



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

П О С Т

**о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № РШ 28-08/18**

11 октября 2018 года

№ 03-06/7125

г. Сыктывкар

<...>

<...>, адрес места нахождения: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А, <...>, рассмотрев протокол от 30.08.2018 и материалы дела № РШ 28-08/18 о совершении <...>, <...>, административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено протоколом Коми УФАС России от 30.08.2018,

составленным в отсутствие <...>, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте его составления.

Определением Коми УФАС России от 30.08.2018 № 03-01/6016 рассмотрение дела № РШ 28-08/18 назначено на 12 сентября 2018 года в 10 часов 00 минут.

Определением Коми УФАС России № 03-06/6388 от 12.09.2018 срок рассмотрения дела № РШ 28-08/18 продлен до 12.10.2018, рассмотрение дела № РШ 28-08/18 назначено на 11.10.2018 в 14 часов 10 минут.

Письмом от 13.09.2018 (вх. № 4348 от 13.09.2018) <...> представил ходатайство о рассмотрении дела № РШ 28-08/18 в свое отсутствие.

Административное дело рассмотрено 11.10.2018 в отсутствие <...>, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте его рассмотрения.

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

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 12.03.2018 (вх. А-53 от 13.03.2018) о нарушении законодательства о рекламе.

Из обращения следует, что 12 марта 2018 года на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма» (г. Сыктывкар) на плакате была размещена надпись «Лучшая шаурма здесь». По мнению заявителя, данная реклама является недобросовестной, так как содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Заявителем приложена фотография плаката с надписью «ЛУЧШАЯ ШАУРМА здесь» с изображением стрелки, указывающей направление к кафе быстрого питания «Али-Баба», размещенной на рекламном плакате, расположенном на фудкорте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в торгово-развлекательном центре «Парма», находящемся по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Коммунистическая, д. 50.

По результатам рассмотрения указанного обращения принято решение о возбуждении дела № Р 13-04/18 в отношении ООО «ТТ» по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/2837 от 20.04.2018.

В связи с отсутствием надлежащего извещения ООО «ТТ» о месте и времени рассмотрения дела № Р 13-04/18, Коми УФАС России продлило срок рассмотрения дела № Р 13-04/18 до 20.07.2018 и отложило его рассмотрение, о чем вынесено соответствующее определение от 17.05.2018 № 03-01/3484.

Определением Коми УФАС России от 18.06.2018 № 03-01/4213 рассмотрение дела № Р 13-04/18 отложено, произведена замена ненадлежащего лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, - ООО «ТТ» на надлежащее – <...>.

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

Как следует из 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 на плакате на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма»;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: шаурме в кафе быстрого питания «Али-Баба», формирование или поддержание интереса к ней и её продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на плакате на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма», является рекламой.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

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

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/92163/17 от 27.12.2017 «О разграничении понятий вывеска и реклама» не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте её нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей,

связанных с рекламой.

Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля её деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель, вино, соки), может быть признано обычаем делового оборота, соответственно, на конструкции с такой информацией нормы Закона о рекламе не распространяются.

Вместе с тем, законодательство, в том числе статья 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», не содержит указания на то, что информация о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках или лозунги, слоганы являются обязательными к размещению на вывесках.

Следовательно, конструкции, содержащие информацию о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях, и/или скидках, либо различные лозунги, слоганы, либо иную информацию об определенном лице или товаре, не обязательную к размещению, могут быть расценены как вывески, содержащие сведения рекламного характера, и на такие конструкции распространяются требования Закона о рекламе, в том числе в случае их размещения в месте нахождения организации.

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/5810/14 от 20.02.2014 при использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара над товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны те конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, то есть в рекламе обязательно должно содержаться обоснование данного утверждения. Отсутствие в рекламе такого обоснования рассматривается как приведение сравнения с приведенной в рекламе характеристикой товара по любому критерию.

Использованные в рекламе конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, должны быть достоверными, иначе в такой рекламе могут усматриваться признаки нарушения Закона о рекламе.

Пленум ВАС РФ в пункте 9 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодаделец несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом

рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

Целью некорректного сравнения является создание негативного образа конкурентов и реализуемой ими продукции. При некорректном сравнении отсутствует критерий сравнения либо он неясный, неточный, используются слова и лексические приёмы с отрицательной окраской.

В рассматриваемой рекламе указано: «Лучшая шаурма здесь», при этом объективное подтверждение с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, отсутствует.

Специалистами Коми УФАС России 16.03.2018 был произведён выход на место с целью установления фактического нахождения рассматриваемой рекламы, о чем составлен соответствующий акт.

