

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу об административном правонарушении

№ 38-АР-2017

15 ноября 2017 г.
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 10.11.2017 по делу № 38-АР-2017, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП Рябова А.В. (ИНН 213002377673),

в присутствии лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении - ИП Рябова А.В. (личность установлена по паспорту),

УСТАНОВИЛ:

17.07.2017 в адрес Чувашского УФАС России поступили заявления граждан: «...», перенаправленные из Управления Роскомнадзора по Чувашской Республике - Чувашии, с жалобой на недостоверную рекламу компании "REPA", оказывающую услуги по установке натяжных потолков.

Из заявлений следует о распространении компании "REPA", осуществляющей услуги по производству и установке натяжных потолков, рекламы, содержащей недостоверные, не соответствующие действительности сведения относительно ее деятельности, об изготовителе и продавце рекламируемого товара, что вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Решением Чувашского УФАС России от 22.09.2017 по делу № 38-Р-2017 реклама, размещаемая в выпуске журнала "Телнеделя" от

07.08.2017- 13.08.2017 № 31, на рекламных стендах в лифтах многоквартирных домов в границах г.Чебоксары:

Ленинского р-на в период с 02.07.2017 по 17.07.2017, с 17.08.2017 по 02.09.2017;

Калининского р-на в период с 03.07.2017 по 18.07.2017, с 18.08.2017 по 03.09.2017;

Юго западного р-на и микрорайон "Богданка" в период с 04.07.2017 по 19.07.2017, с 19.08.2017 по 04.09.2017;

г.Новочебоксарск в период с 01.09.2017 по 15.09.2017,

признана ненадлежащей в части содержания текста: "первая компанией в Чувашии по количеству положительных отзывов: более 800 письменных отзывов, несколько тысяч устных", "Работаем с 2010 года", поскольку в ней нарушены требования пунктов 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

При этом, ИП Рябов А.В. признан нарушившим требования, определенные пунктами 1, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссия Чувашского УФАС России пришла к указанному решению в силу следующего.

С точки зрения Закона о рекламе, под рекламой понимается 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Информация, распространяемая компанией "REPA", является рекламой, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы.

Заявители просят проверить нарушения требований Закона о рекламе в части размещения компанией "REPA", руководителем

которой является ИП Рябов Андрей Владимирович, недостоверных и ненадлежащих сведений в представленных ими рекламных информациях, а именно в связи с ненадлежащим указанием в рекламном тексте:

1. Лица (изготовителя, продавца), предлагающего услуги по изготовлению и установке натяжных потолков, поскольку обозначение компании "REPA" в официальных источниках регистрации отсутствует, и, следовательно, ее обозначение в рекламе, с целью указания лица, являющегося изготовителем и продавцом товара, является нарушением норм Закона о рекламе.

2. Критерия, согласно которому "REPA" - первая компания в Чувашии по количеству положительных отзывов: более 800 письменных отзывов, несколько тысяч устных".

3. Периода деятельности компании "REPA": "Работаем с 2010 года".

1. Согласно [п. 1 ст. 1225](#) ГК РФ фирменные наименования (только юридических лиц) и коммерческие обозначения предприятий являются различными средствами индивидуализации, которым предоставляется правовая защита. Фирменное наименование коммерческой организации определяется в ее учредительных документах и включается в ЕГРЮЛ при государственной регистрации юридического лица ([п. 1 ст. 1473](#) ГК РФ). Коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и ЕГРЮЛ, могут использоваться юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями для индивидуализации принадлежащих им предприятий ([п. 1 ст. 1538](#) ГК РФ).

Таким образом, коммерческое обозначение представляет собой средство индивидуализации объекта гражданских прав - торгового, промышленного или иного предприятия - имущественного комплекса, который может использоваться как коммерческой организацией, так и индивидуальным предпринимателем.

В силу [пункта 1 статьи 1538](#) ГК РФ юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность (в том числе некоммерческие организации, которым право на осуществление

такой деятельности предоставлено в соответствии с законом их учредительными документами), а также индивидуальные предприниматели могут использовать для индивидуализации принадлежащих им торговых, промышленных и других предприятий коммерческие обозначения, не являющиеся фирменными наименованиями и не подлежащие обязательному включению в учредительные документы и единый государственный реестр юридических лиц.

В соответствии со ст.1539 ГК РФ правообладателю принадлежит исключительное право использования коммерческого обозначения в качестве средства индивидуализации принадлежащего ему предприятия любым не противоречащим закону способом (исключительное право на коммерческое обозначение), в том числе путем указания коммерческого обозначения на вывесках, бланках, в счетах и на иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках, в сети "Интернет", если такое обозначение обладает достаточными различительными признаками и его употребление правообладателем для индивидуализации своего предприятия является известным в пределах определенной территории.

