

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу № 27 р-18/29-04-2018р

об административном правонарушении

«11» мая 2018 г.

г. Киров

Руководитель управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 27р-18/29-04-2018р от 11.05.2018, в отношении юридического лица ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» (юридический адрес: ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537, <...> (решение единственного участника от 13.11.2017) в связи с нарушением ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 29/04-2018р (резольтивная часть решения оглашена 19 апреля 2018 года; в полном объеме изготовлено 24 апреля 2018 года) признана ненадлежащей реклама: «*Ставка честно снижена Реклама. <...>* », размещенная в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице, поскольку она нарушает требования ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица от 07.03.2018 № б/н (вх. № 1832к от 14.03.2018) по вопросу размещения в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице информации следующего содержания: «*Ставка честно снижена до 0,35%.*». <...>», которая нарушает требования рекламного законодательства, так как информация, указанная в рекламе читается с трудом и не воспринимается потребителями.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация следующего содержания: «*Ставка честно снижена до 0,35%. Срочные деньги федеральная сеть. <...>* », адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты «Нива»), направлена на привлечение внимания потенциальных потребителей к финансовым услугам (займ), предоставляемым ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда», способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии с пунктом 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» под финансовой организацией понимается хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

Таким образом, микрокредитная компания является финансовой организацией, предоставляющей финансовые услуги.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов – это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

Согласно пункту 2.2. части 1 статьи 2 Федерального закона от 02.07.2010 № 151-ФЗ "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях" микрокредитная компания - вид микрофинансовой организации, осуществляющей микрофинансовую деятельность с учетом установленных частями 1 и 3 статьи 12 настоящего Федерального закона ограничений, имеющей право привлекать для осуществления такой деятельности денежные средства физических лиц, являющихся ее учредителями (участниками, акционерами), а также юридических лиц.

Анализ указанных норм в совокупности с понятием финансовой услуги, установленной Федеральным законом от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», позволяет сделать вывод о том, что оказываемые организациями услуги по привлечению денежных средств (займы) являются финансовыми услугами.

Таким образом, исходя из вышеуказанных нормативно определенных понятий, указанные в спорной рекламе услуги (займы) связаны с привлечением либо размещением денежных средств физических лиц, что позволяет идентифицировать их в качестве финансовых, на рекламу которых распространяются требования статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» обладает статусом микрокредитной компании, сведения о которой внесены в государственный реестр микрофинансовых организаций, что подтверждается Свидетельством от <...>.

ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» предоставляет потребительские займы физическим лицам, что подтверждается представленными документами, следовательно, ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» предоставляет финансовую услугу –займ, следовательно, реклама должна содержать наименование лица, предоставляющего финансовую услугу (займ).

В соответствии с пунктом 24 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» согласно части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги.

Целью введения данной статьи является защита прав потребителей рекламы на получение достоверной информации о рекламе финансовых услуг.

Исходя из анализа приведенных нормативных положений, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, в части обязательного указания наименования лица, оказывающего финансовую услугу, соблюдения информационного права потребителей.

Таким образом, рекламная информация в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице следующего содержания: «*Ставка честно снижена до 0,35%.. <...>*», не содержит сведений о наименовании лица - микрокредитной компании, оказывающей финансовую услугу (займ), что нарушает требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом «О потребительском кредите (займе)» для заемщика и влияющие на нее.

Статья 432 Гражданского кодекса РФ к существенным относит условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Порядок расчета полной стоимости потребительского кредита (займа) с приведением формулы, по которой необходимо осуществлять расчет, установлен статьей 6 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)», при этом условия договора потребительского кредита (займа) установлены статьей 5 указанного закона.

Учитывая изложенное, если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита (займа), пользованием им и погашением кредита (займа), содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа) и влияющие на нее.

В спорной рекламе указана только часть условий предоставления финансовой услуги (займ), а именно процентная ставка (0,35 %) и максимальная сумма (до 30000р.).

При этом иные существенные условия предоставления займа, такие как минимальная сумма займа, срок возврата займа, валюта, в которой предоставляется займ, в данной рекламе не

указаны.

Исходя из анализа положений Федерального закона «О рекламе», целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, способных вызвать у ее потребителя правильное (неискаженное) представление об объекте рекламирования. Закон не предъявляет требования указать всю существенную информацию, но обязывает формировать у ее потребителя правильное (достоверное) восприятие о соответствующей продукции (товаре, услуге). Недостаточная информированность потребителя обо всех условиях рекламируемого товара (работы, услуги), имеющая место в силу недобросовестного поведения организации, предоставляющей услуги или реализующей товар, приведет к неоправданным ожиданиям названного лица, прежде всего, в отношении сделки, которую он намерен заключить.

Поскольку распространенная реклама финансовой услуги направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие всех существенных условий предоставления займа может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой финансовой услугой.

Указывая в рекламе процентную ставку (0,35 %) и максимальную сумму займа (до 30000р.), рекламодатель привлекает внимание к финансовым услугам, вместе с тем информация о том, что процентная ставка тесно взаимосвязана с иными критериями: годовой процентной ставкой, минимальной и максимальной суммой займа, сроком предоставления финансовой услуги, является существенной, и ее отсутствие в любом случае вводит потребителей в заблуждение относительно возможности получения займа с процентной ставкой от 0,35% и максимальной суммой до 30000р. Данные условия являются существенными и влияют как на стоимость займа, так и на окончательную сумму расходов потребителя, воспользовавшегося предложением микрокредитной компании по займу.

