

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 043/04/14.3-86/2021

об административном правонарушении

«15» апреля 2021 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 043/04/14.3-86/2021 от 11.02.2021 г., составленный <...> – начальником отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области и материалы административного дела в отношении физического лица – <...> (дата и место рождения: <...> г.р., г. Киров; адрес регистрации: 610010, г. Киров, <...>, ул. <...>, д. <...> кв. <...>; документ удостоверяющий личность - паспорт: серия <...> № <...>, выдан отделением УФМС в <...> районе г. <...>, дата выдачи: <...> г.), в связи с нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 5 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 8 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/5-650/2020 (резюлютивная часть решения оглашена 03 декабря 2020 года; в полном объеме решение изготовлено 10 декабря 2020 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «<...>. Лучшие пицца и суши. Заказывай и кушай! 444-<...>. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка», распространявшаяся посредством рекламной конструкции, расположенной на заборном ограждении ООО «Станкостроительный завод» по адресу: г. Киров, ул. Московская, д. <...>, поскольку она противоречит требованиям статьи п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 5 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 8, ч. 9 ст. 19 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица № б/н от 03.07.2020 г. (вх. № 4575 от 03.07.2020 г.) о нарушении, по мнению заявителя, рекламного законодательства при размещении рекламы пиццы и суши при дистанционном способе их продажи следующего содержания: «<...>. Лучшие пицца и суши. Заказывай и кушай! 444-<...>. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка», размещенной посредством баннера на металлическом каркасе, расположенном на заборном

ограждении ООО «Станкостроительный завод» по адресу: г. Киров, ул. Московская, д. <...>, рядом с автобусной остановкой Октябрьский проспект (ул. Московская), а также рядом с жилым домом по адресу: Октябрьский проспект, д. <...>/Московская, д. <...> (акт фиксации от 07.07.2020).

В ходе рассмотрения дела установлено следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального 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.

Согласно п. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это 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.

В соответствии с п. 3 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация «<...>. Лучшие пицца и суши. Закажи и кушай! 444-<...>. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка» обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы:

- распространена посредством баннера на металлическом каркасе, размещенного на заборном ограждении ООО «Станкостроительный завод» по адресу: г. Киров, ул. Московская, д. <...> рядом с автобусной остановкой Октябрьский проспект (ул. Московская), а также рядом с жилым домом по адресу: Октябрьский проспект, д. <...>/Московская, д. <...> и является наружной рекламой;

- адресована неопределенному кругу лиц – всем прохожим и водителям, т.е. тем лицам, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования (неперсонифицированный характер);

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: предоставляемой услуге – продаже товаров (блюд) доставки пиццы и суши «<...>» дистанционным способом, а также формирование интереса и продвижению на рынке продукции реализуемой доставкой «<...>» за счет указания на привлекательные для потребителей условия (акции) о получении при заказе двух пицц третьей в подарок («Закажи 2, получи 3-ю бесплатно!») и бесплатной доставке товаров (блюд).

Соответственно вышеуказанная информация является рекламой и на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

В силу ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается недобросовестная или недостоверная реклама.

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 соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О 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 приведённом выше содержании рекламы используется сравнительная характеристика объекта рекламирования с иными товарами, путем употребления слова «лучшие» в превосходной степени сравнения без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение («лучшие пицца и суши»).

Поскольку рекламная информация «<...>. Лучшие пицца и суши. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка» не сопровождается объективным подтверждением характеристики объекта рекламирования в сравнении с иными аналогичными товарами (пицца и суши), такая реклама является недостоверной и нарушает п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п. 5 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая в том числе содержит не соответствующие действительности сведения об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара.

В ненадлежащей рекламе сообщается о бесплатной доставке. Вместе с тем бесплатная доставка осуществляется только при наличии минимальной суммы заказа реализуемого товара, которая указана на официальном сайте доставки «<...>» (акт фиксации от 16.07.2020). Бесплатная доставка в г. Кирове (центр) осуществляется от 400 рублей, в Нововятском районе, Дороници, Коминтерне, Садаках – от 1000 рублей. Следовательно, бесплатная доставка рассчитывается в зависимости от суммы минимального заказа и района доставки.

Таким образом реклама пиццы и суши при дистанционном способе их продажи содержит недостоверные сведения об условиях бесплатной доставки товара в нарушение требований п. 5 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования,

предъявляемые Федеральным законом «О рекламе» к рекламе, в частности о включении в рекламу условий оказания услуг.

