

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 058/04/14.3-217/2024

ОБ АДМИНИСТРАТИВНОМ ПРАВОНАРУШЕНИИ

1 июля 2024 года

г. Пенза, ул. Урицкого, д.

руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области Де, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении №058/04/14.3-217/2024, возбужденного в отношении <...>, на момент совершения правонарушения являющегося генеральным директором Общества с ограниченной ответственностью «М Конкорд» (ИНН 7708311077; ОГРН 1177746163726; далее – ООО «М Конкорд»), по факту нарушения ООО «М Конкорд» требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», установленному решением Пензенского УФАС России от 28.02.2024 по делу № 058/05/18-52/2024, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отсутствие <...>

УСТАНОВИЛ:

при рассмотрении поступил протокол от 27.04.2024 № 058/04/14.3-217/2024 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 <...>, в связи с совершением правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

Из протокола об административном правонарушении от 27.04.2024 № 058/04/14.3-217/2024 и материалов дела следует.

Пензенским УФАС России было рассмотрено дело № 058/05/18-52/2024 о нарушении законодательства о рекламе в отношении ООО «М Конкорд» по факту нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

распространяемая ООО «М Конкорд» реклама решением Комиссии Пензенского С России от 28.02.2024 года в соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» признана ненадлежащей.

в соответствии с частью 1 статьи 28.1 КоАП РФ непосредственное обнаружение «исполнительными» лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, 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 №058/04/14.3-217/2024 <...> не присутствовал. <...> в установленном порядке уведомлен о дате, месте и времени рассмотрения дела №058/04/14.3-217/2024.

Изучив материалы настоящего административного дела, прихожу к следующему.

При совершении ООО «М Конкорд» действий по распространению ненадлежащей рекламы доказан в ходе рассмотрения дела о нарушении законодательства о рекламе и подтверждается представленными материалами.

Из материалов настоящего административного дела и дела о нарушении законодательства о рекламе № 058/05/18-52/2024 следует, что в Пензенское УФАС поступило обращение абонента ПАО «МТС» <...> по вопросу поступления 11.01.2024 в 14:37 телефонного звонка с номера <...>, на номер его телефона <...> с рекламой услуг бесплатного кулинарного мастер класса. Заявитель согласился на размещение рекламы на свой абонентский номер оператору связи или иным лицам. По мнению заявителя, указанные действия по распространению рекламы являются нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе. Заявителем представлена запись телефонного разговора.

В соответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный номер <...> принадлежит оператору ПАО «МТС».

В соответствии с выпиской из реестра Российской системы и плана нумерации телефонный номер <...> принадлежит оператору ООО «Телкомнэт».

При установлении рекламодателем Пензенским УФАС России направлены запросы в ПАО «МТС» (исх. от 17.01.2024 № ЕД/139/24) и в ООО «Телкомнэт» (исх. от 17.01.2024 №ЕД/138/24).

В соответствии с информацией, представленной ПАО «МТС» абонентский номер выделен <...> по договору оказания услуг связи (договор приложен в материалы дела).

Как представлено детализация звонков на абонентский номер <...> за 11.01.2024, согласно которой: 11.01.2024 в 14:37:12 осуществлен звонок с

фонного номера <...>.

асно информации, представленной ООО «Телекомнэт» (оператор) клиентский номер +74<...> с 14.12.2023 выделен Обществу с ограниченной ответственностью «М Конкорд» (ИНН 7708311077; ОГРН 1177746163726; далее – ООО «Конкорд») на основании договора на оказании услуг связи № <...>.

в результате рассмотрения Заявлений по существу и изучения дополнительно представленных доказательств установлено следующее.