Таким образом, спорный рекламный модуль умалчивает об иных условиях оказания соответствующей услуги, влияющих на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица, а также не содержит необходимых условий, определяющих полную стоимость займа и влияющих на нее, и размещен с нарушением п. 2 ч. 2 и ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии ч. 7 ст. 5 Федерального 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.

Поскольку распространенная реклама финансовых услуг направлена на формирование у потребителей желания ею воспользоваться, то существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы. Отсутствие всех существенных условий об условиях предоставления займа может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой услугой.

Следовательно, спорная реклама нарушает ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Руководителем оценен оригинал газеты «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018, представленный в материалы дела, а также рекламный макет, представленный для размещения в газете.

Так, в газете указана следующая информация: *«Ставка честно снижена до 0,35%. Срочные деньги федеральная сеть. <...>»*. При этом информация, указанная мелким шрифтом внизу рекламного модуля напечатана таким образом, что она нечитаема.

В представленном макете, планируемом к размещению, указана следующая информация: «Ставка честно снижена до 0,35%. Срочные деньги федеральная сеть. <...>».

При этом информация: «ООО МКК «Срочные деньги выручим всегда» ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537, <...> на оригинале газеты не поддается прочтению, следовательно, информация для потребителей о рекламируемой финансовой услуге в полном объеме, с учетом требований ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» не доведена.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, такой как: «Ставка честно снижена до 0,35%. <...>» и мелким шрифтом не поддающейся прочтению информации, в том числе: наименование финансовой организации, условия предоставления финансовых услуг: «ООО МКК «Срочные деньги выручим всегда» ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537, <...>», свидетельствует о недобросовестности вышеуказанной рекламы.

Использование мелкого шрифта затруднительного для прочтения потребителем, несмотря на формальное наличие в рекламе существенной информации о рекламируемой финансовой услуге, вводит потребителя в заблуждение и искажает содержание рекламы в целом в части доведения ее до потребителя должным образом.

Реклама оценивается со стороны обычного потребителя, который не обладает специальными знаниями в рекламируемой сфере. Если по причине мелкого нечитаемого текста потребителем не воспринимается необходимая информация, то такое предоставление информации равнозначно ее фактическому отсутствию.

Исходя из представленных документов, сделан вывод, что рекламодателем требования ч. 7 ст. 5, ч.1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» в полном объеме не исполнены.

Таким образом, рекламная информация в газете «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018 на 7 странице следующего содержания: «Ставка честно снижена до 0,35%. Срочные деньги федеральная сеть.. <...>», не содержит сведений о наименовании или имени лица, оказывающего финансовую услугу (займ) или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилия, имя и (если имеется) отчество), не содержит все условия предоставления финансовой услуги (займ), определяющие полную стоимость займа, которые влияют на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, что является существенной информацией и может вводить потребителей в заблуждение, следовательно, она размещена с нарушением ч. 7 ст. 5, ч.1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч.1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо).

Решением установлено, что ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда», являясь лицом, определившим объект рекламирования, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее КоАП РФ) нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе 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.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола юридическое лицо ООО Микрокредитная

компания «Срочные деньги выручим всегда» уведомлено надлежащим образом, явку законного представителя не обеспечило, направило ходатайство о составлении и рассмотрении протокола в отсутствие законного представителя (вх. № 3373 от 07.05.2018).

Согласно ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 15.02.2018 (дата размещения рекламы в газете «Нива»).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях юридического лица ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда», выразившийся в определении содержания рекламы следующего содержания: «*Ставка честно снижена до 0,35%. Срочные деньги федеральная сеть.. <...>* », которая не соответствует требованиям ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия юридического лица ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» по определению содержания спорной рекламы в нарушение ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных [статьями раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламодатель - юридическое лицо ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда», которое определило содержание спорной рекламы.

При установлении субъективной стороны административного правонарушения следует учитывать разъяснения 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", а именно: при рассмотрении дел об административных правонарушениях понятие вины юридических лиц раскрывается в [части 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ ([пункт 16.1](#)).

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части [КоАП](#) РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению ([часть 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ).

В данном случае установлено, что у ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» имелась возможность для соблюдения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение произошло по вине ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда».

Место и время совершения административного правонарушения: место размещения рекламной информации: «*Ставка честно снижена до 0,35%. Срочные деньги федеральная сеть.. <...>*», газета «Нива» № 14 (13, 136) от 15.02.2018, 7 страница, адрес редакции: «<...>».

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Таким образом, совершенные юридическим лицом – ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» действия по определению содержания спорной рекламы в нарушение требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено совершение административного правонарушения впервые. В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) 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.

Согласно части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Поскольку согласно информации на сайте <...> ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь ст. 3, ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28, ч. 3 ст. 28 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо - ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» (ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к юридическому лицу - ООО Микрокредитная компания «Срочные деньги выручим всегда» (ИНН 4345330409, ОГРН 1124345011537) меру ответственности в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях 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.

Руководитель управления

<...>