

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-883/2022 об административном правонарушении

29 декабря 2022 года

г. Пенза, ул. Урицкого

руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 4/14.3-883/2022, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя, по делу о нарушении пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5; части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», установленном решением Пензенского УФАС России от 28.11.2022 по делу №058/05/5-667/2022, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

УСТАНОВИЛ:

при рассмотрении поступил протокол от 19.12.2022 № 058/04/14.3-883/2022 об административном правонарушении, составленный ведущим специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) в отношении ИП, в совершении которого совершено деяние, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Из протокола об административном правонарушении от 19.12.2022 № 058/04/14.3-883/2022 и материалов дела следует.

Решением Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/5-667/2022 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ИП по факту нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5; части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

Рекламная реклама ИП решением Комиссии Пензенского УФАС России от 28 ноября 2022 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана подлежащей.

В соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение административных правонарушений, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, является поводом к возбуждению дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 настоящего Кодекса.

При рассмотрении дела №058/04/14.3-883/2022 защитник ИП ознакомлен с правами, предусмотренными Конституцией РФ и КоАП РФ.

При рассмотрении настоящего дела защитник ИП поддержал доводы, изложенные в письменных пояснениях от 21.10.2022.

смотрев материалы настоящего административного дела, представленные материалы о нарушении законодательства о рекламе №058/05/5-667/20221, приняв во внимание данные пояснения ИП, прихожу к следующим выводам.

г совершения ИП действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан в результате рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается представленными доказательствами.

Из материалов настоящего административного дела и дела о нарушении законодательства о рекламе № 058/05/5-667/2022 следует, что в Пензенское УФАС России поступило обращение Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации (далее - Волго-Вятское ГУ Банка России) по поводу распространения на фасаде здания и в помещении Ломбарда в клиентской зоне по адресу: г. Пенза, ул. Луначарского, д. 4, пом. 3, на визитке-календаре рекламы ломбарда «Чароит» с признаками нарушения требований ФЗ «О рекламе».

Из представленных Волго-Вятским ГУ Банка России материалов следует, что в целях мониторинга деятельности ООО «Ломбард Чароит» Волго-Вятским ГУ Банка России в рамках своих полномочий осуществлен визуальный осмотр адреса местонахождения ООО «Ломбард Чароит»: г. Пенза, ул. Луначарского, д. 4, пом. 3.

По результатам проведенных мероприятий по указанному адресу установлено, что Ломбард располагается на первом этаже жилого дома. Рядом с входом в помещение Ломбарда расположен двусторонний баннер: «Чароит. Ломбард Скупка Залог от 0,1% в день, Оценка до 2150 руб/гр» (с изображением весов и мужчины в очках, внизу более мелким шрифтом указано «ООО «Ломбард Чароит» ИНН 5834039501, ОГРН 1075834003992 ИП).

В помещении Ломбарда в клиентской зоне размещен баннер с информацией следующего содержания: «Чароит Ломбард Скупка ювелирных изделий полновесный кредит» (с изображением весов и мужчины в очках).

Кроме того, представлена визитка-календарь, полученная от работника Ломбарда, содержащего следующего содержания: «Чароит Полновесный кредит от 0.1% Ломбард Скупка...ИП ООО «Ломбард Чароит» (с указанием адресов и телефонов), «Продажа ювелирных изделий от 100 руб./гр. м-н «Чароит», ул. Кирова, 58А, тел.: 59-51-22».

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространяемая 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, средство его индивидуализации, производитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, проводимые 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 отвечающая требованиям законодательства Российской Федерации.

Информация, распространяемая по адресу: г. Пенза, ул. Луначарского, д. 4, пом. 3 и на визитке, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие идентифицировать ее именно в этом качестве и отличить от информации нерекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к ломбарду, на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуг, оказываемых

бардом, в том числе на осуществление услуги: «скупка ювелирных изделий, залог, ика, полновесный кредит».