Таким образом, законодательство РФ не требует государственной регистрации коммерческого обозначения. Коммерческое обозначение - это единственное из охраняемых средств индивидуализации, которое не подлежит регистрации. Поэтому факт наличия критериев для возникновения исключительного права использования коммерческого обозначения может быть установлен только в процессе правоприменительной практики (в судебном или административном порядке) на основании документов, подтверждающих фактическое использование коммерческих обозначений.

Срок действия исключительного права на коммерческое обозначение такой же, как и срок существования организации, которой он принадлежит. Однако следует учитывать, что согласно [п. 2 ст. 1540](#) ГК РФ исключительное право на коммерческое обозначение прекращается, если правообладатель не использует его непрерывно в течение года.

В рамках дела определено, что логотип «Рера» является коммерческим обозначением ИП Рябова А.В., индивидуализирующее работы и услуги, выполняемые данным индивидуальным предпринимателем. Факт право обладания ИП

Рябовым А.В. коммерческого обозначения "REPA", установлен Комиссией, в том числе, из содержания рекламных статей, опубликованных в вышеуказанных печатных изданиях, в которых усматривается, что именно ИП Рябов А.В. является руководителем компании "REPA". Данное обстоятельство подтверждается материалами рассматриваемых заявлений. Кроме того, данный факт подтвержден ИП Рябовым А.В. согласно представленному в Комиссию договору на оказание услуг по разработке фирменного стиля, заключенному 17.06.2014 между ИП Рябовым А.В. и гражданкой Петровой О.А. Предметом договора является разработка фирменного стиля деятельности ИП Рябова А.В.- изображение репы и логотип "REPA".

В связи с чем, ИП Рябов А.В. использует данное коммерческое обозначение на вывеске офиса, на Интернет-ресурсах (https://vk.com/potolki_cheb, <http://potolkirepa.ru/>), в доменном имени, при оформлении услуг (в договорах, на бланках документов и т.д.), а также в рекламной информации.

Таким образом, ИП Рябов не вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно того, что он является руководителем компании, имеющей коммерческое обозначение "REPA" и правообладателем обозначенного в рекламе логотипа "REPA".

Резюмируя изложенное, Комиссия считает, что использование в рекламе коммерческого обозначения "REPA" является исключительным правом ИП Рябова А.В. и не может расцениваться как нарушение Закона рекламе.

2. Согласно представленным заявлениям текст реклама компании "REPA", опубликованной в выпуске журнала "Телнеделя" от 02.08.2017 № 31 и размещаемой на рекламных стендах в лифтах многоквартирных домов в границах г.Чебоксары содержит недостоверные сведения и некорректное сравнение деятельности компании "REPA" с деятельностью иных изготовителей натяжных потолков на рынке реализации аналогичной продукции, позиционируя себя "первой компанией в Чувашии по количеству положительных отзывов: более 800 письменных отзывов, несколько тысяч устных".

Данное обстоятельство указывает на некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами,

которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, поскольку в рекламе отсутствует наличие объективного подтверждения, указанному в рекламе.

Из содержания представленной рекламной информации усматривается следующее.

Предлагаются натяжные потолки, с указанием на то, что компания "REPA" "первая компания в Чувашии по количеству положительных отзывов: более 800 письменных отзывов, несколько тысяч устных".

[Частью 1 статьи 5](#) Закона о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Оценка рекламной информации, как правило, осуществляется с позиции рядового потребителя, не обладающего специальными знаниями, которые в данном случае ориентируются на содержание текста рекламы.

Потребители спорной рекламы, не обладающие специальными познаниями в области лингвистики, понимают рекламу буквально: "первая компания в Чувашии по количеству положительных отзывов" - это самая первая компания в регионе Чувашии среди хозяйствующих субъектов, производящих и реализовывающих аналогичные товары, имеющая положительные отзывы.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума № 58 от 08.10.2012 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, считается недостоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Рассматриваемая реклама содержит указание на критерий, по

которому осуществляется сравнение: "по количеству положительных отзывов: более 800 письменных отзывов, несколько тысяч устных".

В целях подтверждения указанного критерия ИП Рябовым А.В. представлены в Комиссию пояснения, согласно которым следует.

