

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 122р-17/52-04-2017р

об административном правонарушении

«29» ноября 2017 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 122р-17/52-04-2017р от 04.09.2017 г., составленный <...> – главным специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении должностного лица – <...> – генерального директора общества с ограниченной ответственностью микрокредитная компания «Капуста К» (далее по тексту – ООО МКК «КАПУСТА К») <...> г.р., место рождения – <...>, зарегистрирован – <...>; место работы – генеральный директор ООО МКК «КАПУСТА К»; документ, удостоверяющий личность – паспорт серия <...> номер <...> <...> г., ИНН <...>; в связи с нарушением ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛ:

Решением Кировского УФАС России по делу № 52/04-2017р от 20 июля 2017 года (в полном объеме решение изготовлено 25 июля 2017 года) в действиях ООО МКК «КАПУСТА К» был установлен факт нарушения ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), выразившийся в распространении рекламы: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, размещена реклама следующего содержания: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», которая содержит признаки нарушения ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» (Акт фиксации рекламы от 10.02.17).

Согласно ст. 3 Федерального закона «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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Ур-жум, ул. <...>, следующего содержания: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей,

займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», адресована неопределенному кругу лиц, в том числе пешеходам, пассажирам и водителям транспорт-ных средств, поскольку размещена рядом с тротуаром, вблизи от проезжей части дороги, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (финансовым услугам, предоставляемым ООО МКК «КАПУСТА К» - займы), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке, соответствует требованиям статьи 3 Федерального закона «О рекламе» и, таким образом, является рекламой.

Также стоит отметить, что указанная спорная информация была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области. Согласно данным протокола заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Кировской области, члены Экспертного Совета единогласно пришли к выводу о том, что информация: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенная на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, носит рекламный характер, так как побуждает потребителя к действию по приобретению товаров и услуг, что и является конечной целью рекламы.

Требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу финансовых услуг и финансовой деятельности. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются услуги либо деятельность, относящиеся к финансовым.

Согласно пункту 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - 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.

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Согласно статье 2 Федерального закона от 02.07.2010 N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях», микрокредитная компания - вид микрофинансовой организации, осуществляющей микрофинансовую деятельность с учетом установленных частями 1 и 3 статьи 12 настоящего Федерального закона ограничений, имеющей право привлекать для осуществления такой деятельности денежные средства физических лиц, являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), а также юридических лиц.

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленным Федеральным законом «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые микрокредитными компаниями услуги по привлечению денежных средств (выдача займов) являются финансовыми услугами.

Объектом рекламирования спорной рекламы является услуга – выдача займов.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги (займ) связаны с привлечением либо размещением денежных средств физических лиц, что позволяет идентифицировать их в качестве финансовых, на

рекламу которых распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального 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 юри-дического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Таким образом, необходимость информирования потребителя направлена на формирование у него правильного (достоверного) восприятия о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Таким образом, отсутствие наименования лица, предоставляющего финансовую услугу, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Согласно статье 54 Гражданского кодекса Российской Федерации наименование юридического лица состоит из организационно - правовой формы и фирменного наименования.

В соответствии со статьей 5 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» наименование микрокредит-ной компании должно содержать словосочетание «микрокредитная компания» и указание на ее организационно-правовую форму. Спорная реклама содержит только фирменное наименование «КАПУСТА», без указания организационно-правовой формы и указания на ее деятельность как микрокредитной компании. Таким образом, наименование лица, предоставляющего финансовую услугу - займы, отсутствует, что является нарушением ч. 1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального 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 получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», 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.

Статья 432 Гражданского кодекса Российской Федерации к существенным относит условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением займа, пользованием им и погашением займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость займа и влияющие на нее.

Указание условий оказания финансовых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Как было установлено, в спорной рекламе содержались сведения о процентной ставке по займам (от 0,9 %) и сумме займа (От 500 до 15000 рублей). Информация о сроке предоставления займа, максимальной процентной ставке, влияющая на его фактическую стоимость и расходы вкладчика, в рекламе отсутствовали, что является нарушением п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно пункту 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» реклама должна отвечать критериям достоверности, которые имеют объективное подтверждение в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Согласно Толковому словарю русского языка (под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю. Шведовой – М., 1999г.), значение слово «самый»: «...4. При прилагательном образует его превосходную степень, а при существительном указывает на крайнюю степень количества или качества».

