



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### РЕШЕНИЕ

по делу № 066/05/18-3317/2022

14.11.2022

г. Екатеринбург

Резолютивная часть объявлена 31.10.2022

В полном объеме изготовлено 14.11.2022

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя Управления, председатель Комиссии,

<...> – начальник отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

при участии в качестве:

- заявителя (потребителя рекламы) – физическое лицо (извещено, не явилось, подключение к видеоконференцсвязи не произведено),

- лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламораспространители):

1) <...> (личная явка);

2) ООО «Программный центр» (ОГРН: 1164350055836, ИНН: 4345438138, юр. адрес: 610033, Кировская область, г. Киров, ул. Московская, д. 110, к. 1, помещ. 1010) – генеральный директор <...>, <...> (по доверенности),

рассмотрев дело по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе по факту распространения рекламы на электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика <...> в отсутствие предварительного согласия абонента на ее получение,

### УСТАНОВИЛА:

Дело возбуждено определением от 06.10.2022 на основании сведений, содержащихся в заявлении физического лица (вх. № 7213-ЭП/22 от 08.09.2022). Определением от 06.10.2022 рассмотрение дела назначено на 31.10.2022 в 15:00 путем видеоконференцсвязи с использованием программы «TrueConf».

В Свердловское УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 7213-ЭП/22 от 08.09.2022) с жалобой на распространение 07.09.2022 на его электронный почтовый ящик <...> рекламы с электронного почтового ящика <...>, согласия на получение которой, как указал заявитель, он не давал.

Реклама имеет следующее содержание:

## Электронная подпись – ваш компаньон при работе с электронным документооборотом

— Если вы столкнулись с проблемой, сообщите об этом в службу поддержки. Сообщения щелкните здесь, чтобы просмотреть его в веб-браузере.

Отправлено: Ср 07.09.2022 16:59

Кому:

The screenshot shows an email from a trusted center. The header includes the center's logo and name, and a phone number. The main body of the email contains the following text:

**Подписывайте документы и подавайте заявления в суды онлайн**

[Электронная подпись](#) необходима для подписания документов и осуществления электронного документооборота с различными интернет-порталами.

**Электронная подпись подходит для:**

- Работы в системах ФИПС, СКРИН, ПРАЙМ, АК&М и Интерфакс.
- Получения государственных услуг, предоставляемых на порталах Госуслуг, ФНС, ПФР и других.

**Электронная подпись для адвоката**

Срок действия ЭП – 12 месяцев

1 990 руб.

Выпустить ЭП за 2 часа

Почему выбирают нас?

Почему выбирают нас?

Простой выпуск ЭП

Электронная подпись выпускается всего за пару шагов. Как заполнить все документы корректно - смотрите в инструкции или видео.

Заботливая техподдержка

Наши специалисты всегда готовы помочь при возникновении трудностей.

Техподдержка на связи с 5:00 до 18:00 мск.

Нет времени ждать?

Воспользуйтесь услугой Ускоренный выпуск ЭП. Специалисты удостоверяющего центра помогут корректно заполнить документы и пройти процедуру удостоверения личности.

Выпустить ЭП со специалистом →

ВКонтакте

Email

YouTube

Telegram

С уважением, команда отдела маркетинга и развития  
pbprog.ru  
Есть вопросы? Позвоните.

8-800-707-41-80

Отписаться от рассылки

В Федеральном законе от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об информации) под информацией понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1 ст. 2), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9 ст. 2). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений (ч. 1 ст. 5). Законодательством РФ могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

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 (п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», далее – Закон о рекламе).

Объект рекламирования – 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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закона о рекламе).

Потребители рекламы – лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (п. 8 ст. 3 Закона о рекламе).

В Письме ФАС России от 16.03.2012 №ИА/7867 «О рекламе на дорожных знаках» разъяснено, что к информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, по мнению ФАС России, относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Материалами дела установлено, что 07.09.2022 на электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика <...> поступила реклама указанного выше содержания.

Факт поступления 07.09.2022 рассматриваемого письма рекламного содержания на электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика <...> подтверждается скриншотом письма, представленным в материалы дела заявителем и <...>, ООО «Программный центр» не оспаривается.

По своему содержанию рассматриваемая информация является рекламой, поскольку соответствует определению «реклама», изложенному в п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, так как она была распространена с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» посредством направления с электронного почтового ящика <...> на электронный почтовый ящик <...>, письма, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – выпуск электронной подписи организацией, осуществляющей деятельность под наименованием «Удостоверяющий центр», формирование или поддержание интереса к данному объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Под рекламой понимается определенная персонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку.

Согласно ч. 1 ст. 50 Гражданского кодекса Российской Федерации основной целью деятельности коммерческой организации является извлечение прибыли.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи является **индивидуализированной по способу распространения**, так как направляется определенным абонентам. В силу специфики способа распространения – по сетям электросвязи, такая индивидуализация – направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается частью 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер смс-сообщения.

