



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

о назначении административного наказания в виде предупреждения  
по делу №066/04/14.3-2616/2019 об административном правонарушении  
(ч.1 ст.14.3 КоАП РФ)

28 августа 2019 года

г. Екатеринбург

Резолютивная часть объявлена 27 августа 2019 г.  
В полном объеме изготовлено 28 августа 2019 г.

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области <...>, рассмотрев на основании ст. 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) и в порядке ст. 29.7 КоАП РФ Протокол от 26.08.2019 и иные материалы дела об административном правонарушении в отношении генерального директора ООО «Дом книги» (ИНН: 6658004862) <...> (паспорт: <...>),

**УСТАНОВИЛ:**

Поводом к возбуждению дела согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ и примечания к ней явилось непосредственное обнаружение должностным лицом Свердловского УФАС России достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, при принятии Решения Свердловского УФАС России от 23.08.2019 по делу №066/05/5-2159/2019.

Дело согласно п.3 ч.4 ст.28.1 КоАП РФ возбуждено 26.08.2019 путем составления заместителем начальника отдела контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области <...> протокола об административном правонарушении с участием генерального директора ООО «Дом книги» <...> (Протокол №2 очередного общего собрания участников ООО «Дом книги» от 02.11.2018, Приказ от 27.11.2018 №118).

Определением от 26.08.2019 назначены время и место рассмотрения дела об административном правонарушении – на 27.08.2019 в 12-00.

Дело в соответствии с ч.3 ст.25.4 КоАП РФ рассмотрено с участием генерального директора ООО «Дом книги» <...>.

Отводов не заявлено, а обстоятельств, исключающих возможность рассмотрения дела об административном правонарушении должностным лицом Свердловского УФАС России (ст.29.2 КоАП РФ) и участия в производстве по делу об административном правонарушении участвующих в нем лиц (ст.25.12 КоАП РФ), не выявлено.

При рассмотрении дела осуществлялось аудиопротоколирование на устройство Olimpus (Digital voice recorder WS-831).

Оценив в порядке ст. 26.11 КоАП РФ имеющиеся в деле доказательства, должностное лицо, осуществляющее производство по делу, приходит к следующим выводам относительно подлежащих согласно ст. 26.1 КоАП РФ выяснению обстоятельств.

1. Событие предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ административного правонарушения образуют действия (бездействие), выражающееся в распространении ненадлежащей рекламы.

Наличие события совершенного 29.08.2018 административного правонарушения подтверждается Решением Свердловского УФАС России от 23.08.2019 по делу №066/05/5-2159/2019 о признании рекламы книг Б. Трейси, распространенной 29.08.2018 в г. Екатеринбурге по адресу: ул. А. Валека, 12, в книжном магазине ООО «Дом книги», ненадлежащей, нарушающей требования п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), поскольку реклама содержит недостоверные сведения о преимуществах книг данного автора перед иными книгами иных авторов аналогичной тематики путем указания фразы «*БРАЙАН ТРЕЙСИ эксперт № 1 в мире по успеху и развитию бизнеса*», при использовании которой отсутствует какой-либо критерий сравнения, в связи с чем, достоверность сведений не может быть объективно подтверждена.

Решение Свердловского УФАС России от 23.08.2019 по делу №066/05/5-2159/2019, согласно ст. 26.2 и ст. 26.7 КоАП РФ является письменным доказательством.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 – 3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), ч.1 ст.37 ФЗ «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 соответствующем постановлении (п.10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 № 30).

Решением Свердловского УФАС России от 23.08.2019 по делу №066/05/5-2159/2019, которое не оспорено в установленном порядке, установлено следующее.

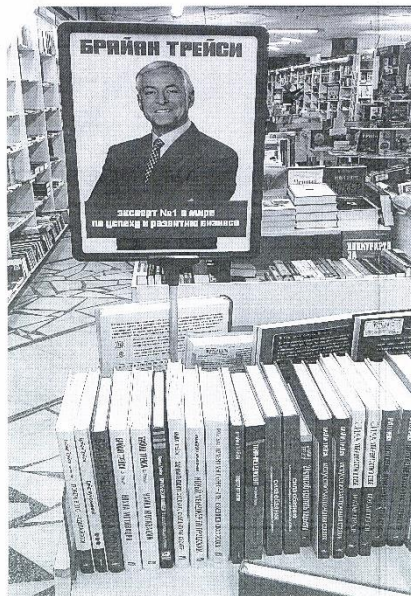
Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее - Закон об информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п.1), а под распространением информации - действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9).

Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Закона об информации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При этом под **рекламой** в ст. 3 Закона о рекламе 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 (п. 1); под **объектом 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); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1.ст. 3 Закона о рекламе).

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

Материалами дела установлено, что 29.08.2018 в г. Екатеринбурге по адресу: ул. А. Валека, 12, в книжном магазине ООО «Дом книги» была распространена реклама следующего содержания:



Объектом рекламирования в данном случае являются книги Б. Трейси: «Мастер времени», «Тайм-менеджмент», «21 способ сделать карьеру» и другие книги данного автора, выставленные 29.08.2019 на полке магазина ООО «Дом книги». При этом, по мнению Комиссии, информация, размещенная на конструкции («цапле»), поставленной на полку с книгами Б. Трейси, воспринимается потребителями не в отдельности (плакат), а в совокупности с информацией, размещенной в непосредственной близости от нее (книги). Подобное размещение плаката, содержащего спорную фразу, преследует цель формирования интереса к определенному товару в определенном месте и его продвижение на рынке.

Согласно п.1 ч.3 ст.5 Закона 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.

В п.29 вышеуказанного Постановления разъяснено, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим 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.*

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).

ФАС России в Письме от 30.09.2011 № АК/37027 «О рекламе оккультных услуг и недобросовестной рекламе» дала следующее разъяснения по применению норм п.1 ч.2 ст. 5 и п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе:

П. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе запрещает приведение в рекламе некорректного сравнения. При этом, необходимо заметить, что сравнение как таковое в рекламе не запрещается. Однако приводимое в рекламе сравнение должно соответствовать закону.

К некорректному сравнению могут быть отнесены случаи, когда делается вывод о сходстве товаров либо превосходстве одного товара над другим, однако **конкретные характеристики сравниваемых товаров не указываются**. При этом в рекламе может приводиться как сравнение рекламируемого товара с конкретным другим товаром, так и сравнение рекламируемого товара со всеми иными товарами (без указания конкретного товара, с которым производится сравнение) - например, путем использования слов «самый лучший», «№1».

**В отсутствие указания критерия такого сравнения** создается впечатление, что рекламируемый товар обладает заявленным преимуществом по всем критериям. Однако, данный вывод достоверен только в отношении одного или нескольких критериев, однако не всех (в случае если заявленное преимущество недостоверно ни по одному из критериев, такая реклама должна признаваться недостоверной - в соответствии с ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе).

Сравнение предполагает такую подачу информации, в которой сопоставляются два и более явления, исследуются их параметры, сходство или различие. Применительно к сравнению товаров это может осуществляться как путем прямого сопоставления конкретных характеристик, свойств, параметров изделий, так и уподобления одного изделия другому либо указанием на их различность.

К некорректному сравнению должно относиться такое, которое противопоставляется корректному. В толковом словаре термин «корректный» определяется как «вежливый, тактичный, учтивый», а также «правильный, точный». Соответственно для целей определения понятия **некорректного** сравнения необходимо понимать **неточное, неправильное сравнение**. При этом приводимые в таком сравнении сведения являются в принципе достоверными, однако их компоновка или выбор создают определенную несовместимость.

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 (Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

Подобные утверждения должны сопровождаться ссылкой на результат соответствующих исследований и источник данных.

«№1» является синонимом (с полным или частичным совпадением значения) слов «лучший», «первый».

«Лучший» - самого высокого качества, самого хорошего свойства (Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений.- М., Азбуковник, 1997, с.335).

Таким образом, «№1», является сравнительной характеристикой какого-либо объекта.

В рассматриваемом случае, использованный для характеристики автора книг определенной тематики слоган «*БРАЙАН ТРЕЙСИ эксперт № 1 в мире по успеху и развитию бизнеса*», не содержит неточного либо неправильного по своей логической природе сравнения, в том числе в виде несовместимой компоновки достоверных сведений, то есть некорректное сравнение отсутствует.