Указание в данной рекламе на бесплатную доставку в отсутствие такого существенного условия как необходимость оформления заказа пицца и суши на определенную минимальную сумму искажает смысл рекламной информации и вводит потребителей в заблуждение относительно условий доставки.

Таким образом, рекламная информация доведена в искаженном виде и вводит в заблуждение потребителей рекламы, является ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемой услуге (доставке пиццы и суши) и условиях ее приобретения, что является нарушением ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 8 Федерального закона «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В силу п. 2 ст. 497 Гражданского кодекса Российской Федерации договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

Согласно п. 2 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 N 612, действовавших на момент распространения ненадлежащей рекламы (07.07.2020 г.), продажа товаров дистанционным способом является продажей товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», а также сетей связи для трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

Вышеуказанная реклама содержит информацию о продаже товаров (блюд), осуществляемой доставкой «<...>», при этом ознакомление с товарами (перечнем предлагаемых блюд) происходит посредством изучения каталога и фотоснимков, представленных на официальном сайте доставки <http://www.<...>.ru/>, а также интернет-странице в социальной сети <https://vk.com/<...>>, которые содержат информацию о наименовании и ассортименте реализуемой продукции, её стоимости, о проводимых акциях, условиях доставки и оплаты (акт фиксации от 16.07.2020).

Следовательно, решение о выборе конкретного товара из представленного ассортимента и совершении покупки покупатель принимает до оформления заказа, его доставки и оплаты, таким образом, у покупателя отсутствует возможность непосредственного ознакомления с товаром либо его образцом.

Соответственно вышеуказанная реклама доставки товаров (пиццы и суши) «<...>» является рекламой товаров при дистанционном способе продажи.

Таким образом, в рекламе «<...>. Лучшие пицца и суши. Закажи и кушай! 444-<...>. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка» отсутствуют все необходимые сведения о продавце, реализующем товары дистанционным способом: не указаны фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, что является нарушением требований ст. 8 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства РФ о рекламе по п. 1 ч. 3 ст. 5, по п. 5 ч. 3 ст. 5, по ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно ч. 6, 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований законодательства РФ о рекламе по ст. 8 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель и рекламораспространитель.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» под рекламораспространителем понимается лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно чеку № 0004 от 22.08.20, товарному чеку от 22.08.20 предпринимательскую деятельность по доставке пиццы и роллов «<...>» по адресу: г. Киров, ул. Карла Маркса, д. <...> осуществляет ИП <...> (ИНН: <...>).

Исходя из письменных пояснений ИП <...> от 02.12.2020 (вх. № 8457 от 03.12.2020) следует, что он обратился к неустановленному лицу за изготовлением макетов с рекламной информацией. В дальнейшем данное лицо предложило ИП <...> на основании устного соглашения изготовить и разместить посредством рекламной конструкции рекламу доставки пиццы и суши «<...>» при дистанционном способе продажи товаров на заборном ограждении ООО «Станкостроительный завод» по адресу: г. Киров, ул. Московская, д. <...>.

Таким образом, исходя из содержания рекламы, информации о субъекте, осуществляющем деятельность в качестве продавца товаров (блюд) доставки «<...>» при дистанционном способе продажи, рекламодателем ненадлежащей рекламы, исходя из понятия, установленного ст. 3 Федерального закона «О рекламе», является ИП <...> (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>), который несет ответственность за нарушение требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 5 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 8 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 043/05/5-650/2020.

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.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

Согласно ч. 1 ст. 14.3 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.

Событием является установленный факт нарушения рекламного законодательства, выразившийся в определении содержания рекламы «<...>. Лучшие пицца и суши. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка» с недостоверными сведениями о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте иными товарами и об условиях доставки, что искажает смысл рекламной информации и вводит потребителя в заблуждение, а также в отсутствие сведений о продавце товаров (пицца и суши) при дистанционном способе их продажи, что является нарушением п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 5 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 8 Федерального закона «О рекламе», ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

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 07.07.2020 г. (дата фиксации ненадлежащей рекламы пиццы и суши «<...>» при дистанционном способе их продажи).

Место совершения административного правонарушения: адрес распространения рекламы следующего содержания: «<...>. Лучшие пицца и суши. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка» на рекламной конструкции, расположенной на заборном ограждении ООО «Станкостроительный завод» по адресу: г. Киров, ул. Московская, д. <...>; территория распространения – Кировская область, г. Киров.