Таким образом, полученные адресатом <...> на электронный почтовый ящик письма является рекламой.

В соответствии с **ч. 1 ст. 18** Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, 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.

Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

В Письме ФАС РФ от 19.05.2006 №АК/7654 «Об особенностях отдельных способов распространения рекламы» указано, что требования ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе распространяется в равной мере и на рекламу, распространяемую по сетям связи Интернет.

При этом распространение рекламы в сети Интернет посредством адресных рассылок по электронной почте пользователям почтовых адресов допускается при условии предварительного согласия адресата, которое может быть получено при предоставлении ему электронного почтового ящика.

Согласно п. 15 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо иметь в виду, что под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя (абз. 4 п. 15 Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58).

Для признания надлежащим факта получения рекламораспространителем согласия абонента либо адресата на получение им рекламной информации изначально должно быть явно выраженное желание абонента либо адресата на ее получение.

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

Как сообщил заявитель в своем обращении, он не давал согласие на распространение рекламы на адрес его электронной почты <...>.

<...> и ООО «Программный в центр» в письменных пояснениях (вх. № 10554-ЭП/22 от 25.10.2022), а также при рассмотрении дела, сообщили следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (далее – Закон № 152-ФЗ) персональные данные – это любая информация, относящаяся прямо или косвенно к определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных).

Как следует из положений ст. 8 Закона № 152-ФЗ, к персональным данным можно отнести фамилию, имя, отчество, год и место рождения, адрес, абонентский номер, сведения о профессии и иные персональные данные, то есть ту информацию, которая позволяет идентифицировать конкретного человека.

Из буквального трактования формулировки «можно отнести» не следует, что фамилия, указанная в адресе электронной почты <...>, относится к персональным данным.

Согласно письму Минкомсвязи России от 07.07.2017 № П11-15054-ОГ «О разъяснении норм федерального законодательства» адрес электронной почты может быть признан персональными данными в том случае, когда такая информация относится прямо или косвенно к определенному или определяемому физическому лицу.

Следовательно, адрес электронной почты будет являться персональными данными, если по наименованию данного электронного адреса можно идентифицировать конкретного человека.

В наименовании электронного адреса «<...>» указана фамилия заявителя <...> без указания инициалов или полного использования фамилии, имени и отчества, что представляет невозможным достоверно идентифицировать лицо.

Следовательно, в рассматриваемом случае, с учетом использования в адресе электронной почты только одной лишь фамилии, нарушения законодательства о персональных данных со стороны ООО «Программный центр» не имеется.

Кроме того, адрес электронной почты <...> «<...>» является общедоступным и указывается на различных электронных площадках, таких как <https://rus-on.ru/>, а также в различных справочных системах и электронных газетных изданиях, например, <https://spravochnik.org>; <http://uralpages.ru/> и других.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 22 Закона № 152-ФЗ оператор вправе осуществлять без уведомления уполномоченного органа по защите прав субъектов персональных данных обработку персональных данных, сделанных субъектом персональных данных общедоступными.

Согласно ч. 1 ст. 8 Закона № 152-ФЗ в целях информационного обеспечения могут создаваться общедоступные источники персональных данных (в том числе справочники, адресные книги). В общедоступные источники персональных данных с письменного согласия субъекта персональных данных могут включаться его фамилия, имя, отчество, год и место рождения, адрес, абонентский номер, сведения о профессии и иные персональные данные, сообщаемые субъектом персональных данных.

Являясь арбитражным управляющим и адвокатом, предоставляя свои данные об адресе электронной почты на электронных торговых площадках и иных электронных ресурсах, <...> своими действиями сделала свои персональные данные относительно адреса электронной почты, общедоступными.

Следует отметить, что ООО «Программный центр» не занимается распространением персональных данных.

Жалоба <...> поступила в адрес ООО «Программный центр» 08.09.2022. ООО «Программный центр» предприняло попытку извинения перед <...> за факт того, что заявителю жалобы была направлена рассылка ошибочно. Однако, <...> извинения не приняла и ответила в очень грубой форме, называя организацию «шарашкиной конторой», пороча тем самым деловую репутацию компании.

Таким образом, руководствуясь нормами действующего законодательства, <...> просит в удовлетворении жалобы <...> о привлечении ООО «Программный центр» к ответственности отказать.

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующих в деле лиц, Комиссия приходит к следующим выводам.

Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Как сообщил заявитель в своем обращении, он не давал согласия на распространение ему рассматриваемой рекламы.

В Свердловском УФАС России отсутствуют материалы, подтверждающие дачу согласия физическим лицом - заявителем на распространение рекламы на его электронный почтовый ящик <...> с электронного почтового ящика <...>. <...> и ООО «Программный центр» не представлено какое-либо предварительное согласие физического лица, выраженного в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы. Таким образом, материалы, подтверждающие дачу согласия заявителем, имеющим электронный почтовый ящик <...>, на распространение рекламы в Свердловском УФАС России отсутствуют.

