

<...>, рассмотрев протокол от 08.04.2022 № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении, составленный <...> – ведущим специалистом - экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении – индивидуального предпринимателя <...> (дата и место рождения: <...> г.р., г. <...>; адрес регистрации: <...> Республика лл; ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>; документ, удостоверяющий личность – паспорт серия <...> № <...> выдан <...>; код подразделения: <...>) в связи с нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее по тексту – КоАП РФ),

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/24-859/2021 (резюлютивная часть решения оглашена 01 февраля 2022 года; в полном объеме решение изготовлено 14 февраля 2022 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания: *«Можно ли найти потерянный слуховой аппарат? Человек, имеющий проблемы со слухом, может непостоянно использовать слуховой аппарат. Приборы снимают во время сна, перед поход в душ, баню, бассейн. Так слуховой аппарат можно где-то забыть. Это довольно обидно, ведь у человека был идеально подобранный прибор, который учитывал анатомические критерии и особенности тугоухости конкретного случая. Покупка новых приборов – это затраты, которых можно было бы избежать. Как избежать потери? Когда человек с проблемами со слухом приходит в «Магазин слуховых аппаратов», сотрудники рассказывают, как можно избежать потери прибора. Ему предлагают современные модели, которые подключаются к смартфону. Стоит установить приложение (12+), которое не только сделает эксплуатацию аппарата более удобной, но и позволит отслеживать его местоположение. Если человек забудет где-то прибор, то сможет найти место потери на карте. Приходите в «Магазин слуховых аппаратов» и возьмите прибор для бесплатного пробного ношения, чтобы оценить удобство модели. <...>, директор центра слухопротезирования * Фото рекламодателя. Контакты <...>, т. <...>, <...>, т. <...>. Официальный сайт магазина: <...>»,* распространенная на странице 5 печатного издания (газеты) СМИ «Мой PRO Город» (выпуск от 16.07.2021 № 29 (244)), поскольку она противоречит требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»).

Решением установлено, что индивидуальный предприниматель <...> (далее – ИП <...>) является рекламодателем вышеуказанной рекламной информации по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило заявление физического лица от 31.07.2021 (вх. № 4962 от 02.08.2021) по вопросу распространения на странице <...> печатного издания газета <...> (выпуск от 16.07.2021 № 29 (244)) рекламной информации с заголовком: «Можно ли найти потерянный слуховой аппарат?» в отсутствие предупреждения о наличии противопоказаний и необходимости предварительной консультации специалиста.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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

Информация: «Можно ли найти потерянный слуховой аппарат? Человек, имеющий проблемы со слухом, может непостоянно использовать слуховой аппарат. Приборы снимают во время сна, перед поход в душ, баню, бассейн. Так слуховой аппарат можно где-то забыть. Это довольно обидно, ведь у человека был идеально подобранный прибор, который учитывал анатомические критерии и особенности тугоухости конкретного случая. Покупка нового прибор – это затраты, которых можно было бы избежать. Как избежать потери? Когда человек с проблемами со слухом приходит в «Магазин слуховых аппаратов», сотрудники рассказывают, как можно избежать потери прибора. Ему предлагают современные модели, которые подключаются к смартфону. Стоит установить приложение (12+), которое не только сделает эксплуатацию аппарата более удобной, но и позволит отслеживать его местоположение. Если человек забудет где-то прибор, то сможет найти место потери на карте. Приходите в «Магазин слуховых аппаратов» и возьмите прибор для бесплатного пробного ношения, чтобы оценить удобство модели. <...>, директор центра слухопротезирования * Фото рекламодателя. Контакты <...>, т. <...>, <...>, т. <...>. Официальный сайт магазина: <...>», размещенная на странице <...> печатного издания (газеты) <...> выпуск от 16.07.2021 № 29 (244) содержит все юридически значимые признаки рекламы, а именно:

- распространена в печатном средстве массовой информации - газете <...> выпуск от 16.07.2021 № 29 (244);

- адресована неопределенному кругу лиц – читателям СМИ газета <...>;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: магазину слуховых аппаратов и оказываемой им услуге по подбору слуховых аппаратов.

Таким образом, установлено, что вышеуказанная информация является рекламой в соответствии с положениями пункта 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» медицинской услугой является медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Систематизированный перечень кодов и наименований медицинских услуг в здравоохранении утвержден приказом Минздрава России от 13.10.2017 № 804н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» (далее – Номенклатура медицинских услуг). Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг, разделенных на два класса: «А» и «В».

