



Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

**о прекращении производства по делу № РШ 90-11/16
об административном правонарушении**

21 декабря 2016 года

№ 03-06/12395

Сыктывкар

<...> Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 08.11.2016 и материалы дела № РШ 90-11/16 о совершении <...> (далее – <...>), <...>, административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 08.11.2016, составленным в отсутствие <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его составления, что подтверждается уведомлением о вручении 24.09.2016 почтового отправления № 16799102833364.

Определением Коми УФАС России от 08.11.2016 № 03-06/10629 рассмотрение дела № РШ 90-11/16 назначено на 23 ноября 2016 года в 16 часов 30 минут.

Копии протокола об административном правонарушении и Определения направлены Коми УФАС России в адрес <...> письмом от 14.11.2016 № 03-06/10630.

На дату рассмотрения дела № РШ 90-11/16 в Коми УФАС России отсутствовали сведения о надлежащем извещении <...> о дате, времени и месте рассмотрения дела № РШ 90-11/16, в связи с чем Определением № 03-06/11156 от 23.11.2016 срок рассмотрения дела продлен, дело № РШ 90-11/16 назначено к рассмотрению на 21 декабря 2016 года в 14 часов 00 минут.

Административное дело рассмотрено 21.12.2016 в отсутствие <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его рассмотрения, что подтверждается уведомлением о вручении от 07.12.2016 почтового отправления № 16799104837308.

Письмом от 20.12.2016 (вх. № 6447 от 20.12.2016) <...> просила рассмотреть дело № РШ 90-11/16 в ее отсутствие.

В ходе рассмотрения настоящего административного дела должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило обращение <...> ФГУП «Госкорпорация по ОрВД» <...> от 09.12.2015 № 14-4122 (вход. № 7045 от 11.12.2015).

Из заявления следует, что реклама следующего содержания: «КомиФинанс, микрозаймы до 20 000, 8800-250-42-15: www.komifinans.ru», содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, поскольку содержит только привлекательную для потребителя рекламы информацию – максимальный размер предоставляемого займа, умалчивая о других условиях займа, являющиеся существенной информацией, кроме того, указанная реклама не содержит наименование или имя лица, оказывающие эти услуги или осуществляющие данную деятельность.

По результатам рассмотрения обращения принято решение о возбуждении рекламного дела. Определением от 17.02.2016 № 03-01/1334 возбуждено дело № Р 09-02/16 по признакам нарушения ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе в отношении <...>

Определением Коми УФАС России от 05.08.2016 № 03-01/7425 к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена <...>

Из материалов рекламного дела № Р 09-02/16 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

Из имеющихся материалов рекламного дела следует, что на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, размещена конструкция с информацией следующего содержания: «КомиФинанс, микрозаймы до 20 000, 8800-250-42-15: www.komifinans.ru» (фотокопии указанной конструкции имеются в материалах рассматриваемого дела).

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, 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.

В письменных пояснениях, представленных в материалы рекламного дела письмом от 08.09.2016 (вх. № 2847эл. от 09.09.2016), <...> указала, что спорная информация не является рекламой.

Комиссия Коми УФАС России, оценив заявленный довод и имеющиеся материалы, пришла к нижеследующим выводам.

Из диспозиции п. 1 ст. 3 следует, что для признания информации рекламой, она должна обладать всеми её признаками, установленным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

В силу п. 2 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.

Исходя их смысла положений Закона о рекламе, реклама должна формировать или поддерживать интерес к объекту рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представлять вниманию потребителей объект рекламы. Признаками рекламы является её способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формирование к нему положительного отношения и закреплении его образа в памяти потребителя.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 Закона о рекламе данный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведения рекламного характера.

Согласно пункту 18 Информационного письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

В соответствии с п. 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, обязательная к размещению в силу закона или размещённая в силу обычая делового оборота, также не является рекламой.

При этом не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей,

связанных с рекламой.

К данным сведениям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, указание на здании в месте нахождения организации её наименования, адреса и режима её работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске законом «О защите прав потребителей», следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы, независимо от манеры её исполнения. Кроме того, указание в месте нахождения организации её профиля деятельности (магазин, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (техника, продукты, мебель) также может быть признано обычаем делового оборота, и на такие информационные конструкции нормы Закона о рекламе не распространяются. Указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе несовпадающего с наименованием организации, также предназначено для идентификации магазина для потребителя не является рекламой.

Вместе с тем, в рассматриваемом случае, как указала ФАС России, конструкция с выражением «КомиФинанс» содержит адрес, а также номер телефона конкретной организации, что направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования, соответственно, такая информация является рекламой.

С учётом вышеизложенного, спорная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: компании «КомиФинанс» и предоставляемым компанией «КомиФинанс» услугам микрозайма до 20 000 рублей, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, является рекламой.

