 года администратором доменного имени является ООО «РеМаг2».

Рассмотрение материалов дела приводит к следующим выводам.

В информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в системе «Яндекс.директ» размещена реклама со сведениями: «Хотите купить Mercedes? – Выберите Lexus! Оф.дилер! lexus-magnitogorsk.ru/ официальный дилер. Выгода до 480 000 руб! Приглашаем стать первым обладателем Лексуса в Магнитогорске! Контактная информация +7(3519) 49-04-00, пн-вс 8:00-20:00 Магнитогорск».

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама – это 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.

Под объектом рекламирования Закон о рекламе понимает 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.

Информация, размещенная в системе «Яндекс. Директ» со сведениями: «Хотите купить Mercedes? – Выберите Lexus! Оф.дилер! lexus-magnitogorsk.ru/ официальный дилер...», формирует и поддерживает интерес к лицу, осуществляющему реализацию автомобилей, в данном случае марки Lexus, следовательно, указанная информация является рекламой и, должна

соответствовать требованиям рекламного законодательства. Рекламный характер данной информации также подтверждается и договором на размещение рекламных материалов с ООО «Яндекс».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

С учетом положений Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление № 58), при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Согласно информации, содержащейся в свободной энциклопедии «Википедии», сравнение представляет собой процесс количественного или качественного сопоставления разных свойств (сходств, отличий, преимуществ и недостатков) двух (и более) объектов. Выяснение, какой из двух (и более) объектов лучше в целом («интегральное сопоставление»), утверждение, что данные объекты равны или подобны, приравнивание, уподобление.

В данном случае, несмотря на отсутствие прямого сравнения, реклама со сведениями: «Хотите купить Mercedes? – Выберите Lexus!» может создать у потенциальных потребителей впечатление о том, что автомобили марки Lexus по каким-либо характеристикам превосходят автомобили марки Mercedes, реализуемые Заявителем, ввиду использования в тексте рекламы сопоставления двух товаров (автомобилей) без указания каких-либо конкретных характеристик путем использования приема «вопрос-ответ» (то есть лучше в целом), что фактически является сравнением.

По изложенным основаниям не принимаются во внимание доводы ООО «РеМаг2» о том, что в рекламе отсутствует сравнение.

Довод ООО УК «Дэкстра» о том, что отсутствует некорректное сравнение, ввиду того, что реклама в системе «Яндекс. Директ» размещена в сокращенном виде, и полная версия показана на сайте ООО «РеМаг2», в подтверждение чего представлены скриншоты, не может быть принят, поскольку из представленных скриншотов невозможно сделать вывод об

адресе интернет-ресурса, дате, времени и лице, получившим указанный скриншот. Кроме того, в соответствии с требованиями Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной, недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются, то есть все существенные условия, присутствующие на сайте продавца автомобилей, должны быть указаны и в рекламе.

Указанная реклама была рассмотрена 24 мая 2018 года на Экспертном совете при Челябинском УФАС России (далее – Экспертный совет).

Перед экспертами поставлен вопрос: «Содержится ли в рекламе некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами?»

Согласно протоколу № 1 заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе от 24 мая 2018 года в голосовании приняло участие 25 человек, из них 16 проголосовали за то, что в рекламе присутствует некорректное сравнение, 8 – против, 1 – воздержался.

С учетом изложенного, реклама со сведениями: Хотите купить Mercedes? – Выберите Lexus!» не соответствует пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку содержит некорректное сравнение с иными товарами, находящимися в обороте.

Распространение указанной рекламы также установлено Решением Комиссии по делу № 43-08/2018 от 20 сентября 2018 года.

Частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрено, что нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-5 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятьсот рублей; должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от ста до пятисот тысяч рублей.

В силу части 3 статьи 2.1 КоАП РФ назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей подлежит административной ответственности (статья 2.4 КоАП РФ).

В соответствии с примечанием к статье 2.4. КоАП РФ руководители организаций, совершившие административное правонарушение в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций, физические лица, являющиеся учредителями (участниками) юридических лиц несут административную ответственность как должностные лица.

В соответствии с письменными пояснениями, представленными ООО «РеМаг2» 27.12.2018 года (исх.№18067), должностным лицом, ответственным за размещение рекламы в системе «Яндекс.Директ» является исполнительный директор ООО «РеМаг2» <...>, в подтверждение чего также представлена должностная инструкция.

