

Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу

об административном правонарушении № РШ 17-03/16

07 апреля 2016 года

№ 03-06/3007

Сыктывкар

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми – начальник отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России), адрес места нахождения: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 10.03.2016 и материалы дела № РШ 17-03/16 о совершении индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>), <...>, зарегистрированной в качестве индивидуального предпринимателя <...> административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 10.03.2016 (далее – протокол), составленным в отсутствие надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела ИП <...>, в присутствии защитника <...>, действующей на основании доверенности от 26.01.2016.

Определением Коми УФАС России от 10.03.2016 № 03-06/2027 рассмотрение дела № РШ 17-03/16 назначено на 23.03.2016.

Копии протокола и Определения Коми УФАС России № 03-06/2027 от 10.03.2016 направлены в адрес ИП <...> письмом Коми УФАС России от 11.03.2016 № 03-06/2028.

В связи с отсутствием сведений о надлежащим извещении ИП <...> о времени и месте рассмотрения дела, определением Коми УФАС России от 23.03.2016 № 03-06/2596 о продлении срока рассмотрения и отложения рассмотрения дела № РШ 17-03/16, вызове лиц рассмотрение дела отложено на 07 апреля 2016 года.

ИП <...> надлежащим образом извещена о месте и времени рассмотрения дела № РШ 17-03/16, что подтверждается, в том числе ходатайством <...> о рассмотрении дела в её отсутствие, в присутствии защитника <...>.

Дело об административном правонарушении № РШ 17-03/16 рассмотрено 07.04.2016 в отсутствие ИП <...>, в присутствии ее защитника – <...>, действующей на основании доверенности от 26.01.2016.

Права и обязанности, предусмотренные ч. 5 ст. 25.5 КоАП РФ, защитнику разъяснены.

В ходе рассмотрения настоящего административного дела должностным лицом Коми УФАС России установлено следующее.

В Коми УФАС России поступило обращение КРОО «Потребительский надзор» от 25.08.2015 (вход. № 4796 от 25.08.2015) о распространении в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 04.07.2015 № 26 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15 рекламы следующего содержания: «Стоматологический кабинет «Мой Стоматолог», ЛО-11-01-000576, Стаж работы более 18 лет, Предлагает: - имплантология, - изготовление всех видов протезов, - хирург-стоматолог, - лечение, - профосмотры, лояльные цены, Кандидат медицинских наук <...>, консультация бесплатно, скидки*, оформление кредита **, * акция бессрочна, ** ОАО «ОТП Банк», имплантация от 15000 р., металлокерамика от 5650 р., Съёмное протезирование от 12000 рублей, ул. Оплеснина, д. 17, (напротив школы № 3), тел.: 769976, 732470» с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

По указанному факту Определением от 02.10.2015 № 03-01/8829 возбуждено дело № Р 61-10/15 по признакам нарушения ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе в отношении ООО «Газета».

Определениями от 18.11.2015 № 03-01/10337 и от 02.12.2015 № 03-01/10763 в качестве лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечены ИП <...> и <...>.

Из материалов дела № Р 61-10/15 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии со ст. 3 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.

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13, от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: стоматологическому кабинету «Мой Стоматолог» и оказываемым им услугам: имплантологии, изготовлению всех видов протезов, хирурга-стоматолога, лечению, профосмотрам, формированию и поддержанию интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная посредством размещения в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15, является рекламой.

Согласно ч. 4 ст. 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В силу ч. 7 ст. 24 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.

В ст. 2 Федерального закона от 21.11.2011 № 323 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» перечислены основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе, в том числе такие, как:

- **медицинская услуга** - медицинское вмешательство или комплекс медицинских

вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение;

- **лечение** - комплекс медицинских вмешательств, выполняемых по назначению медицинского работника, целью которых является устранение или облегчение проявлений заболевания или заболеваний либо состояний пациента, восстановление или улучшение его здоровья, трудоспособности и качества жизни.

Понятие и перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н (далее – Номенклатура медицинских услуг).

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг. Перечень медицинских услуг разделен на два [класса](#): «А» и «В». [Класс «А»](#) включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение. [Класс «В»](#) включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

Согласно данному перечню к медицинским услугам относятся:

A16.07.023 - Протезирование зубов полными съемными пластиночными протезами.

A16.07.035 - Протезирование частичными съемными пластиночными протезами.

A16.07.036 - Протезирование съемными бюгельными протезами.