клиентский номер заявителя <...> в сети оператора услуг связи ПАО «МТС» принял телефонный звонок с рекламой следующего содержания: «...В вашем городе проводится бесплатный кулинарный мастер класс, на котором вы сможете продегустировать вкуснейшие блюда, пообщаться с лучшими шеф-поварами страны, а в конце получить от нас замечательный подарок. Это будут smart-часы. И так как мероприятие запланировано по всей стране, а ближайшее раз в г. Пензе, хотелось бы уточнить – вы из этого города, правильно?... Отлично. Хочу добавить, что на данный мастер-класс вам будет предоставлено минимум 8 ресторанных блюд. При желании можно будет принять участие в их приготовлении и конечно же все приготовленные блюда вы съедите вместе с другими участниками. Как вам упоминала в начале – за участие в нашем мероприятии вы получите подарок – smart часы, которые дают возможность следить за самыми важными показателями организма, такие как сердцебиение и уровень насыщения кислородом. Единственное условие по которому вы должны соответствовать для участия в нашем мероприятии это ваш возраст, так как по статистике люди от тридцати пяти до семидесяти лет чаще всего имеют проблемы с пищеварением из-за неправильного питания, поэтому хотела бы у вас уточнить – попадаете ли вы в нашу возрастную категорию?... Отлично, хочу добавить, что встреча будет длиться не больше полутора часа. Помимо дегустации мы подготовили для вас кулинарную книгу, где предоставим рецепты вкусных и полезных блюд. Начало нашего мероприятия будет в 10:00. Что касается даты и места проведения, то наше мероприятие состоится в январе – это будет суббота, а за день до встречи я вам перезвоню и сообщу точный адрес...В жизни мы сами нечасто питаемся правильно, поэтому нам важно предоставить каждому гостю возможность продегустировать правильные здоровые блюда. Ведь из-за того, что мы много работаем у нас нет времени правильно питаться... Ну вы же понимаете, для того, чтобы я вас внесла в списки наших гостей и забронировала за вами подаренный подарок, мне нужны ваши имя и фамилия...».

дату и время поступления сообщения: 11.01.2024 в 14:37. Рекламное сообщение поступило с номера <...>

в момент поступления, указанного звонка подтверждается детализацией предоставленных услуг за 11.01.2024, представленной в материалы дела оператором Заявителя – ПАО «МТС».

в материалы дела представлена аудиозапись указанного телефонного звонка, содержание которой показывает, что лицо, осуществившее звонок с телефонного

эра <...>, принадлежащего ООО «М Конкорд», озвучивает информацию о привлечении внимания к мероприятию («...В вашем регионе проводится платный кулинарный мастер класс, на котором вы сможете продегустировать нейшие блюда, пообщаться с лучшими шеф-поварами страны, а в конце получить от нас замечательный подарок. Это будут смарт-часы...»), формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно статье 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» абонент – пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь – любое излучение, передача или прием знаков, звуков, голосовой информации, письменного текста, изображений, звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Таким образом, абонент выступает «пассивной» стороной отношений по передаче информации, он выступает получателем, но не отправителем сообщений.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как адресовывается определенным абонентам.

Несмотря на специфику способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер телефонного звонка.

Следовательно, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом, исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что идентифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного получения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе, из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет сделать вывод о том, что названная информация адресована неопределенному кругу

вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

этом в случае направления посредством телефонного звонка информации, содержащей сведения о товарах, услугах, мероприятиях конкретного лица или о этом лице (сведения об объекте рекламирования), такая информация может являться рекламой, если она носит обобщенный характер, способна вызывать интерес к данному объекту рекламирования не только непосредственно у лица, которому поступила такая информация, но и у иного лица. Такие сведения не носят персонализированного характера, несмотря на свое обращение (упоминание имени и фамилии абонента), представляют интерес для неопределенного круга лиц и являются рекламой.

Учитывая изложенное, Комиссия отмечает, что рассматриваемая реклама не является персональным предложением заявителю, а направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания к мероприятию («...В вашем регионе проводится бесплатный кулинарный мастер-класс, на котором вы сможете продегустировать вкуснейшие блюда, пообщаться с лучшими шеф-поварами страны, а в конце получить от нас замечательный подарок. Это будут смарт-часы...»), имеет целью формирование и поддержание интереса к нему и его продвижению.

Сами по себе текст телефонного звонка не содержит сведений, позволяющих сделать вывод о персональной направленности спорного телефонного звонка.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, наименование или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности и (или) мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из текста телефонного звонка, в котором содержится предложение воспользоваться услугами бесплатного кулинарного мастер-класса, Комиссия приходит к выводу, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования услугам бесплатного кулинарного мастер-класса.

Следовательно, распространитель, осуществляя телефонный звонок, определенному абоненту, имел цель довести до него информацию исключительно рекламного характера, а не какую-либо иную (справочную, личную и т.д.).