Идя из текста рассматриваемой рекламы, объектом рекламирования являются услуги барда.

в соответствии с требованиями части 1 статьи 2 Федерального закона от 19.07.2007 № 196-О «О ломбардах» (далее – ФЗ «О ломбардах») ломбардом является юридическое лицо – специализированная коммерческая организация, основными видами деятельности которой являются предоставление краткосрочных займов гражданам и хранение вещей.

Согласно статье 1 ФЗ «О ломбардах» определено, что ломбард осуществляет кредитование граждан под залог принадлежащих гражданам вещей и деятельности по хранению вещей.

Согласно части 4 статьи 2 ФЗ «О ломбардах» ломбарду запрещается заниматься какой-либо иной предпринимательской деятельностью, кроме предоставления краткосрочных займов гражданам под залог движимых вещей (движимого имущества), принадлежащих гражданину и предназначенных для личного потребления, хранения вещей, сдачи в аренду (аренду) недвижимого имущества, принадлежащего ломбарду на праве собственности (владения, субаренды), осуществления деятельности банковского платежного агента, а также оказания консультационных и информационных услуг.

Согласно указанной норме ломбарды не вправе осуществлять деятельность по скупке и продаже даже движимых вещей.

Согласно данным, содержащимся в ЕГРЮЛ, основным видом деятельности ООО «Ломбард ЗИТ» является деятельность по предоставлению ломбардами краткосрочных займов под залог движимого имущества.

Согласно статье 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Согласно части 7 статьи 5 ФЗ «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.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В рассматриваемой рекламе указано: «...Скупка ювелирных изделий...».

Согласно вышесказанной рекламе ломбарда информация о деятельности, запрещенной в ФЗ «О ломбардах» свидетельствует о том, что в ней содержатся не соответствующие действительности сведения о характеристиках предоставляемых ломбардом услуг, а именно «скупка», что нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

живая довод о том, что на информационных стендах указана информация о лице, рое осуществляет скупку золота и ювелирных изделий, а именно ИП , Комиссия енского УФАС России отмечает следующее.

екламе под коммерческим наименованием «Чароит» указаны виды деятельности: бард скупка (крупными буквами) залог оценка». Из текста рекламы не следует, каким ретно субъектом оказываются указанные услуги.

им образом, в рекламе отсутствует существенная информация о лице, оказывающем ретные услуги, указанные в рекламе. Потребителю важно знать какое лицо делает дожение о скупке золота и ювелирных изделий.

асно Постановлению Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах стики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (пункт 28), ка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего иальными знаниями.

ле того, в рекламе, размещенной в помещении Ломбарда в клиентской зоне, указано: оит Ломбард Скупка ювелирных изделий полновесный кредит» (с изображением весов жчины в очках).

ответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных нсовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти ги (для юридического лица – наименование, для индивидуального предпринимателя – лию, имя, отчество).

ответствии с пунктом 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите уренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») ломбард является финансовой низацией.

ответствии с пунктом 2 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой услугой мается, в том числе, оказываемая финансовой организацией и связанная с лечением и (или) размещением средств юридических и физических лиц.

ама, размещенная в помещении Ломбарда в клиентской зоне, об услугах ломбарда этся рекламой финансовых услуг и должна соответствовать как общим требованиям, дъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 ФЗ «О рекламе», устанавливающей иальные требования к рекламе финансовых услуг.

истемного анализа положений ФЗ «О рекламе» следует, что требование статьи 28 этого на следует применять в совокупности и взаимосвязи с частью 7 статьи 5 Закона.

анные нормы приняты в интересах потребителя, с целью формирования у него зильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом экте (услуге).

те с тем, в рекламе, размещенной в помещении Ломбарда в клиентской зоне, эржится информация об услугах ломбарда, без указания имени лица, оказывающего услуги. То есть в рекламе отсутствует полное наименование лица, оказывающего ые услуги, что является нарушением части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

ебителю важно знать какое лицо делает предложение о займах. Поэтому в рекламе нсовых услуг в обязательном порядке следует указывать наименование или имя лица, ывающего эти услуги.