Компания "REPA" «первая компания в Чувашии по количеству положительных отзывов», что подтверждается произведенным ИП Рябовым А.В. анализом статистики отзывов конкурирующих организаций, индивидуальных предпринимателей, находящихся в одном сегменте рынка в Чувашской Республики. При этом, согласно пояснению следует, что данный анализ включал подсчет количества положительных отзывов, размещенных в социальных сетях Интернет и показал, что у ИП Рябова А.В. в сфере установки натяжных потолков имеется наибольшее количество положительных отзывов.

В подтверждение изложенного, ИП Рябовым А.В. представлены данные материалов, полученные с сайта 10 организаций, осуществляющих установку натяжных потолков в одном сегменте рынка в Чувашской Республики.

Представленный довод не был принят Комиссией во внимание ввиду следующего.

Заявление о преимуществах, в том числе, утверждение «первый», должно иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование.

Из представленного ИП Рябовым А.В. пояснения следует, что им осуществлен анализ 10 организаций и одного источника информации - социальной сети Интернет.

В данном случае информация, предоставленная ИП Рябовым А.В., основана на не объективном анализе результатов исследования положительных отзывов деятельности лиц, осуществляющих услуги натяжных потолков, поскольку проведенный ИП Рябовым А.В. анализ произведен, во - первых, исследованиями узкого круга лиц, во - вторых, узкого источника информации - исключительно по данным социальной сети Интернет.

При этом, из содержания рекламы следует, что компания позиционирует себя первой компанией в Чувашии по количеству положительных отзывов, с указанием конкретного критерия: более 800 письменных отзывов, несколько тысяч устных".

Доказательств, подтверждающих количество положительных письменных и устных отзывов иных изготовителей натяжных потолков на рынке реализации аналогичной продукции в рамках рассмотрения дела ИП Рябовым А.В. не представлено.

Закон о рекламе не запрещает сравнивать рекламируемый товар (услугу) с товарами (услугами) иных изготовителей или продавцов. Однако приведенное в рекламе сравнение должно быть корректным, правильным, основано на достоверных данных, а сравниваемые параметры должны быть сопоставимыми.

Реклама, в целях привлечения внимания потенциальных потребителей, с указанием на недостоверную информацию, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы, которые в данном случае ориентируются на содержание текста рекламной статьи: " первая компания в Чувашии по количеству положительных отзывов".

В силу [пункта 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не допускается.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит нарушения требований, установленные [пунктом 1 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе, поскольку не имеет объективное подтверждение того, по которому осуществлялось сравнение, имеющего значение: "первой компанией в Чувашии по количеству положительных отзывов: более 800 письменных отзывов, несколько тысяч устных".

3. Кроме того, согласно представленным заявлениям следует, что реклама компании " REPA ", опубликованная в выпуске журнала "Телнеделя" от 02.08.2017 № 31 и размещаемая на рекламных стендах в лифтах многоквартирных домов в границах г.Чебоксары содержит не достоверные сведения в части указания периода деятельности данной организации, а именно в содержании рекламы усматривается информация: "Работаем с 2010 года".

Заявители указывают, что данный факт является недостоверным, поскольку деятельность компании "REPA" осуществляет ИП Рябов Андрей Владимирович, при этом, согласно данным Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей с сайта ИФНС России, Рябов А.В. зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя (ИНН 213002377673) 25.02.2014.

Согласно представленным ИП Рябовым А.В. в рамках дела пояснениям следует, что информация, указанная в рекламе «работаем с 2010 года», соответствует действительности. Именно в 2010 году Рябов А.В., как физическое лицо, впервые установил натяжной потолок у заказчика-физического лица. В доказательство изложенного ИП Рябовым А.В. представлен договор от 08.09.2010, заключенный между гражданином «...» на работы по осуществлению монтажа натяжных потолков.

В своем пояснении ИП Рябов А.В. указывает, что в дальнейшем им с 2010 года заключались сделки разового характера по установке натяжных потолков. В качестве подтверждения изложенного ИП Рябовым А.В. представлены следующие документы.

Договор от 11.07.2011, заключенный между гражданином «...», и договор от 10.11.2013, заключенный между гражданином «...» на работы по осуществлению монтажа натяжных потолков.

Данный довод Комиссия не приняла во внимание, ввиду следующего.

В данном случае, из текста рекламы следует, что компания "REPA" информирует: "Работаем с 2010 года".

При этом, согласно представленным документам, Комиссией установлено, что рассматриваемая реклама указывает не на опыт работы компании, а на количество лет работы Рябова А.В., зарегистрированного в качестве индивидуального предпринимателя, согласно данным Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей с сайта ИФНС России, 25.02.2014.