Таким образом, на основании вышеизложенного, Комиссия установила, что информация, распространенная посредством осуществления на номер телефона

телефонного звонка, отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством телефонного звонка; адресована неопределенному кругу лиц; завлечена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

ответствии с частью 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, радиотелефонной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Постановлением Арбитражного Суд Российской Федерации в пункте 15 постановления Президиума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал следующее: согласно части 1 статьи 18 Закона о рекламе распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, радиотелефонной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом и адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или факса поступило соответствующее рекламное сообщение. Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламодателя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе курса валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого лица рекламы».

Согласное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно рекламы, обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе» одной из его целей является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы.

Учитывая из положения части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» законодатель, учитывая интересы рекламодателей использовать сети электросвязи для распространения рекламы, а также права и интересы граждан, дал абонентам (адресатам) возможность самим выбирать от каких лиц они готовы получать рекламную информацию подобным способом.

Согласно закреплению в части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» обязанности

амораспространителя получать предварительное согласие абонентов на чтение рекламы является защита граждан от поступления на их телефонные эра, адреса электронной почты нежелательных рекламных телефонных звонков общений (смс, e-mail).

асно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного эра <...>, согласие на получение рекламы он не давал. Доказательств этого в материалах дела не представлено.

занность рекламораспространителя предварительно получить согласие чента на получение рекламы предполагает совершение им действий, авленных на получение согласия абонента, до начала распространения амы по сетям электросвязи, т.е. в случае с распространением рекламы редством телефонного звонка до поступления телефонного звонка на фонный номер абонента.

им образом, в полной мере реализуется цель законодателя оградить чентов от нежелательных звонков, осуществляемых в рекламных целях, в целом, е только от дальнейшего прослушивания рекламной информации после жжения отказа.

е того, распространение рекламной информации посредством сетей тросвязи (телефонного звонка) предполагает со стороны амораспространителя определение абонентов, которым должен быть ршен телефонный звонок.

этом, исходя из части 1 статьи 18 Закона о рекламе согласие на получение амы должно быть получено именно от абонента телефонного номера.

асно пункту 1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» чентом является пользователь услугами связи, с которым заключен договор об ании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или ального кода идентификации.

асно пункту 1 статьи 44.1 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О и» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее – рассылка) на осуществляться при условии получения предварительного согласия чента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно тифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его изъявление на получение рассылки.

е того, как было указано выше, согласие абонента должно быть выражено в ме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на чтение рекламы от конкретного рекламораспространителя.

рассматриваемом случае рекламораспространитель не имел варительного согласия абонента на получение рекламы по сетям тросвязи.

иатором звонка с предложением услуг бесплатного кулинарного мастер-класса на номер Заявителя без его предварительного согласия является ООО «М Конкорд», что подтверждается принадлежностью телефонного номера <...> (звон об оказании услуг связи), сведений, опровергающих данный факт, материалы дела не содержат.

В связи с тем, что Заявитель утверждает, что не давал согласия на распространение рекламы путем осуществления звонка от отправителя <...>, в Пензенском УФАС России сведения и документы о получении отправителем согласия абонента +79023521672 на распространение ему рекламы по сетям радиосвязи отсутствуют, распространение указанной рекламы противоречит положениям части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе».

Доказательств, материалов, указывающих, что ООО «М Конкорд» приняты адекватные меры по соблюдению требований статьи 44.1 Федерального закона «О рекламе», части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» при осуществлении звонка рекламного характера на номер абонента <...>, Пензенским УФАС России при рассмотрении дела не получено, ООО «М Конкорд» не представлено.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Ответственность за нарушение статьи 18 ФЗ «О рекламе» в соответствии со статьей 38 названного закона несет рекламодатель (часть 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Доказательств по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном деле содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя – ООО «М Конкорд».

Таким образом, распространение 11.01.2024 в 14:37:12 посредством телефонного звонка, рекламы товаров и услуг на номер телефона <...>, поступившей с номера <...> с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», является ненадлежащим.

Действия ООО «М Конкорд» были квалифицированы Комиссией Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, как нарушение требований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», а распространяемая реклама признана ненадлежащей.

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации (далее – КоАП РФ) Нарушение рекламодателем, изготовителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 17](#) настоящей

ьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, -
ет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух
ч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до
цати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч
ей.

то совершения административного правонарушения является место
льства заявителя - г. Заречный Пензенская обл.