В соответствии с Приказом о приеме на работу от 30.12.2008 Тимохин А. Ф. назначен с 30.12.2008 года исполнителем директором Общества

<...>, являясь должностным лицом на момент совершения правонарушения, несет ответственность за нарушения, допущенные Обществом в ходе осуществления хозяйственной деятельности.

<...> совершил административное правонарушение в связи с ненадлежащим исполнением своих организационно-распорядительных функций.

Статья 1.5. КоАП РФ устанавливает, что лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина

Должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей подлежит административной ответственности (статья 2.4 КоАП РФ).

В соответствии с примечанием к указанной статье, совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций, арбитражные управляющие, а также совершившие административные правонарушения, предусмотренные статьями 13.25, 14.24, 14.25, 14.55, 14.56, 15.17 - 15.22, 15.23.1, 15.24.1, 15.26.1, 15.26.2, 15.29 - 15.31, 15.37, 15.38, частью 9 статьи 19.5, статьей 19.7.3 настоящего Кодекса, члены советов директоров (наблюдательных советов), коллегиальных исполнительных органов (правлений, дирекций), счетных комиссий, ревизионных комиссий (ревизоры), ликвидационных комиссий юридических лиц и руководители организаций, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов других организаций, физические лица, являющиеся учредителями (участниками) юридических лиц, руководители организаций, осуществляющих полномочия единоличных исполнительных органов организаций, являющихся учредителями юридических лиц, несут административную ответственность как

должностные лица.

В и н а <...> выразилась в необеспечении выполнения требований законодательства о рекламе при распространении рекламы в сети «Интернет» в системе «Яндекс.Директ» со сведениями: «Хотите купить Mercedes? – Выберите Lexus!..» в результате чего допущено нарушение требований пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

Срок давности привлечения к административной ответственности за административное правонарушение, предусмотренное частью 2 статьи 14.3 КоАП РФ, составляет один год со дня совершения административного правонарушения (часть 1 статьи 4.5 КоАП РФ).

Согласно правовой позиции, изложенной в пункте 5 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда РФ от 8.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» рассматривая дела о привлечении лиц к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе, суды должны учитывать, что срок давности привлечения к административной ответственности начинает течь с момента совершения такого правонарушения, а не с момента принятия антимонопольным органом решения о нарушении законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за административное правонарушение, предусмотренное статьей 14.3 КоАП РФ, начинается со дня совершения административного правонарушения.

Согласно дате предоставления заявления, нарушение рекламного законодательства зафиксировано 28 марта 2018 года.

Таким образом, срок давности привлечения Исполнительного директора ООО «РеМаг2» <...> к административной ответственности за данное нарушение истекает 28 марта 2019 года.

В соответствии с частью 1 статьи 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 КоАП РФ.

Согласно пункту 16.1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 2 июня 2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» в отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет. Следовательно, 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).

Наличие обстоятельств, объективно препятствующих <...> надлежащему соблюдению требований пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, Челябинским УФАС России не выявлено.

У <...> отсутствовали препятствия и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения требований пункта 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе. Однако Тимохина А. Ф. не принял необходимых и достаточных мер по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе.

При таких обстоятельствах <...> признается виновным в совершении административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Обстоятельств, исключающих вину <...> в совершении данного административного правонарушения, а также обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении при совершении данного административного правонарушения, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих и смягчающих административную ответственность, предусмотренных статьями 4.2, 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Должностным лицом Челябинского УФАС России при рассмотрении дела № 11-14.3ч.1/19 об административном правонарушении, возбужденном в отношении Тимохина А.Ф., установлено, что с 01.08.2016 ООО «РеМаг2» включено в Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

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.

В соответствии со статьей 2 указанного закона данные изменения вступают в силу со дня официального опубликования (опубликовано на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 04.07.2016).

В силу 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.

<...> впервые совершил 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, при наличии обстоятельств, установленных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса административное наказание <...> 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 юридического 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., 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать исполнительного директора ООО «РеМаг2» <...> виновным 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 исполнительному директору ООО «РеМаг2» <...> 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 суд общей юрисдикции 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.

Постановление объявлено 06 марта 2019 года в отсутствие <...>.

Заместитель руководителя

<...>

- начальник отдела