В рассматриваемой информации слово «самая» употребляется при прилагательном «денежная» и, соответственно, образует его превосходную степень. Документов, подтверждающих достоверность указанной сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами (услугами) путем употребления слова «самая» в части превосходства рекламируемой денежной сети над конкурентами в период распространения рекламы, представлено не было.

Таким образом, следует признать, что в спорной рекламе: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенной на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, присутствует нарушение п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 и п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рекламная информация следующего содержания: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенная на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, не отвечает требованиям рекламного законодательства Российской Федерации.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение

требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец и рекламодатель.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28, п.1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Установлено, что деятельность по адресу: Кировская область, г. Уржум, ул. <...> согласно пояснениям ответчика, договорам займа и договору аренды нежилого помещения от <...>, представленным в материалы дела, осуществляется ООО МКК «КАПУСТА К». Таким образом, в рассматриваемом деле рекламодателем и рекламодателем спорной информации в одном лице выступает ООО МКК «КАПУСТА К».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 52/04-2017р.

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее – Ко-АП РФ) срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с даты выявления распространения вышеуказанной рекламы – с 10.02.2017 г. (акт фиксации спорной рекламы на фасаде здания).

Ответственность за вышеуказанное нарушение законодательства РФ о рекламе предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ. В соответствии с данной нормой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, 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 лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ООО МКК «КАПУСТА К», выразившийся в определении содержания и распространении рекламы: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенной на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, нарушающей требования ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия ООО МКК «КАПУСТА К» по определению содержания и распространению рекламы финансовых услуг: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», размещенной на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, в нарушение ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 КоАП РФ должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно Решению № 1 единственного учредителя ООО МКК «КАПУСТА К» от 30.11.2015 г., <...> является генеральным директором ООО МКК «КАПУСТА К», которое определило содержание и

разместило спорную рекламу. Субъектом административного правонарушения является рекламодатель и рекламораспространитель – должностное лицо <...> – генеральный директор ООО МКК «КАПУСТА К».

В силу части 2 ст. 2.2 КоАП РФ 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.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку <...> не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица – <...>, генерального директора ООО МКК «КАПУСТА К» в форме неосторожности.

Место совершения административного правонарушения: место размещения рекламы следующего содержания: «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, время размещения – 10.02.2017 г.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 122р-17/52-04-2017р от 04.09.2017 г. об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 52/04-2017р.

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, совершенные должностным лицом ООО МКК «КАПУСТА К» <...> действия по определению содержания и распространению рекламы «КАПУСТА. Самая денежная сеть», «От 500 до 15000 рублей, займы от 0,9%, оформление за 10 минут, нужен только паспорт», на фасаде здания по адресу: Кировская область, город Уржум, ул. <...>, в нарушение ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в п. 18 Постановления от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что 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.

Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля хозяйствующего субъекта, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

Следует принять во внимание и тот факт, что должностное лицо - генеральный директор ООО МКК «КАПУСТА К» <...>, выступая в качестве рекламодателя и рекламораспространителя, должен знать требования рекламного законодательства, и реальная возможность их соблюдения у него имелаась.

Однако каких-либо доказательств, свидетельствующих о принятии должностным лицом ООО МКК «КАПУСТА К» - генеральным директором <...> мер по исполнению публично-правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, связанных с недопущением правонарушений и невозможностью его предотвращения, представлено не было.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично - правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения должностного лица - генерального директора ООО МКК «КАПУСТА К» <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола должностное лицо - генеральный директор ООО МКК «КАПУСТА К» <...> уведомлен надлежащим образом. На рассмотрение протокола <...> не явился, представителя не направил.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО МКК «КАПУСТА К» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, совершено должностным лицом Общества впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к должностному лицу Общества меру ответственности в

виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, ст. 5, ч. 1, п. 2 ч. 2, ч. 3 ст. 28, п. 1 ч. 3 ст. 5, ст. 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать должностное лицо – генерального директора ООО МКК «КАПУСТА К» <...> (паспорт серия <...>г.; ИНН <...>) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу – генеральному директору ООО МКК «КАПУСТА К» <...> (паспорт <...>.;; ИНН <...>) меру ответственности в виде предупреждения.

*В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.*

*Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ 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.*

Руководитель управления

<...>