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

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

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе финансовых услуг.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе микрофинансовая организация. Финансовая услуга - это банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Согласно ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» микрофинансовая организация - юридическое лицо, которое осуществляет микрофинансовую деятельность и сведения о котором внесены в государственный реестр микрофинансовых организаций в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом. Микрофинансовые организации могут осуществлять свою деятельность в виде микрофинансовой компании или микрокредитной компании.

Микрозаем - заем, предоставляемый займодавцем заемщику на условиях, предусмотренных договором займа, в сумме, не превышающей предельный размер обязательств заемщика перед займодавцем по основному долгу, установленный настоящим Федеральным законом.

Из содержания вывески, размещённой непосредственно перед входом в здание по адресу: <...>, фотокопия которой присутствует в материалах рекламного дела, имеется возможность идентифицировать лицо, осуществляющее по указанному адресу деятельность микрофинансовой организации «Комифинанс», поскольку указаны <...>.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, размещённой на официальном сайте ИФНС России, за основным государственным регистрационным номером <...> зарегистрировано ООО «Микрофинансовая организация «Комифинанс», адрес места нахождения: <...>. <...> указанного лица является <...>.

Из выписки из ЕГРЮЛ в отношении ООО «Микрофинансовая организация «Комифинанс» следует, что основным видом деятельности Общества является предоставление займов и прочих видов кредита. Согласно информации, размещённой на интернет-сайте www.komifinans.ru, ссылка на который имеется на спорной вывеске, «Комифинанс» оказывает займы для работающего населения, пенсионерам и студентам.

Таким образом, микрозаймы, указанные в рассматриваемой рекламе, предоставляются микрофинансовой организацией, а именно – ООО «Микрофинансовая организация «Комифинанс», которая является финансовой организацией, а его услуги по предоставлению микрозаймов – финансовыми услугами.

Указание реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей и является существенной для потребителя информацией.

В рассматриваемой рекламе отсутствует наименование организации, оказывающей услуги по предоставлению микрозаймов.

В силу ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 и ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Согласно п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий, а также если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

В рассматриваемой рекламе содержится информация о микрозаймах. При этом, указано условие предоставления денежных средств в виде микрозаймов – привлекательная для потребителя рекламы информация: «микрозаймы до 20 000 рублей» (максимальный размер выдаваемого займа), в свою очередь, умалчивая о других условиях займа, являющиеся существенной информацией.

Вместе с тем, согласно информации, размещённой на интернет-сайте www.komifinans.ru, ссылка на который имеется на спорной конструкции, условиями предоставления займа являются следующие условия: до 20 000 рублей, до 20 дней, 2% в день. Таким образом, исходя из изложенного следует, что существуют иные условия, влияющие на стоимость микрозайма.

Отсутствие указанных существенных условий об условиях микрозайма, могут привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.ч. 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, несёт **рекламодатель** и **рекламораспространитель**.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям ч. 7 ст. 5, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, несёт **рекламодатель**.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, если

будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, **рекламодаватель** - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, **рекламопроизводитель** – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

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

Согласно ст. 19 Закона о рекламе владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Рассматриваемая реклама размещена на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, владельцем нежилых помещений на основании Свидетельства о государственной регистрации права от <...> (повторное, взамен свидетельства: серия <...>), является <...> (далее – <...>).

Согласно письменным пояснениям <...>, представленным в материалы рекламного дела письмом от 28.07.2016 (вх. № 3855 от 28.07.2016), владельцем спорной вывески является арендатор нежилого помещения <...>

Согласно договору аренды нежилого помещения от 21.07.2015, заключённому между <...> и <...>, копия которого представлена в материалы рекламного дела, арендодатель – <...> сдаёт арендатору – <...> в аренду помещение по адресу: <...>. Срок действия договора с 21.07.2015 по 21.06.2016.

Определением об отложении рассмотрения дела № Р 08-02/16 от 29.08.2016 у <...> запрашивались документы и письменная информация, опосредующие производство и размещение рассматриваемой рекламы, а также сведения о рекламодателе, рекламопроизводителе и рекламораспространителе рассматриваемой рекламы.

<...> письмом от 09.09.2016 (вх. № 2847эл. от 09.09.2016) сообщила, что запрашиваемыми сведениями не располагает, поскольку, по её мнению, спорная информация не является рекламой.

Из материалов рекламного дела следует, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является <...> Доказательств обратного <...> в материалы рекламного дела не представлено.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что <...> на стадии производства и распространения рассматриваемой рекламы не осуществила надлежащего контроля за соответствием её требованиям Закона о рекламе, следствием чего и стало несоответствие рекламы установленным требованиям.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны <...> не принято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Решением Комиссии от 20.09.2016 № 03-01/8807 реклама следующего содержания: «КомиФинанс, микрозаймы до 20 000, 8800-250-42-15: www.komifinans.ru», размещенная на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела следует, что <...> не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем [законодательства о рекламе](#), за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 – 5 настоящей статьи](#), частью 4 статьи 14.3.1, [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа.

