

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а

тел. 50-31-

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № А17/260-14.3

об административном правонарушении

08.08.2017г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №А17/260-14.3, возбужденного в отношении ООО «И» (<...>, г. Екатеринбург, ул. Академика Шварца, <...>, <...>, дата регистрации:21.05.2014г.),

в отсутствие законного представителя ООО «И», надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте составления и подписания протокола об административном правонарушении (о чем свидетельствует ходатайство ООО «И» о рассмотрении дела в отсутствие представителя Общества (вх. №6151 от 08.08.2017г.), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены в протоколе об административном правонарушении №А17/260-14.3 от 26.07.2017г.,

УСТАНОВИЛ:

Определением Тюменского УФАС России от 27.06.2017г. № А17/260-14.3 в

отношении ООО «И» возбуждено производство по делу об административном правонарушении № А17/260-14.3 по ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ). Проведено административное расследование, которым установлено следующее.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России) поступили заявления граждан <...> (вх.№ 9739 от 22.12.2016), <...> (вх.9740 от 22.12.2016) и <...> (вх.9732 от 21.12.2016), указывающие на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении смс-сообщений рекламного характера.

Из заявлений следует, что на принадлежащие заявителям абонентские номера <...> и <...> 12.12.2016г., и 07.12.2016 на номер <...> поступили сообщения следующего содержания: «Ремонт и обслуживание автомобилей К «Б» <...> г.Тюмень ул.Республики <...>». Как указывают заявители, согласия на SMS-рассылку рекламного характера они не давали.

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р17/14-18 от 18.05.2017г. признана ненадлежащей реклама, содержащаяся в SMS-сообщении, поступившем 12.12.2016 в 14:37 от абонента К следующего содержания: «Ремонт и обслуживание автомобилей К «Б» <...> г. Тюмень ул. Республики <...>», поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р17/15-18 от 18.05.2017г. признана ненадлежащей реклама, содержащаяся в SMS-сообщении, поступившем 07.12.2016 в 14:48 от абонента К следующего содержания: «Ремонт и обслуживание автомобилей К «Б» <...> г. Тюмень ул. Республики <...>», поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р17/09-18 от 21.06.2017г. признана ненадлежащей реклама, содержащаяся в SMS-сообщении, поступившем 12.12.2016 в 14:14 от абонента К следующего содержания: «Ремонт и обслуживание автомобилей К «Б» <...> г. Тюмень ул. Республики <...>», поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 18 Закона о рекламе.

26.07.2017г. специалистом Тюменского УФАС России в отношении ООО «И»

был составлен протокол об административном правонарушении № А17/260-14.3.

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) - это 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. Объект рекламирования – 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.

Из материалов дела следует, что ООО «И», без согласия абонентов <...>, <...> и <...>, на принадлежащие им абонентские номера <...> и <...> 12.12.2016г., и 07.12.2016 на номер <...> направило сообщения следующего содержания: *«Ремонт и обслуживание автомобилей К «Б» <...> г.Тюмень ул.Республики <...>».*

Указанная информация является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данном случае под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Согласно статье 18 Закона о рекламе реклама распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за

нарушение статьи 18 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, рекламораспространителем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителей.

При этом законодательно установленное определение распространителя рекламы в зависимости от обязательной осведомленности им относительно ее содержания не поставлено.

По смыслу приведенной нормы права, при разрешении вопроса относительно признания лица распространителем рекламы необходимо исходить из наличия у такого лица возможности либо непосредственно ознакомиться с содержанием распространяемой рекламы, либо предполагать, что ее распространение станет возможным посредством его действий.

Кроме того, Законом о рекламе не оговорено количество рекламораспространителей, могущих принимать участие в распространении определенной рекламы.

Таким образом, количество рекламораспространителей, участвовавших в рекламной sms-рассылке определяется не только набором и отправкой сообщения конечным лицом, но и фактически созданными и/или предоставленными возможностями для распространения рекламы иными лицами, которые осуществляют набор и отправку сообщений.