Исходя из вышеизложенного, в рассматриваемом случае рекламодатель не имел предварительного согласия адресата на распространение рекламы по сетям электросвязи.

Таким образом, реклама распространена с нарушением требований **ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе**.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1, 2 ст. 18 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе.

Положения ст. 2 Закона об информации устанавливают, что сайт в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» – лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Таким образом, лицом, отправляющим электронное письмо с применением сайта в сети «Интернет», является владелец сайта в сети «Интернет» (администратор домена). Данное лицо в полном объеме распоряжается и управляет доменом, отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого домена, в том числе за направлением электронных сообщений с применением домена.

Согласно данным сервиса WHOIS, размещенного на сайте <https://cctld.ru/ru/>, регистратором домена BVPROG.RU является ООО «Регистратор доменных имён РЕГ.РУ» (REGRU-RU).

Согласно информации, полученной Свердловским УФАС России от ООО «Регистратор доменных имён РЕГ.РУ» (вх. № 8960-ЭП/22 от 03.10.2022), **администратором доменного имени BVPROG.RU** является <...> (дата рождения: 24.05.1975, место жительства: <...>).

Следовательно, владелец (администратор) домена самостоятельно обеспечивает конфиденциальность своей авторизационной информации и несет ответственность за все действия, совершенные с использованием своего логина и пароля, несет риск неблагоприятных последствий, связанных с их утратой.

Владелец (администратор) домена с соответствующим именем отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого домена, в том числе за направление с его использованием электронных сообщений (Постановление Верховного Суда Российской Федерации от 24.04.2015 № 305-АД15-2693).

Таким образом, **рекламодателем** рассматриваемой рекламы является администратор доменного имени BVPROG.RU – <...>.

ООО «Программный центр» и <...> представлен скриншот, подтверждающий внесение адреса электронной почты <...> в черный список, в связи с чем, необходимость в выдаче предписания отсутствует.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламного законодательства образует событие предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административного правонарушения.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст. 14.3 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные ч. 1 ст. 37 Закона о рекламе особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 КоАП РФ, и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

Согласно ч. 3 ст. 25.15 КоАП РФ, место нахождения юридического лица, его филиала или представительства определяется на основании выписки из единого государственного реестра юридических лиц. Если юридическое лицо, участвующее в производстве по делу об административном правонарушении, ведет дело через представителя, извещение также направляется по месту нахождения (месту жительства) представителя.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным



способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник.

Руководствуясь ч. 2 п. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную 07.09.2022 на почтовый ящик <...> рекламы с электронного почтового ящика <...> следующего содержания: *«Удостоверяющий центр. Подписывайте документы и подавайте заявления в суды онлайн. Электронная подпись необходима для подписания документов и о существования электронного документооборота с различными интернет-порталами. Электронная подпись подходит для: \* Работы в системах ФИПС, СКРИН, ПРАЙМ, АК&М и Интерфакс. \* Получения государственных услуг, предоставляемых на порталах Госуслуг, ФНС, ПФР и других. ЭП для адвоката. Электронная подпись для адвоката. Срок действия ЭП - 12 месяцев. 1 990 руб. Выпустить ЭП за 2 часа. Почему выбирают нас? Почему выбирают нас? Простой выпуск ЭП. Электронная подпись выпускается всего за пару шагов. Как заполнить все документы корректно - смотрите в инструкции или видео. Заботливая техподдержка. Наши специалисты всегда готовы помочь при возникновении трудностей. Техподдержка на связи с 5:00 до 18:00 мск. Нет времени ждать? Воспользуйтесь услугой Ускоренный выпуск ЭП. Специалисты удостоверяющего центра помогут корректно заполнить документы и пройти процедуру удостоверения личности. Выпустить ЭП со специалистом → ВКонтакте Email YouTube Telegram. С уважением, команда отдела маркетинга и развития rbprog.ru. Есть вопросы? Позвоните. 8-800-707-41-80»*, нарушающей ч. 1 ст. 18 Закона о рекламе, поскольку реклама распространена без предварительного согласия адресата на ее получение.

2. Предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы не выдавать.

3. <...>надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **12 декабря 2022 г. в 12 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, с документами, удостоверяющими личность и служебное положение, и **в срок до 5 декабря 2022 г.** представить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ;
- копию паспорта (разворот страниц с серией/номером, датой выдачи, фотографией, адресом регистрации);
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

Копии документов должны быть заверены надлежащим образом, направлены с приложением сопроводительного письма (с указанием перечня прилагаемых документов, количества листов и экземпляров). В случае невозможности представления каких-либо перечисленных документов и сведений, необходимо представить письменные объяснения о причинах такого отсутствия.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>