Рассматриваемые действия не подпадают под признаки административных правонарушений, предусмотренных частями 2 – 5 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

С учетом изложенного, <...> допущено административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: период с 21.07.2015 по 04.02.2016.

Место совершения административного правонарушения: <...>

В соответствии со ст. 4.5 КоАП РФ срок привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения правонарушения.

<...>, на которую в силу ст. 38 Закона о рекламе возложена ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе, не предприняла достаточных мер для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, уклонилась от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства, что является, в том числе исключительной зоной ответственности рекламодателя, рекламораспространителя.

В связи с чем, обстоятельств, как исключających возможность соблюдения <...>

требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии ей всех зависящих от неё мер по соблюдению требований рекламного законодательства не усматривается.

Письмом вход. № 5517 от 02.11.2016 <...> направила письменную информацию, согласно которой <...> считает, что не является лицом, в отношении которого должно и может быть возбуждено дело об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, так как она не являлась и не является ни рекламодателем, ни рекламопроизводителем, ни рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Настоящая информация была самостоятельно изготовлена и размещена на стене здания по адресу: <...>, а впоследствии и снята с этой стены <...>. Содержание информации и место ее размещения <...> не согласовывал с <...>

Поскольку содержание спорной информации полностью было определено <...> и он же размещал ее на стене указанного здания, при этом текст указанной информации, ее формат и место размещения с <...> не согласовывались, <...> считает, что ей не было совершено каких-либо действий (бездействия), которые могут быть рассмотрены как нарушение законодательства о рекламе.

Кроме того, согласно условиям договора аренды нежилого помещения от 21.07.2015 <...> у <...> было получено в аренду одно помещение площадью 14 м² под офис, при этом никаких договоров (ни с <...>, ни с иными лицами) по аренде стены здания для размещения какой-либо информации, в том числе и спорной, или по возможности использования какого-либо иного имущества, кроме арендуемого офиса, для размещения какой-либо информации <...> не заключалось.

Учитывая это, а также то, что владельцем спорной информации являлся <...>, <...> считает, что она не может быть признана рекламораспространителем.

В доказательство к письму вход. № 5517 от 02.11.2016 приложено письмо <...>, где он подтверждает вышеуказанные доводы <...>

С учетом заявленных доводов Определением № 03-06/10629 от 08.11.2016 о назначении времени и места рассмотрения дела № РШ 90-11/16 у <...> были запрошены следующие надлежащим образом заверенные документы:

- 1) Доказательства доводов <...>, изложенных в письме вх. № 5517 от 02.11.2016;
- 2) Копии договоров, заключенных с <...>, в том числе копии документов об оплате услуг (счета, счета-фактуры, платежные поручения), копии актов выполненных работ, опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы;
- 3) Копию всей переписки с <...> по вопросу производства, размещения и распространения рассматриваемой рекламы.

В связи с неполучением <...> указанного Определения на момент рассмотрения дела, данные документы были запрошены повторно Определением № 03-06/11156 от 23.11.2016.

В ответ на Определение № 03-06/11156 от 23.11.2016 <...> направила письмо от

20.12.2016 (вход, № 6447 от 20.12.2016), в котором сообщила, что по п. 1 Определения дополнительных доводов и доказательств представить не имеет возможности ввиду их отсутствия, по п.п. 2, 3 каких-либо письменных договоров с <...> не заключалось и переписки не велось, ввиду этого возможности предоставить таковые не имеется.

Таким образом, заявленные доводы <...> не находят своего подтверждения.

Следовательно, вина <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 90-11/16 установлено, что рассматриваемая реклама распространялась на фасаде здания, расположенного по адресу: <...>, в период с 21.07.2015 по 04.02.2016.

В материалах рекламного дела № Р 09-02/16 имеется фотокопия, из которой следует, что распространение ненадлежащей рекламы прекращено.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельства, смягчающего административную ответственность <...>: добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

В соответствии со 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.

Оценив во взаимосвязи и в совокупности имеющиеся в деле доказательства, а также обстоятельства рассматриваемого дела, с учетом характера совершенного правонарушения, отсутствия существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений, отсутствия вредных последствий, должностное лицо считает возможным охарактеризовать рассматриваемое нарушение как малозначительное и освободить <...> от административной ответственности, ограничившись в отношении указанного лица устным замечанием по ст. 2.9 КоАП РФ.

На основании изложенного, в соответствии со ст.ст. 2.9, 4.2, ч. 1 ст. 14.3, ст. 23.48, п. 2 ч. 1 ст. 29.9, ст. 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.
2. Освободить <...> от административной ответственности в связи с малозначительностью содеянного, объявить устное замечание.
3. Прекратить производство по делу № РШ 90-11/16 в отношении <...>.

В соответствии со ст.ст. 30.1 – 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

- 1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;
- 2) после истечения [срока](#), установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление;
- 3) немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

<...>