Класс «А» Номенклатуры медицинских услуг включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

В разделе класса «А» Номенклатуры медицинских услуг зарегистрированы, в том числе, медицинская услуга: подбор слухового аппарата (код А23.25.001).

Из содержания распространяемой рекламной информации следует, что указание в ней такого словосочетания как: «приходите в «Магазин слуховых аппаратов» и возьмите прибор для бесплатного пробного ношения, чтобы оценить удобство модели» очевидно ассоциируется у потребителя не с самим фактом осуществления медицинской деятельности, а с конкретной медицинской услугой (подбор слухового аппарата).

Таким образом, вышеуказанная реклама услуг по подбору слухового аппарата является рекламой медицинской услуги, и на такую информацию, а также на порядок ее размещения, распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

Требования к рекламе медицинских услуг установлены статьей 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную

рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

ФАС России в письме от 22.06.2020 № ДФ/52241/20 разъяснила следующее: «В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона "О рекламе" реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. Указанная норма требует включать в содержание рекламы лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий один из видов предупреждения: о наличии противопоказаний к их применению и использованию; о необходимости ознакомления с инструкцией по применению объекта рекламирования; о необходимости получения консультации специалистов.

При этом в зависимости от вида объекта рекламирования рекламодатель самостоятельно вправе определить, какой из этих видов предупреждения использовать в рекламе. Таким образом, реклама медицинских изделий, должна в каждом случае содержать предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Вместе с тем Федеральный закон «О рекламе» не содержит норм, определяющих каким именно образом необходимо осуществлять размещение текста в рекламе.

Информация должна быть четко и ясно доведена до потребителей рекламы для адекватного восприятия.»

Исходя из вышеприведенного содержания рекламы медицинской услуги, размещенной на странице <...> печатного издания (газеты) СМИ <...> от 16.07.2021 № 29 (244), следует, что соответствующая предупредительная надпись отсутствует.

Таким образом, рассматриваемая реклама медицинской услуги нарушает часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Под рекламодателем согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» понимается изготовитель или продавец товара либо иное лицо определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из документов, представленных в материалы дела, следует, что спорная реклама была размещена ИП <...> в рамках агентского договора от 03.03.2021 № 4, заключенного между ИП <...> (Принципал) ИП <...> (Агент).

В свою очередь, между ИП <...> (Исполнитель) и ИП <...> (Заказчик) заключен договор от 08.06.2021 № 133, согласно которому, Исполнитель по заявке Заказчика возмездно выполняет работы и (или) услуги по производству и размещению рекламных и (или) информационных материалов в том числе в средстве массовой информации печатном СМИ <...>. Факт исполнения договора от 08.06.2021 № 133

подтверждается актом от 23.07.2021 № 582, счетом от 01.07.2021 № 10932, приходным кассовым ордером от 06.07.2021 № 558.

На основании анализа вышеуказанных документов установлено, что рекламодателем рекламы медицинской услуги является ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>), который несет ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 043/05/24-859/2021.

В соответствии со статьей 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.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно статье 2.4 КоАП РФ 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 <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) несет административную ответственность как должностное лицо.

Письмом Кировского УФАС России от 01.03.2022 № 798/04 ИП <...> уведомлялся о дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении – 08.04.2022 в 09 часов 00 минут.

Уведомление о составлении протокола было направлено заказным письмом с уведомлением о вручении по адресу регистрации ИП <...>, указанному в ЕГРИП (613117, <...>).

О дате времени и месте составления протокола об административном правонарушении ИП <...> уведомлен надлежащим образом (согласно информации, содержащейся в уведомлении о вручении отправления с почтовым идентификатором 80083470927042, уведомление о составлении протокола вручено адресату 07.03.2022).

На составление протокола об административном правонарушении ИП <...> не явился, представителя не направил, письмом от 09.03.2022 № б/н (вх. № 1447 от

11.03.2022) заявил ходатайство о составлении протокола в его отсутствие.

08.04.2022 в 09 часов 00 минут должностным лицом Кировского УФАС России - <...> – ведущим специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы в отношении ИП <...> составлен протокол № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении.

Протокол составлен в отсутствие ИП <...>, уведомленного надлежащим образом о дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении.

Определением от 08.04.2022 рассмотрение дела № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении было назначено на 12.05.2022 в 15 часов 30 минут.

Определение от 08.04.2022 о назначении времени и места рассмотрения дела № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении и протокол от 08.04.2022 № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении были направлены заказным письмом с уведомлением о вручении по адресу регистрации ИП <...>, указанному в ЕГРИП (613117, <...>).