только в рекламе указана финансовая услуга – «Ломбард...кредит», которая завлечена на формирование у потребителя желания ею воспользоваться, то существенной является также подробная информация, относящаяся к займу (кредиту).

Им образом, отсутствие в рекламе какой-либо существенной части информации об условиях ломбарда приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым займом.

Кроме того, на визитке-календаре содержится информация о кредите от 0,1% (полновесный кредит от 0,1%).

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 Закона о рекламе, реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 3 статьи 28 Закона о рекламе, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием 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) и подлежащую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

Согласно пункту 25 постановления Пленума ВАС РФ N 58 от 08.10.2012 года определено, что к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о величине процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, предварительному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

Согласно разъяснениям ФАС России от 31.07.2014 г. N АД/30890/14 к условиям, определяющим полную стоимость кредита, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения.

Условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)", в состав которых входят общие и индивидуальные условия. В силу названной статьи к условиям, определяющим полную стоимость займа, могут быть отнесены: сумма потребительского кредита (займа); срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа); валюта, в которой предоставляется потребительский кредит (заем); процентная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки - порядок ее определения; иные платежи заемщика, обязанность исполнения которых заемщиком следует из условий договора потребительского кредита (займа).

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 N 353-ФЗ "О потребительском кредите (займе)".

ывая приведенные законоположения, следует признать, что к условиям, определяющим юю стоимость займа, могут быть отнесены: сумма потребительского займа; срок ствия договора потребительского займа и срок возврата потребительского займа; центная ставка в процентах годовых, а при применении переменной процентной ставки ядок ее определения.

ако в рекламе, помимо процентной ставки, не приведены иные условия кредитного вора, определяющие стоимость кредита для заемщика и влияющие на него.

жклеме, сообщаящей лишь привлекательное условие – полновесный кредит от 0,1%, тствует существенная информация обо всех остальных условиях, влияющих на полную мость такого кредита.

териалы дела №058/05/5-667/2022 ООО «Ломбард Чароит» представлены условия доставления займа (оплата услуг ломбарда по предоставлению займа под залог имого имущества с 17.10.2022) согласно которым установлено следующее:

1. оплата услуг ломбарда 0,3% - срок 30 дней, 0,30% от суммы займа в день до 9999 руб;
2. оплата услуг ломбарда 0,28% - срок 30 дней, 0,28% от суммы займа в день от 10 000 до 19999 руб;
3. оплата услуг ломбарда 0,27% - срок 30 дней, 0,27% от суммы займа в день от 20 000 до 49999 руб;
4. оплата услуг ломбарда 0,25% - срок 30 дней, 0,25% от суммы займа в день от 50 000 до 99999 руб;
5. оплата услуг ломбарда 0,18% - срок 61 день, 0,18% от суммы займа в день от 100 000 руб;
6. оплата услуг ломбарда «Первый займ 0,1% в день» - срок 30 дней, 0,1% от суммы займа в день.

де рассмотрения дела установлено, что размер займа «Первый займ 0,1% в день», ваемого на руки составляет от 0,1% в день от суммы оценки закладываемого цества.

довательно, в рассматриваемой рекламе «полноценный кредит от 0.1%», при указании , привлекательного условия кредита (займа) - от 0,1%, умалчиваются фактические вия, способные повлиять на полную стоимость кредита (займа), по которым в барде предоставляются займы под залог вещей, а именно, сведения о сроке действия вора займа, сроке возврата займа. Также отсутствует существенная информация о что займ должен быть взят впервые, размер займа зависит от суммы оценки адываемого имущества.