Рассматриваемая реклама была направлена ООО «И» как Дилером в соответствии с Дилерским договором № <...>/<...> от 10.07.2014г., по которому ООО «Л» (Исполнитель) оказывает ООО «И» (Дилер) услуги по предоставлению Исполнителем Дилеру телематических услуг связи посредством своего программно-аппаратного комплекса для автоматической трансляции Дилером или его Клиентами сообщений Абонентам на определенной сторонами территории через принадлежащий ему программный интерфейс в соответствии с Дилерской программой.

Согласно п. 1.20. Дилерского договора, СПАМ – информация, предназначенная по своему содержанию неопределенному кругу лиц, отправленная Дилером или его Клиентом и доставленная получателям без их предварительного согласия (Примечание: критерии наличия (определения) СПАМ соответствует критериям недобросовестной рекламы, содержащимся в Федеральных законах «О рекламе» (статья 18)

и «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (статья 10).

В соответствии с п. 7.2.1. Дилерского договора, Дилер обязуется использовать Услугу, являющуюся предметом настоящего Договора и Приложений к нему в соответствии с нормами отраслевого действующего законодательства РФ, в том числе законодательства о рекламе и связи и самостоятельно и в полном объеме нести ответственность за указанное соответствие/несоответствие.

Согласно п. 7.2.2. Дилерского договора, Дилер обязуется соблюдать требования отраслевого действующего законодательства РФ, а прежде всего: ФЗ «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года, а также иных нормативно-правовых актов, регламентирующих рассматриваемый вид правоотношений, равно как гарантировать, что содержание Услуги, предоставляемой Дилером Клиентам на основании договоров пропуска трафика, соответствует нормам действующего законодательства РФ, в том числе законов об охране авторских и иных прав на объекты интеллектуальной собственности, о рекламе, действующих на территории Российской Федерации, законодательству об охране прав личности, религиозных и общественных убеждений, национального достоинства, а также нормам международного права.

В соответствии с п. 7.2.4. Дилерского договора, Дилер обязуется обеспечить контроль заблаговременного предоставления Клиентами установленного действующим законодательством РФ о рекламе согласия абонента, а именно: надлежащим образом заверенную Клиентом (печать и подпись уполномоченного лица на бумажном носителе) копию анкеты в установленной форме (ФИО, число, подпись, волеизъявление абонента) на получение информационных данных, распространяемых Клиентами посредством Платформы Исполнителя и программного интерфейса Дилера, на каждого Абонента, на телефонный номер которого производится рассылка.

Согласно п. 7.2.5. Дилерского договора, Дилер обязуется обеспечить наличие установленного действующим законодательством РФ предварительного согласия абонента или адресата на получение исходящих от его Клиентов информационных данных рекламного характера, распространяемых Клиентами посредством программной платформы Исполнителя и программного интерфейса Дилера. В обязательном порядке получить от Абонента, на телефон которого планируется отправка SMS с информацией Клиента, согласие на получение таких сообщений в такой форме, которая может быть предъявлена Оператору в случае необходимости в качестве безоговорочного доказательства добровольности адресата на получение SMS, и самостоятельно и в полном объеме нести ответственность, установленную

действующим законодательством РФ, за несоблюдение/ненадлежащее соблюдение установленного настоящим пунктом Договора требований.

В соответствии с п. 7.2.7. Дилерского договора, Дилер обязуется обеспечить контроль характера, проводимых Клиентами через Платформу Исполнителя и программный интерфейс Дилера информационных данных рекламного характера – исключение возможности проведения Клиентами через Платформу Исполнителя и программный интерфейс Дилера рассылку СПАМ, мошеннических или опасных сообщений и в полном объеме нести административную, имущественную, гражданско-правовую и иную ответственность за несоблюдение/ненадлежащее соблюдение установленного настоящим пунктом Договора требований.

Исходя из анализа упомянутых положений Дилерского договора № <... >/<...> от 10.07.2014г., представляется возможным сделать вывод о том, что распространение SMS-сообщений осуществляется путем их передачи от ООО «И» к ООО «Л», который осуществляет передачу таких сообщений.