ля совершения административного правонарушения: 11.01.2024 в 14:37:12 (дата
упления телефонного звонка).

тью 3 статьи 2.1 КоАП РФ определено, что назначение административного
здания юридическому лицу не освобождает от административной
тственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно
и привлечение к административной или уголовной ответственности
ического лица не освобождает от административной ответственности за
юе правонарушение юридическое лицо.

ласно статье 2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит
жностное лицо в случае совершения им административного правонарушения
язи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных
занностей.

:ответствии с выпиской из ЕГРЮЛ в период совершения правонарушения
еральным директором ООО «М Конкорд» являлся <...>

йствия ООО «М Конкорд», выразившиеся в распространении рекламы услуг
платного кулинарного мастер класса («...В вашем регионе проводится
платный кулинарный мастер класс, на котором вы сможете продегустировать
снейшие блюда, пообщаться с лучшими шеф-поварами страны, а в конце
учить от нас замечательный подарок. Это будут смарт-часы...») в виде
ефонного звонка (в частности на номер <...> – 11.01.2024 в 14:37:12) без
учения предварительного согласия абонента на получение рекламы,
ершены под руководством генерального директора ООО «М Конкорд» <...>

>., в связи с занимаемой должностью и возложенными на него полномочиями
жно быть известно о необходимости соблюдения законодательства.

им образом, в действиях должностного лица – генерального директора ООО
Конкорд» <...>содержится состав правонарушения, ответственность за
орое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

к давности привлечения <...> к административной ответственности,
новленный частью 1 статьи 4.5 КоАП РФ за нарушение законодательства
ийской Федерации о рекламе, на момент вынесения постановления не истек.

части возможного применения положений статьи 4.1.1 КоАП РФ,
монопольный орган отмечает следующее.

ть 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ закрепляет, что 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 на субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

По части 2 статьи 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.

По статье 4.6 КоАП РФ лицо, которому назначено административное наказание за совершение административного правонарушения, считается подвергнутым данному наказанию со дня вступления в законную силу постановления о назначении административного наказания до истечения одного года со дня окончания исполнения данного постановления.

в информационной базе платформы «Дело» (ЕИАС-Дело) по состоянию на 03.07.2024 г. присутствуют сведения о привлечении <...>к административной ответственности за совершение однородного административного правонарушения (статья 14.3 КоАП РФ), в частности:

дело № 078/04/14.3-443/2024 Санкт-Петербургское УФАС России – дата постановления 04.04.2024;

дело № 050/04/14.3-2343/2023 Московское областное УФАС России – дата постановления 26.09.2023;

дело № 055/04/14.3-1159/2023 Омское УФАС России – дата постановления 11.01.2023 года (вступило в силу 14.01.2024).

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3 КоАП РФ к числу обстоятельств, смягчающих административную ответственность, относится повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6 КоАП РФ.

Согласно части 1 статьи 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, определенных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с КоАП РФ.

удя из конкретных обстоятельств дела и учитывая характер общественных отношений, на которые посягает нарушитель, прихожу к выводу об отсутствии оснований для признания допущенного административного правонарушения значительным и освобождения Макляка Д.В. от административной ответственности.

в соответствии с пунктом 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающей в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при квалификации правонарушения в составе малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, имущественное положение нарушителя, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения.

Допущенное <...> правонарушение не является малозначительным, поскольку нарушает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы. По указанному правонарушению существует угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо негативных материальных последствий, а в экономическом отношении заявителя к исполнению своих публично-правовых обязанностей.

Виды в действиях <...> правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в полной мере доказано и подтверждено материалами дела.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, не установлено.

При рассмотрении настоящего административного дела сведений о тяжелом общественном положении <...> не поступало.

Обстоятельств, исключающих согласно статье 24.5 КоАП РФ производство по делу об административном правонарушении, при рассмотрении административного дела, не установлено.

В соответствии со статьей 51 Конституции Российской Федерации 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.

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

азательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая характер совершенного генеральным директором ООО «М Конкорд» административного правонарушения, его имущественное положение, состояние здоровья, отягчающие административную ответственность, руководствуясь [статьями 4.1, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10, 29.11](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать в действиях должностного лица – генерального директора ООО «М Конкорд» <...> наличие состава административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Назначить генеральному директору ООО «М Конкорд» <...> наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей 00 копеек.