Между тем, какие-либо критерии, по которым автор книг Б. Трейси является «*экспертом № 1 в мире по успеху и развитию бизнеса*» в рекламе отсутствуют вообще, что не позволяет в принципе проверить и получить объективное подтверждение заявленному, в связи с чем, реклама нарушает требования п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе, поскольку в ней использованы недостоверные сведения о преимуществах рекламируемых книг данного автора перед иными книгами иных авторов аналогичной тематики.

Генеральный директор ООО «Дом книги» при рассмотрении дела согласилась с наличием события административного правонарушения.

2. Ответственность за нарушение требований, установленных ч.ч.2-8 ст. 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч.6 ст.38 Закона о рекламе).

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламодателем рекламы является ООО «Дом книги», которое согласно условиям договоров с поставщиками (Договор поставки №ОП-1213/32 от 27.12.2013, Договор №71 поставки печатной продукции от 01.01.2015, Договор купли-продажи №3/2018 от 17.01.2018) стало собственником книжной продукции. При этом, ООО «Дом книги» является продавцом товара – книг Б. Трейси, определившим содержание рекламы посредством конкретной расстановки плаката среди книг данного автора на полке в магазине.

Постановлением от 28.08.2019 по делу №066/04/14.3-2615/2019 ООО «Дом книги» признано виновным в совершении административного правонарушения, административная ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, ему назначено административное наказание в порядке замены в виде предупреждения.

За нарушение рекламного законодательства ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность должностных лиц.

В соответствии с ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено, допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2005 № 5).

Административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций несут административную ответственность как должностные лица (ст. 2.4 КоАП РФ).

Под должностным лицом понимается лицо, выполняющее организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции.

Под организационно - распорядительными функциями понимаются полномочия, которые связаны с руководством трудовым коллективом или находящимися в их служебном подчинении отдельными работниками, с формированием кадрового состава и определением трудовых функций работников, с организацией порядка прохождения службы, применения мер поощрения или награждения, наложения дисциплинарных взысканий и т.п. К организационно-распорядительным функциям относятся полномочия лиц по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия.

Под административно-хозяйственными функциями понимаются полномочия по управлению и распоряжению имуществом и (или) денежными средствами, находящимися на балансе и (или) банковских счетах организаций, учреждений, воинских частей и подразделений, а также по совершению иных действий (п. 4 и п. 5 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 16.10.2009 №19 «О судебной практике по делам о злоупотреблении должностными полномочиями и о превышении должностных полномочий»).

<...> исполняла обязанности генерального директора общества в период распространения ненадлежащей рекламы 29.08.2018, что подтверждается Протоколом очередного общего собрания участников ООО «Дом книги» от 07.11.2016, согласно которому срок полномочий <...> в должности генерального директора продлен с 27.11.2016 по 26.11.2018, а также Приказом от 27.11.2016 №63.

В протоколе <...> указала, что является должностным лицом, отвечает за всю деятельность магазина.

3. Выяснение виновности лица в совершении административного правонарушения осуществляется на основании данных, зафиксированных в протоколе об административном правонарушении, объяснений лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в том числе об отсутствии возможности для соблюдения соответствующих правил и норм, о принятии всех зависящих от него мер по их соблюдению, а также на основании иных доказательств, предусмотренных ч.2 ст.26.2 КоАП РФ.

В силу частей 1 и 2 статьи 2.2 КоАП РФ 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.

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.

В протоколе <...> указала, что нарушение не носило умышленный характер, отсутствовало причинение вреда жизни и здоровью людей либо другие негативные последствия.

Общий контроль за деятельностью ООО «Дом книги» осуществляет генеральный директор, который, выполняя организационно - распорядительные функции, вправе давать обязательные для исполнения поручения, обладает полномочиями по принятию решений, имеющих юридическое значение и влекущих определенные юридические последствия.