В целях полного и всестороннего рассмотрения дела № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении определением от 12.05.2022 рассмотрение дела было отложено. Рассмотрение дела назначено на 22.06.2022 в 15 часов 00 минут.

Определение от 12.05.2022 об отложении рассмотрения дела № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении было направлено заказным письмом с уведомлением о вручении по адресу регистрации ИП <...>., указанному в ЕГРИП (613117, <...>).

О дате, времени и месте рассмотрения дела № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении ИП <...> уведомлен надлежащим образом (согласно информации, содержащейся в уведомлении о вручении отправления с почтовым идентификатором 80083472340788 и сведениям, направленным АО «Почта России» в адрес Кировского УФАС России письмом от 09.06.2022 № МР66-15/1124-0032292745 (вх. № 3582 от 09.06.2022, вх. № 3627 от 14.06.2022, вх. № 3598 от 10.06.2022, отправление вручено адресату 17.05.2022).

На рассмотрение протокола дела № 043/04/14.3-296/2022 об административном правонарушении ИП <...> не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

Протокол рассмотрен в отсутствие ИП <...>, уведомленного надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения протокола об административном правонарушении.

ИП <...> в адрес Кировского УФАС России было направлено письмо от 09.03.2022 № б/н (вх. № 1447 от 11.03.2022), в котором ИП <...> просил применить к нему административное наказание в виде предупреждения.

<...>, изучив материалы административного дела, находит вину ИП Кислицына М.В. в совершении административного правонарушения установленной и доказанной.

Факт совершения правонарушения ИП <...> подтверждается:

- решением Комиссии Кировского УФАС России от 14.02.2022 г. по делу № 043/05/24-859/2021;

- материалами административного дела № 043/04/14.3-296/2022;

- протоколом об административном правонарушении № 043/04/14.3-296/2022 от 08.04.2022 г.

Оценивая собранные по делу доказательства, <...> находит, что действия ИП Кислицына М.В. правильно квалифицированы по части 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

Событием является установленный факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившийся в определении содержания рекламы медицинской услуги с заголовком: «*Можно ли найти потерянный слуховой аппарат?*» в которой отсутствовало предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости предварительной консультации специалиста, распространенной на странице <...> печатного издания (газеты) <...> (выпуск от 16.07.2021 № 29 (244)) в нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 1 статьи 4.5 КоАП 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 16.07.2021 (дата выпуска газеты <...>).

Место совершения административного правонарушения: территория распространения рекламной информации с заголовком: «*Можно ли найти потерянный слуховой аппарат?*» - Кировская область.

Время совершения административного правонарушения: 16.07.2021 г. (дата выпуска газеты <...>).

Объектом административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы медицинских услуг.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по определению содержания рекламы медицинской услуги заголовком: «*Можно ли найти потерянный слуховой аппарат?*» в которой отсутствовало предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости предварительной консультации специалиста, распространенной на странице <...> печатного издания (газеты) <...> (выпуск от 16.07.2021 № 29 (244)) в нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе». Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

Субъектом административного правонарушения является ИП <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>).

В соответствии с частью 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении

которых установлена его вина.

В данном случае установлено, что у ИП <...> имелась возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, но ИП <...> не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Согласно части 2 статьи 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.

Соответственно субъективная сторона при совершении административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку ИП <...> не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя мог их предвидеть.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, совершенные ИП <...> действия по определению содержания рекламы медицинской услуги с заголовком: «*Можно ли найти потерянный слуховой аппарат?*» в которой отсутствовало предупреждение о наличии противопоказаний и необходимости предварительной консультации специалиста, распространенной на странице <...> печатного издания (газеты) <...> (выпуск от 16.07.2021 № 29 (244)) в нарушение требований части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» содержат состав административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со статьей 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих вину обстоятельств установлено: совершение административного правонарушения впервые; добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

Согласно ст. 4.3 КоАП РФ отягчающие вину обстоятельства не установлены.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 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.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля лица, 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.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которая выразилась в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения ИП <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

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 КоАП РФ 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 КоАП РФ, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии с частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ 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, размещенной на сайте <https://rmsp.nalog.ru/>, ИП

<...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) на момент вынесения настоящего постановления включен в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства, и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ, совершено им впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, имеются основания для применения к данному лицу меры ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, 24, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», ст. 2.1, 2.4, 4.1.1, 4.2, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Применить к индивидуальному предпринимателю <...> (ИНН: <...>; ОГРНИП: <...>) меру ответственности в виде предупреждения.