Согласно п. 1 ст. 2 Федерального закона от 07.07.2003г. № 126-ФЗ «О связи» (далее - Закон о связи), абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации.

Согласно п. 12 ст. 2 Закона о Связи, оператор связи - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги связи на основании соответствующей лицензии.

В соответствии с п. 22.1 ст. 2 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи - автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

Поскольку [Закон](#) о Связи не содержит исключений из информации, которая может распространяться с помощью рассылки, указанное понятие рассылки включает в себя, в том числе рассылку сообщений рекламного характера.

Согласно п. 16 ст. 2 Закона о Связи, пользователь услугами связи - лицо, заказывающее и (или) использующее услуги связи.

Согласно п. 32 ст. 2 Закона о Связи, услуга связи - деятельность по приему, обработке, хранению, передаче, доставке сообщений электросвязи или почтовых отправлений.

[Статья 44.1](#) Закона о связи устанавливает порядок осуществления рассылки.

Соответственно, при осуществлении рассылок по сетям электросвязи сообщений рекламного характера с "коротких" и "буквенных" номеров, а также автоматических рассылок должны соблюдаться требования [статьи 44.1](#) Закона о Связи.

В соответствии с ч. 1 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

В соответствии с данной нормой согласие абонента на получение рекламы должно быть выполнено таким образом, чтобы можно было однозначно идентифицировать такого абонента (простое заполнение бланка/формы, не позволяющее однозначно установить и подтвердить, кто именно заполнил такую форму, не является соблюдением указанного требования)

В соответствии с ч. 2 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи.

Данная норма, закрепляет положение, согласно которому оператор связи абонента, которому предназначена рассылка, выполняет не только функции доставки сообщения, но также обеспечивает направление сообщения в сеть электросвязи, соответственно имеет правовую и техническую возможность оценить содержание сообщения, в том числе наличие у сообщения рекламного характера, и проверить у заказчика рассылки наличие согласия абонента на получение такой рассылки.

В силу ч. 3 ст. 44.1 Закона о Связи, рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи, осуществляемая с нарушением требований настоящего Федерального закона, является незаконной, за исключением рассылки сообщений в целях информирования абонента в связи с перенесением абонентского номера, иных сообщений, которую оператор

связи обязан осуществлять в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также рассылки сообщений по инициативе федеральных органов исполнительной власти, органов государственных внебюджетных фондов, исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, местных администраций и других органов местного самоуправления, осуществляющих исполнительно-распорядительные полномочия в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В соответствии с ч. 6 ст. 45 Закона о Связи, абонент вправе обратиться к оператору подвижной радиотелефонной связи с требованием о прекращении передачи на его пользовательское оборудование (оконечное оборудование) коротких текстовых сообщений с указанием абонентского номера или уникального кода идентификации, которые содержатся в таких сообщениях и от получения которых абонент отказывается, за исключением сообщений, передача которых осуществляется оператором подвижной радиотелефонной связи в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Оператор подвижной радиотелефонной связи без взимания платы с абонента обязан прекратить рассылку по сети подвижной радиотелефонной связи на пользовательское оборудование (оконечное оборудование) абонента с абонентского номера или уникального кода идентификации, указанных в обращении абонента.

В силу ч. 1 ст. 46 Закона о Связи, оператор связи обязан прекратить оказание услуг связи по пропуску по своей сети трафика, содержащего осуществляемую с нарушением требований настоящего Федерального закона рассылку.

В соответствии с [п. 1 ст. 3](#) Закона о рекламе, реклама - это 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.

[Пунктом 1 статьи 18](#) Закона о рекламе предусмотрено, что распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламодатель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламодатель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Из анализа указанного Договора № <...>/<...> от 10.07.2014г. и законодательства Российской Федерации следует, что ООО «И» участвовало в передаче рассматриваемых SMS-сообщений рекламного характера, а следовательно, является рекламораспространителем и обязано при оказании услуг по рассылке SMS-сообщений пользователям, иметь согласие пользователей на получении SMS-рассылки, оформленное документально, т.е. письменное согласие.