По результатам оценки доказательств в соответствии со ст. 26.11 КоАП РФ должностное лицо Свердловского УФАС России установило, что при распространении при

распространении 29.08.2018 рекламы книг Б. Трейси в г. Екатеринбурге по адресу: ул. А. Валека, 12, в книжном магазине ООО «Дом книги», содержащей фразу «*БРАЙАН ТРЕЙСИ эксперт № 1 в мире по успеху и развитию бизнеса*», генеральный директор ООО «Дом книги» <...> не осознавала противоправный характер своих действий (бездействия), хотя по обстоятельствам дела у неё имелась возможность для соблюдения законодательства о рекламе, <...> могла проконтролировать самостоятельно либо дать обязательное для исполнения поручение об исключении из спорной рекламы фразы «*БРАЙАН ТРЕЙСИ эксперт № 1 в мире по успеху и развитию бизнеса*», при использовании которой отсутствует какой-либо критерий сравнения, в связи с чем, достоверность сведений не может быть объективно подтверждена, либо воздержаться от распространения данной рекламы вообще, однако, бездействовала, совершив административное правонарушение по неосторожности (ч.2 ст.2.2 КоАП РФ).

Материалами административного дела доказано, что должностным лицом ООО «Дом книги», виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое установлена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, является генеральный директор общества <...>, поскольку именно её действиями (бездействием) как должностного лица общества, выполняющего организационно-распорядительные функции, было допущено выявленное нарушение.

4. Обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ) и отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, не выявлены.

5. Ущерб, причиненный административным правонарушением, не выявлен.

6. Обстоятельства, исключающие производство по делу об административном правонарушении (ст.24.5 КоАП РФ), не выявлены.

Срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе (ст.14.3 КоАП РФ) составляет один год со дня совершения административного правонарушения (ч.1 ст.4.5 КоАП РФ). Факт распространения ненадлежащей рекламы зафиксирован 29.08.2018, таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности – до 29.08.2019 соответственно.

7. Причины и условия, способствовавшие совершению административного правонарушения, не выявлены.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение 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 должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Согласно ст.2.9 КоАП РФ, 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.

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 (Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»).

Согласно п. 8 Постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших 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.

Возможность или невозможность квалификации деяния в качестве малозначительного не может быть установлена абстрактно, исходя из сформулированной в КоАП РФ конструкции состава административного правонарушения, за совершение которого установлена ответственность.

В рассматриваемой ситуации доказательств наличия каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих квалифицировать правонарушение, совершенное генеральным директором ООО «Дом книги» <...> как малозначительное, не представлено.

Немотивированные случаи прекращения производства по делу по малозначительности и освобождения от административной ответственности за допущенные нарушения неизбежно ведут к формированию у подотчетных субъектов халатного отношения к исполнению своих обязанностей, уверенности в собственной безнаказанности.

Необоснованное применение ст.2.9 КоАП РФ противоречит задачам производства по делам об административных правонарушениях, сформулированным в ст.24.1 КоАП РФ, основополагающей из которых является обеспечение исполнения вынесенного постановления.

Согласно введенной Федеральным законом от 03.07.2016 №316-ФЗ ч.3 ст.3.4 КоАП РФ в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей особенной части Кодекса, административное наказание за впервые совершенное административное правонарушение в виде административного штрафа может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса.

При этом 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 (ч.2 ст.3.4 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 (ч.1 ст.4.1.1. КоАП РФ).

Согласно сведениям, содержащимся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенном на официальном сайте ФНС России, ООО «Дом книги» является субъектом малого предпринимательства (малое предприятие), следовательно, генеральный директор ООО «Дом книги» <...> является работником субъекта малого предпринимательства.



Административное правонарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, выявленное в ходе осуществления государственного контроля, совершено генеральным директором ООО «Дом книги» <...> впервые, 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.

Согласно ч. 1 ст. 3.4 КоАП РФ предупреждение – мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 4.1. – 4.4, ч. 1 ст. 14.3, статьями 23.48, 24.5, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

#### ПОСТАНОВИЛ:

Признать генерального директора ООО «Дом книги» (ИНН: 6658004862) <...> (паспорт: <...>) виновной в совершении административного правонарушения, административная ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить ей административное наказание в порядке замены в виде **предупреждения**.

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд по месту рассмотрения дела в срок, установленный действующим законодательством.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение *десяти суток* со дня вручения или получения копии постановления (ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ).

Согласно ч. 1 ст. 31.1 КоАП РФ 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.

Копия постановления вручена или получена \_\_\_\_\_, что подтверждается \_\_\_\_\_.

Постановление (решение от \_\_\_\_\_ по жалобе, протесту) вступило в законную силу \_\_\_\_\_ (ст. 31.1 КоАП РФ).

Заместитель руководителя Управления

<...>