здение до потребителей рекламы только привлекательных условий выдачи займов при тствии всех остальных условий займа, определяющих окончательную стоимость таких юв для заемщиков и влияющих на нее, лишает их возможности получения информации /словиях получения займов в полном объеме, что приводит к искажению смысла амы и способствует введению в заблуждение потребителей (потенциальных мщиков), имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами займа, и ет привести к неоправданным ожиданиям в отношении сделки, которую потребители зрены заключить, воспользовавшись рекламным предложением, тем самым лишает их ожности принятия правильного решения по выбору финансовой услуги в виде займа.

:ду тем, действующим законодательством о рекламе закреплена обязанность доводить потребителей рекламы все необходимые сведения, способные формировать

зильное (достоверное) представление об объекте рекламирования.

зматриваемая реклама направлена на формирование у потребителей желания пользоваться предоставляемой услугой. В таком случае, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная вызвать ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение приобрести рекламируемый товар.

отсутствие в рекламе всех условий определяющих полную стоимость кредита (займа) является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

указанные нормы права приняты в интересах потребителя с целью формирования у него достоверного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Таким образом, Комиссия Пензенского УФАС России учитывая совокупность имеющихся обстоятельств, в том числе материалы предоставленные в адрес Управления, приходит к выводу о нарушении в рассматриваемой рекламе требований пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5; части 1, пункта 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5, статьей 28 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и его содержание рекламы лицо.

Из представленных в материалы дела документов, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП

Исствия ИП были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по результатам рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5; части 1, пункта 2 части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, изготовителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) нарушение рекламодателем, изготовителем и рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.1, 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

- от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

асно статье 2.4 КоАП РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, т административную ответственность как должностные лица, если настоящим жсом не установлено иное.

асно статье 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной тственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с :полнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

то совершения административного правонарушения: г. Пенза.

ля совершения административного правонарушения: июль-октябрь 2022 года.

им образом, в действиях ИП , содержится состав административного правонарушения, тственность за которое наступает по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

основании части 2 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания ическому лицу учитываются характер совершенного им административного внонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, гчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие инистративную ответственность.

1 рассмотрении дела об административном правонарушении обстоятельствами, гчающими административную ответственность, согласно статье 4.2 КоАП РФ, яются:

совершение административного правонарушения, ответственность за которое ;дусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, впервые;

стоятельств, отягчающих административную ответственность, согласно статье 4.3 КоАП не установлено.

1 рассмотрении настоящего административного дела сведений о тяжелом щественном положении ИП не поступало.

стоятельств, исключающих согласно статье 24.5 КоАП РФ производство по делу об инистративном правонарушении, при рассмотрении административного дела, не ановлено.

оответствии с частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ, административное наказание является ановленной государственной мерой ответственности за совершение инистративного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения ых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

силу ч. 1 ст. 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение инистративного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, ;дусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в тветствии с настоящим Кодексом.

стью 1 статьи 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность в виде инистративного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот ейлей; на должностных лиц – от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических - от ста тысяч рублей до пятисот тысяч рублей.

вместе с тем, в соответствии с ч.1 ст.4.1.1. КоАП РФ 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 ч.1,2 ст.3.4 КоАП РФ предупреждение – мера административного наказания, назначаемая в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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.

В ходе рассмотрения дела не установлено, что ранее ИП привлекалась к административной ответственности.

Совершенное ИП правонарушение не причиняет вреда и не создает угрозу возникновения 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, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также не причиняет имущественный ущерб.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии со статьей 51 Конституции РФ никто не обязан свидетельствовать против себя самого, своего супруга и близких родственников, круг которых определяется федеральным [законом](#). Федеральным [законом](#) могут устанавливаться иные случаи освобождения от обязанности давать свидетельские показания.

Учитывая характер совершенного ИП административного правонарушения, его личное материальное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, руководствуясь статьями 3.2, 3.4, 4.1.1, 4.2, 4.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать в действиях индивидуального предпринимателя наличие состава

линистративного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

азначить индивидуальному предпринимателю наказание в виде предупреждения.