Оценка рекламной информации, как правило, осуществляется с позиции рядового потребителя, не обладающего специальной информацией. Реклама, в целях привлечения внимания потенциальных потребителей, с указанием на недостоверную информацию, искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы. В данном случае из содержания рекламы до потребителей доведено и воспринимается ими однозначно, что компания " REPA работает с 2010 года.

В соответствии с [пунктом 20 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или продавце рекламируемого товара. На основании изложенного, данная реклама содержит нарушения, установленные [пунктом 20 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе, в связи

с тем, что содержит не достоверные сведения о периоде деятельности продавца рекламируемого товара. Распространение недостоверной рекламы влечет за собой ответственность в соответствии с Законом о рекламе.

Согласно пункту 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований п. 1 ч.3 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

В смысле [Закона](#) о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5.ст.3 Закона о рекламе).

Учитывая имеющуюся информацию, определено, что продавцом товара, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, является ИП Рябов А.В., следовательно, в данном случае, ИП Рябов А.В. является рекламодателем данной рекламы.

В результате представленных пояснений и документов, Комиссия пришла к выводу, что ИП Рябов А.В. нарушил п. 1 ч.3 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Учитывая изложенное, действия ИП Рябова А.В. по распространению вышеуказанной рассматриваемой рекламы, нарушающие требования Закона о рекламе, образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок в области предпринимательской деятельности и деятельности саморегулирующей организации.

Объективная сторона состоит в нарушении законодательства о рекламе.

Субъектом административного правонарушения является ИП Рябов А.В. Субъективная сторона выражается в форме вины, т.к. ИП Рябов А.В. должен был знать и соблюдать законодательство Российской Федерации о рекламе, однако, в ходе осуществления своей деятельности допустил нарушение требований действующего законодательства.

В соответствии со статьей 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Должностным лицом является лицо, постоянно, временно или в соответствии со специальными полномочиями осуществляющее функции представителя власти, то есть наделенное в установленном законом порядке распорядительными полномочиями в отношении лиц, не находящихся в служебной зависимости от него, а равно лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, совершившие административные правонарушения, несут административную ответственность как должностные лица, если настоящим Кодексом не установлено иное.

Таким образом, ИП Рябов А.В. по смыслу статьи 2.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях является должностным лицом, без образования юридического лица, и, следовательно, несет ответственность за соблюдение требований Закона о рекламе.

ИП Рябов А.В. виновен в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку он не предпринял необходимых мер по соблюдению требований, установленных п. 1 ч.3 ст.5, п.20 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе», которые требуются от рекламодателя, совершив тем самым административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение

рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 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 лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

В соответствии с частью 2 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Из материалов настоящего дела видно, что ИП Рябов А.В. виновен в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку он имел возможность не допустить совершение административного правонарушения, однако при отсутствии объективных, чрезвычайных и непреодолимых обстоятельств не предпринял все зависящие от него меры для соблюдения требований Закона о рекламе, хотя должен был предвидеть возможность наступления вредных последствий своих действий, но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывал на их предотвращение.

В соответствии со статьей 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» 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.

Совершенное ИП Рябовым А.В. правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

При назначении наказания ИП Рябову А.В. учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное положение физического лица. Обстоятельства, отягчающие административную ответственность, отсутствуют.

По сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательств, размещенного на официальном сайте Федеральной налоговой службы в информационно - телекоммуникационной сети Интернет по адресу: <https://www.nalog.ru>, ИП Рябов А.В. указан в качестве микропредприятия.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении

изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», вступившим в силу 04.07.2016, Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнен статьей 4.1.1, предусматривающей замену административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение 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.

Согласно части 2 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

Руководствуясь [частью 2 статьи 3.4](#), [частями 1, 3 статьи 4.1](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, принимая во внимание, что ИП Рябов А.В. осуществляет деятельность без образования юридического лица, к административной ответственности, предусмотренной ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, ранее не привлекался, а также в отсутствие доказательств 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, имущественного ущерба, а также отягчающих ответственность обстоятельств, учитывая совершение вменяемого административного правонарушения впервые, прихожу к выводу о возможности применения к нему меры административной

ответственности в виде предупреждения.

По правилам ч. 1 ст. 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение - мера административного наказания, выраженная 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.

Определяя степень ответственности ИП Рябова А.В., считаю возможным применить к нему меру административного наказания в соответствии со статьей 3.4, 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

На основании изложенного, руководствуясь ст.ст. 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ИП Рябова А.В. виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ИП Рябову А.В. меру административного наказания в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики в течение 10 дней с момента получения или вручения 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.

«...»