Время совершения административного правонарушения: 07.07.2020 г. (дата фиксации ненадлежащей рекламы сотрудниками антимонопольного органа).

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

Объективной стороной административного правонарушения являются действия <...> (до 23.11.2020 – индивидуального предпринимателя <...>) по определению содержания ненадлежащей рекламы пиццы и суши «<...>» при дистанционном способе их продажи, распространенной на рекламной конструкции, расположенной на заборном ограждении ООО «Станкостроительный завод» по адресу: г. Киров, ул. Московская, д. <...> с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 5 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 8 Федерального закона «О рекламе» содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Уполномоченным должностным лицом Кировского УФАС России установлено, что <...> был зарегистрирован в качестве индивидуального предпринимателя 22.03.2012. Согласно выписке из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей № ИЭ9965-20-240875866 предприниматель снят с учета 23.11.2020.

Вместе с тем в период определения содержания ненадлежащей рекламы (07.07.2020 г.) <...> являлся индивидуальным предпринимателем и осуществлял предпринимательскую деятельность. Утрата лицом статуса индивидуального предпринимателя в период рассмотрения дела не свидетельствует о ликвидации стороны, участвующей в настоящем деле, и не прекращает обязательств по соблюдению требований законодательства РФ о рекламе.

Согласно ч. 1 ст. 1.4 КоАП РФ физические лица подлежат административной ответственности независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

Соответственно субъектом административного правонарушения является <...> (<...> г.р.).

Согласно ч. 2 ст. 2.2 КоАП РФ 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.

<...> (до 23.11.2020 – индивидуальный предприниматель <...>) должен был предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако, его допустил, в связи с чем нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе произошло по вине <...>.

Следовательно, субъективная сторона при совершении административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку <...> не предвидел возможности наступления вредных последствий, хотя должен был и мог их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при

рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение было совершено <...> по неосторожности.

Совершенные <...> (до 23.11.2020 – индивидуальным предпринимателем <...>), действия по определению содержания ненадлежащей рекламы «<...>. Лучшие пицца и суши. Заказывай и кушай! 444-<...>. Закажи 2, получи 3-ю бесплатно! Бесплатная доставка», размещенной на рекламной конструкции, расположенной на заборном ограждении ООО «Станкостроительный завод» по адресу: г. Киров, ул. Московская, д. <...> с нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5, п. 5 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5, ст. 8 Федерального закона «О рекламе» содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Уведомлением о составлении протокола исх. № 6470/04 от 14.12.2020 <...> сообщалось о возбуждении в отношении него административного производства по факту совершения действий по определению содержания ненадлежащей рекламы.

О дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении <...> считается уведомленным надлежащим образом (письмо с уведомлением о составлении протокола вернулось в антимонопольный орган 20.01.2021 г.).

На составление протокола, состоявшееся 11.02.2021 г. в 15 часов 30 минут, <...> не явился, представителя по доверенности не направил, ходатайств не заявлял.

Протокол составлен в отсутствие <...>.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола <...> считается уведомленным надлежащим образом (письмо с определением № 043/04/14.3-86/2021 о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении исх. № 513/04 от 11.02.2021 и протоколом № 043/04/14.3-86/2021 от 11.02.2021 вернулось в антимонопольный орган 23.03.2021 г.).

На рассмотрение протокола № 043/04/14.3-86/2021, состоявшееся 15.04.2021 г. в 11 часов 00 минут, <...> не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

Протокол рассмотрен в отсутствие <...>.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которая выразилась в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

Кроме того, основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля лица, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих вину обстоятельств установлено: оказание лицом, совершившим административное правонарушение, содействия антимонопольному органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении, в установлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении; совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

В соответствии с ч. 1 ст. 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 ч. 2 ст. 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных ч. 2 настоящей статьи.

Положения ст. 4.1.1 КоАП РФ распространяются на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, а также на юридических лиц и их работников, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, которым физическое лицо <...> не является, соответственно, основания применения к <...> меры ответственности в виде предупреждения отсутствуют.

С учетом характера совершенного административного правонарушения, наличия смягчающих обстоятельств наложение административного штрафа на <...> осуществляется в минимальном размере санкции, установленной ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 3, 5, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать физическое лицо – <...> (<...> г.р.) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к физическому лицу – <...> (<...> г.р.) меру ответственности в виде наложения штрафа в размере 2 000 (двух тысяч) рублей.

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

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.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Руководитель управления