Согласно письменным пояснениям ООО «И» (вх.5617 от 18.07.2017г.) рекламораспространителем указанной рекламы является ООО «Н», с которым заключен договор № <...> от 29.10.2014 на предоставление услуг доступа к системе передачи информационных данных.

Указанный довод заявителя не может быть принят во внимание в силу того, что ООО «И» при заключении Дилерского договора № <...> от 13.08.2013г. с ООО «Л» приняло на себя обязательства о получении документально оформленного согласия Абонентов на получение рекламы.

Наложение ООО «И» обязанности в получении надлежащим образом оформленных согласий Абонента на ООО «Н» (согласно № <...> от 29.10.2014. на предоставление услуг доступа к системе передачи информационных данных), не снимает с самого Общества обязанности исполнения договорных обязательств перед ООО «Л» в части получения указанного согласия абонента. Из этого следует, что ООО «И» обязано иметь документально оформленное согласие абонента на получение рекламной рассылки как в силу закона (ч. 1 статьи 18 Закона о рекламе), так и исходя из обязательств, принятых перед ООО «Л» при заключении Дилерского договора № <...> от 13.08.2013г.

Согласно ст.309 Гражданского кодекса Российской Федерации обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований – в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

На основании изложенного, у ООО «И» имелась обязанность предварительно удостовериться в наличии согласия Абонентов на получение смс-сообщений, содержащих рекламную информацию.

Вместе с тем, у ООО «И» отсутствуют письменные согласия абонентов <...>, <...> и <...> на получение рекламы посредством направления SMS-сообщений, таким образом, имеются признаки административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, в соответствии с которой, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Субъектом административного правонарушения по делу № А17/260-14.3 выступает – ООО «И» (<...>, г. Екатеринбург, ул. Академика Шварца, <...>, <...>, дата регистрации: 21.05.2014г.).

Таким образом, ООО «И», распространяя вышеуказанную рекламу, без предварительного согласия потребителей на получение рекламы, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 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.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень. Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дел, – 07.12.2016 г., 12.12.2016г.

Согласно п.2 ст. 2.1. КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Антимонопольным органом установлено, что ООО «И» при должной внимательности и осмотрительности при распространении рекламы могло предвидеть последствия – возможность нарушения законодательства о рекламе, имело возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняло всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Дело об административном правонарушении № А17/260-14.3 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО «И» правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Совершенное ООО «И» правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в части 1 статьи 14.3 КоАП РФ административной ответственности за их нарушение направлены на охрану прав потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку потребители признаются слабой стороной данных отношений, не обладающих специальными познаниями.

Учитывая характер и конкретные обстоятельства совершенного

правонарушения, роль правонарушителя, можно сделать вывод о том, что совершенное ООО «И» правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность, признается совершение правонарушения впервые.

Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что 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 статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям, содержащимся на официальном сайте Федеральной налоговой службы www.nalog.ru, ООО «И» не включено в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Иными сведениями о том является ли ООО «И» субъектом малого или среднего предпринимательства антимонопольный орган не располагает, в связи с чем, применение статьи 4.1.1. КоАП РФ, предусматривающей

замену административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение, не возможно.

На основании изложенного, учитывая характер и степень виновности лица, привлекаемого к административной ответственности, причины и условия совершения административного правонарушения, руководствуясь статьями 2.4, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «И» (<...>, г. Екатеринбург, ул. Академика Шварца, <...>, <...>, дата регистрации: 21.05.2014г.), меру ответственности в виде административного штрафа в размере **100 000 (сто тысяч)** рублей за совершение правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3. КоАП РФ.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Наименование получателя: Управление федерального казначейства Министерства финансов России по Тюменской области (Тюменское УФАС России)

ИНН 7202081799, КПП 720301001

счет 40101810300000010005

банк получателя: отделение Тюмени г. Тюмень

БИК 047102001, ОКТМО 71701000

код бюджетной классификации – 161 116 26000 01 6000 140

УИН: **(указывать обязательно!!!)**

Назначение платежа: «Денежные (штрафы) взыскания за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП 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.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП 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.

Заместитель
руководителя управления

<...>