Кроме того, специалистами Коми УФАС России был произведён осмотр Интернет-сайта кафе быстрого питания «Али-Баба» по адресу https://vk.com/ali_baba11, о чем составлен соответствующий акт, из которого следует, что плакат с рекламой «Лучшая шаурма здесь» на фуд-корте в месте нахождения кафе быстрого питания «Али-Баба» в ТРЦ «Парма» был размещён 09.02.2018, 12.01.2018. В некоторых фотографиях сделан акцент именно на записи «Лучшая шаурма здесь».

Вместе с тем, в рассматриваемой рекламе не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, и которые имеют объективное подтверждение. В связи с чем, сравнение, содержащееся в рассматриваемой рекламе, является некорректным.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе усматривается нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

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

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

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

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

В материалы дела № Р 13-04/18 представлены письменные пояснения <...>, согласно которым рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является физическое лицо <...>.

<...> сообщил, что самовольно вызвался осуществлять изготовление меню для объекта кафе-закусочной «Али-Баба», изготовление рекламных табличек, проводить опросы среди покупателей, рекламных акций и прочее. Также <...> занимался продвижением кафе-закусочной «Али-Баба» в социальных сетях, в том числе на странице ВКонтакте в группе «Али-Баба Сыктывкар». Вечером 28.12.2017 после 22.00 часов (время закрытия смены) без согласования представителей ООО «ТТ» он осуществил монтаж рассматриваемой вывески в ТРЦ «Парма», возле кафе-закусочной «Али-Баба». Данное действие было личной инициативой <...>. Место, содержание, наполнение вывески <...> выбрал по своему усмотрению, изготовил конструкцию лично. Одобрения, согласования не получал. Период размещения – предположительно с 29.12.2017 по 31.03.2018. Данная конструкция располагалась на 3-м этаже ТРЦ «Парма», г. Сыктывкар (ул. Коммунистическая, д. 50), возле основного меню кафе-закусочной «Али-Баба». Кафе-закусочная «Али-Баба» специализируется на ближневосточных блюдах, основным из которых является шаурма. В меню кафе около 10 разновидностей шармы, в зависимости от предпочтений клиентов по составу, размеру и формату подачи. В 2017 году <...> провел опрос среди клиентов кафе «Али-Баба» на кассе – «Какая шаурма из представленных в меню «Али-Баба» вам понравилась больше всего?». Победителем оказалась шаурма из мяса курицы, завернутая в домашнюю лепешку из печи собственного приготовления. Информация подтвердилась при подсчете продаж на кассе. После выявления «Лучшей шаурмы» среди имеющихся в меню в кафе «Али-Баба» <...> повесил табличку «Лучшая шаурма здесь» со стрелкой на меню-табличку, на котором была изображена шаурма-победитель с надписью «Лучшая шаурма кафе «Али-Баба» по версии покупателей в 2017 году», что не отображено в материалах дела (приложена к пояснениям <...>).

<...> заявлен довод о том, что в материалах дела отсутствует указание на меню-табличку, на котором была изображена шаурма-победитель с

надписью «Лучшая шаурма кафе «Али-Баба» по версии покупателей в 2017 году».

Комиссией был рассмотрен указанный довод и установлено следующее.

Как указывалось ранее, специалистами Коми УФАС России 16.03.2018 был произведён выход на место с целью установления фактического нахождения рассматриваемой рекламы, о чем составлен соответствующий акт. Однако меню-таблички, на котором была изображена шаурма-победитель с надписью «Лучшая шаурма кафе «Али-Баба» по версии покупателей в 2017 году», обнаружено не было.

Кроме того, как следует из пояснений <...>, данных на рассмотрении дела 18.06.2018, указанная меню-табличка представляла собой пластмассовую передвижную стойку. Данная стойка постоянно перемещалась по поверхности прилавка.

С учетом изложенного, а также того обстоятельства, что надпись «Лучшая шаурма здесь» со стрелкой вниз находилась на определенной высоте от фуд-корта в месте нахождения кафе-закусочной «Али-Баба», была заметной, привлекающей внимание потребителей, заявленный <...> довод был отклонён Комиссией как необоснованный и не подтвержденный материалами дела.

Также <...> отметил, что фуд-корт ТРЦ «Парма» поделен на несколько зон – американская, европейская, азиатская, русская и восточная кухня. <...> посчитал, что не вводит в заблуждение покупателей зоны фуд-корт, так как восточная кухня располагается только в кафе «Али-Баба».

Между тем Комиссией было отмечено, что блюда восточной кухни (в том числе шаурма) предлагаются к продаже не только в ТРЦ «Парма», но и в других заведениях общественного питания г. Сыктывкара.

Соответственно при отсутствии в рекламе объективного подтверждения с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, рассматриваемая реклама не может быть признана надлежащей.