Таким образом, рассматриваемая реклама не является явно не относящейся к медицинским услугам и должна распространяться с учётом требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В соответствии с [ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Как следует из [п. 28](#) Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому, если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и т.п.), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается

отсутствующей, а соответствующая реклама - ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

В результате анализа содержания рекламы установлено наличие с правого верхнего угла до левого нижнего угла рекламы, площадью 6 процентов от общей рекламы, нечитаемой (еле заметной) информации, выполненной в бледном цвете на фоне общей яркой цветовой гаммы рекламы, содержание которой потребитель рекламы не имеет возможности воспринять. Предположительно это необходимое в силу закона предупреждение, однако, при вышеперечисленных обстоятельствах есть все основания считать его отсутствующим.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «ПРО ГОРОД Ухта», которая, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ 11-0045 от 01.10.2009, является рекламным изданием (реклама более 40 %).

Из материалов рекламного дела усматривается, что газета «ПРО ГОРОД Ухта» не является специализированным печатным изданием, предназначенным для медицинских и фармацевтических работников.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама должна распространяться с соблюдением требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч.ч. 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

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

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

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «ПРО ГОРОД Ухта» от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 13, от 25.04.2015 № 16 на странице (полосе) 19, от 11.04.2015 № 14 на странице (полосе) 13 и от 04.04.2015 № 13 на странице (полосе) 15

учредителем которого, согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации серии ПИ № ТУ11 - 0045 от 01.10.2009, является Общество с ограниченной ответственностью «Газета» (далее - ООО «Газета»).

ООО «Газета» в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: Устава редакции средства массовой информации газеты «PRO ГОРОД Ухта», утвержденного учредителем – ООО «Газета» 13.01.2014 (далее – Устав редакции СМИ), согласно пункту 1.3 которого редакцией средства массовой информации является ИП <...>, в данный момент ИП <...>, <...>; договора купли-продажи печатных площадей (полос) № 1, заключенного 01.01.2014 между ООО «Газета» и ИП <...> (далее – Договор от 01.01.2014 № 1); заявки на печатные площади (полосы) от 01.04.2015 (приложение № 2 к Договору от 01.01.2014 № 1); акта приема-передачи печатных площадей (полос) от 03.04.2015.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Согласно письменной информации, представленной ИП <...> и <...> в материалы рекламного дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...>. Содержание рассматриваемой рекламы и ее наполнение определено рекламодателем. <...> подал заявку на производство и размещение рекламы. Реклама была изготовлена сотрудниками редакции газеты, направлена <...> на согласование по электронной почте, согласована и оплачена.

ИП <...> в материалы рекламного дела представлены копии следующих документов: заявка от 17.05.2011 на производство и размещение рекламных и/или информационных материалов в изданиях №№ 13 - 29; актов от 25.04.2015 № 672 и от 27.07.2015 № 1262, счетов от 20.03.2015 № 407 и от 20.06.2015 № 520.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...> в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем ИП <...> – <...> в ходе рассмотрения рекламного дела, размещение рекламы в нарушение требований Закона о рекламе произошло по причине неудачного расположения надписи, в связи с чем, эта надпись при некачественной печати стала нечитаемой. По упущению сотрудников редакции реклама, ранее согласованная и соответствующая требованиям ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе, была размещена в Газете из-за неудачного выбранного шрифта, в связи с чем, предупреждающая надпись плохо воспринималась, соответственно данная информация отсутствовала.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе произошло по вине рекламопроизводителя ИП <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> не предпринято должных мер, направленных на соответствие рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Решением Комиссии № 03-01/870 от 01.02.2016 по рекламному делу № Р 61-10/16 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней

нарушены требования ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места.

В связи с добровольным устранением совершенного нарушения, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы ИП <...> не выдавалось.

В силу положений ч. 5 ст. 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 должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей.

С учетом изложенного, ИП <...> допустила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со ст. 4.5 КоАП РФ срок привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения правонарушения.

Время совершения административного правонарушения, с учетом положений ст. 4.5 КоАП РФ, 11.04.2015, 25.04.2015.

Место совершения административного правонарушения: г. Ухта, Республика Коми.

Согласно примечанию к 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 предусмотрено иное.

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

Вина ИП <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, является установленной.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении № 17-03/16 защитник ИП <...> – <...> нарушение признала, просила рассмотреть деяние на предмет малозначительности, указала, что нарушение рассматриваемой категории совершено ИП <...> впервые.

В соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности.

Из положений пункта 18.1 [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»](#) следует, что квалификация правонарушения как

малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения.

Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

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.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

Сравнительный анализ санкций, содержащихся в КоАП РФ, свидетельствует о том, что нарушение законодательства о рекламе обладает высокой степенью общественной опасности.

В соответствии со ст. 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

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.

Требования законодательства о рекламе, а также установление в ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ повышенной административной ответственности за их нарушение, направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы медицинских услуг, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений.

Закон о рекламе, а также КоАП РФ предъявляет к рекламе медицинских услуг ряд требований, которые должны обеспечивать права потребителей на их безопасность, не допускать подрыва доверия к рекламодателю, а также веру в медицинские возможности.

ИП <...> нарушены требования рекламного законодательства, направленные на реализацию права потребителей на получение надлежащей рекламы, а также защиту отношений в сфере охраны здоровья населения. Согласно ст. 41 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на охрану здоровья. В силу ст. [4 Федерального закона от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны](#)

[здоровья граждан в Российской Федерации»](#) основными принципами охраны здоровья являются, в том числе: соблюдение прав граждан в сфере охраны здоровья и обеспечение связанных с этими правами государственных гарантий, приоритет профилактики в сфере охраны здоровья.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения ИП <...> как исключительный, не установлено, а ею таковых не приведено.

Оценив фактические обстоятельства дела, характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, должностное лицо пришло к выводу о том, что в данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в отсутствии должной предусмотрительности и пренебрежительном отношении ИП <...> к исполнению своих публично-правовых обязанностей при распространении рекламы медицинских услуг и несоблюдении требований ч. 7 ст. 24 Закона о рекламе.

В связи с изложенным, рассматриваемое административное правонарушение не может быть признано малозначительным.

В соответствии с ч. 2 ст. 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания физическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, личность виновного, его имущественное положение, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностное лицо считает возможным учесть в качестве обстоятельств, смягчающих административную ответственность ИП <...>, добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение, оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение подобного правонарушения впервые.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.3 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении, предусмотренных ст. 24.5 КоАП РФ, в ходе рассмотрения дела не установлено.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание объект рекламирования, цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1. КоАП РФ, с учетом характера совершенного правонарушения, личности ИП <...>, наличия обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствия обстоятельств, отягчающих административную ответственность, с учетом имущественного положения ИП <...>, в соответствии с ст. 4.1., 4.2., частью 1 статьи 14.3., статьями 23.48., 29.9., 29.10. КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить индивидуальному предпринимателю <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 10 000 (десять тысяч) рублей, что является минимальной санкцией для такого рода нарушений.

Реквизиты для уплаты штрафа:

ГРКЦ НБ Респ. Коми Банка России г. Сыктывкар Банк получателя	БИК Сч. №	048702001							
ИНН 1101481197 УФК ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ (Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми)	КПП 110101001		40101810000000010004						
	Сч. №								
	Вид оп.	01	Срок плат.						
	Наз. пл.		Очер. плат.	3					
Получатель	Код		Рез. поле						
16111626000016000140 87701000	0 0 0		0						
ШТРАФ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ ПО ДЕЛУ № _____ ОТ _____ СОГЛАСНО ПОСТАНОВЛЕНИЮ № _____ ОТ _____									

В соответствии с ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного [частью 1.1](#) или [1.3](#) настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных [статьей 31.5](#) КоАП РФ.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в [части 1](#) или [1.1](#) настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие

постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток (а в случае, предусмотренном [частью 1.1](#) настоящей статьи, в течение одних суток) судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. В случае изготовления второго экземпляра постановления о наложении административного штрафа в форме электронного документа, юридическая сила которого подтверждена усиленной квалифицированной электронной подписью в соответствии с законодательством Российской Федерации, указанный второй экземпляр направляется судебному приставу-исполнителю в электронном виде по информационно-телекоммуникационным сетям. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиального органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном [частью 1 статьи 20.25](#) КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном [частью 1 статьи 20.25](#) КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренному судьей, составляет судебный пристав-исполнитель. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном [частью 1 статьи 20.25](#) КоАП РФ, не составляется в случае, указанном в [примечании 1 к статье 20.25](#) КоАП РФ.

В соответствии со статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано вышестоящему должностному лицу либо в суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 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; после истечения [срока](#), установленного для обжалования решения по жалобе, протесту, если указанное решение не было обжаловано или опротестовано, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление; немедленно после вынесения не подлежащего обжалованию решения по жалобе, протесту, за исключением случаев, если решением отменяется вынесенное постановление.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Заместитель руководителя управления

– начальник отдела

<...>