В связи с чем, заявленный довод не был принят Комиссией и подлежал отклонению.

Кроме того, как следует из письменных пояснений <...>, а также его устных пояснений, данных в ходе рассмотрения рекламного дела, по договоренности с руководством ООО «ТТ» он осуществлял продвижение, рекламу, маркетинговые исследования, а также изготовление, монтаж, демонтаж всех вывесок, меню и баннеров для ООО «ТТ» в ТРЦ «Парма» в период с 01.01.2017 по 31.03.2018. Целью его деятельности была раскрутка убыточного кафе с помощью работы с имеющейся клиентской базой, привлечения новых клиентов, проведения социальных опросов, проведения фотосессий, рекламы в социальных сетях. Разрабатывал рекламу с помощью

специальных программ и приложений в электронном виде, после чего распечатывал на специализированном принтере и монтировал в ТРЦ «Парма» по доверенности, выданной на его имя директором ООО «ТТ» (в материалы рекламного дела была представлена копия доверенности <...>, а также копия разрешения, выданного ООО «ТТ», на монтаж рекламных конструкций). Картонную табличку со стрелкой вниз с надписью «Лучшая шаурма здесь» придумал, изготовил, смонтировал, демонтировал лично. Посчитал, что эта табличка украсит кафе, укажет на картинку с изображением признанной клиентами «Али-Баба» лучшей шаурмы. Не согласовал и не утвердил надпись с руководством ООО «ТТ» по своей поспешности, безалаберности и невнимательности. <...> вину в нарушении Закона о рекламе признал, с замечаниями заявителя согласился полностью.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «ТТ» в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным представителем общества в ходе рассмотрения дела, рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является физическое лицо – <...>, который самостоятельно, без согласования с ООО «ТТ», изготовил и осуществил монтаж конструкции с рассматриваемой рекламой на фуд-корте в кафе «Али-Баба».

Таким образом, из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе, произошло по вине рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя рассматриваемой рекламы <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

Решением Комиссии от 23.07.2018 № 03-01/5051 рассматриваемая реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на

юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Рассматриваемые действия не подпадают под признаки административных правонарушений, предусмотренных частями 2 - 6 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ.

С учётом изложенного, <...> допустил административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Время совершения административного правонарушения: период с 29.12.2017 по 31.03.2018.

Место совершения административного правонарушения: г. Сыктывкар Республики Коми.

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

Исследовав материалы административного дела, должностное лицо приходит к выводу о том, что вина <...> в совершении вышеуказанного административного правонарушения нашла свое подтверждение, в действиях <...> усматривается административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, является формальным и не требует материально-правовых последствий содеянного.

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. 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.

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.

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 <...>: признание вины; раскаяние лица, совершившего административное правонарушение; оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия Коми УФАС России в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении; совершение административного правонарушения впервые; прекращение правонарушения на дату вынесения постановления.

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.

Определениями Коми УФАС России № 03-01/6016 от 30.08.2018 и № 03-06/6388 от 12.09.2018 у <...> были истребованы: сведения об имущественном положении <...> с приложением подтверждающих документов (справки о доходах, иных документов); сведения о наличии (отсутствии) у <...> иждивенцев. На дату рассмотрения дела об административном правонарушении указанные сведения <...> не представлены.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание цели административного наказания, установленные ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, с учетом характера совершенного правонарушения, личности <...>, отсутствие сведений об имущественном положении <...>, наличие обстоятельств, смягчающих административную ответственность, отсутствие обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со статьями 4.1, 4.2, частью 1 статьи 14.3, статьями 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Признать <...> виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить <...> административное наказание в виде административного штрафа в размере 2 000 (две тысячи) рублей, что является минимальной санкцией для такого рода нарушений.

Реквизиты для уплаты штрафа:

ГРКЦ НБ Респ. Коми Банка России		БИК	048702001				
г. Сыктывкар		Сч. №					
Банк получателя							
ИНН 1101481197	КПП 110101001	Сч. №	40101810000000010004				
УФК ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ							
<ul style="list-style-type: none"> Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми) 							
Получатель		Вид оп.	01	Срок плат.			
		Наз. пл.		Очер. плат.	3		
		Код		Рез. поле			
16111626000016000140	87701000	0	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 случаев, предусмотренных частями 1.1, 1.3 и 1.4 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

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, 1.1 или 1.4 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, изготавливают второй экземпляр указанного постановления и направляют его в течение десяти суток, а в случаях, предусмотренных частями 1.1 и 1.4 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 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, 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 настоящего Кодекса, не составляется в случае, указанном в примечании 1 к статье 20.25 настоящего Кодекса.

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 ст. 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу:

1) после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано;

2) 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;

3) 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.

<...> <...>