

Постановление

о наложении штрафа по делу № 012/04/14.3.1-92/2023

об административном правонарушении

«22» февраля 2023 года
Йошкар-Ола

г.

Заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл <...>, рассмотрев протокол от «09» февраля 2023 года и материалы дела № 012/04/14.3.1-92/2023 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП Ч. (дата рождения: <...>, место рождения: <...>, паспорт <...>, выдан <...>, ИНН <...>, ОГРН <...>, адрес регистрации: <...>) по факту нарушения пункта 3 части 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при размещении и распространении рекламы «Tasty Town Вейп/Кальяны Кальяны. POD-Системы. Жидкости для вейпа. Одноразовые электронные устройства. Ремонт устройств.», «кльяны ждиксоти, эелкнртное сгиратеы, rod- системы, элитный чай» с изображением дыма (пара) по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон), «Tasty Town Вейп/Кальяны Табак для кальяна. Одноразовые электронные устройства. POD-Системы. Жидкости для вейпинга», по адресам: ул. Первомайская, д. 111, г. Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), ул. Строителей, д.1 (решение по делу № 012/05/7-765/2022 от 18.01.2023), в отсутствии ИП Ч.,

Установила:

Дело об административном правонарушении возбуждено в отношении ИП Ч. по факту нарушения пункта 3 части 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при размещении и распространении рекламы «Tasty Town Вейп/Кальяны Кальяны. POD-Системы. Жидкости для вейпа. Одноразовые электронные устройства. Ремонт устройств.», «кльяны ждиксоти, эелкнртное сгиратеы, rod- системы, элитный чай» с изображением дыма (пара) по адресу РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон), «Tasty Town Вейп/Кальяны Табак для кальяна.

Одноразовые электронные устройства. POD-Системы. Жидкости для вейпинга», по адресам ул. Первомайская, 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), ул.Строителей, д.1 (решение по делу № 012/05/7-765/2022 от 18.01.2023), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3, частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ.

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) 19.10.2022 установлен факт размещения наружной рекламы по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон) «Tasty Town Вейп/Кальяны Кальяны. POD-Системы. Жидкости для вейпа. Одноразовые электронные устройства. Ремонт устройств.» следующего содержания:

Также по адресу ул. Первомайская, 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский») 19.10.2022 установлен факт размещения рекламы «Tasty Town Табак для кальяна. Одноразовые электронные устройства. POD-Системы. Жидкости для вейпинга.» на штендере при входе в торговый центр:

Марийским УФАС России в отношении ИП Ч. возбуждено дело № 012/05/7-765/2022 по признакам нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения рекламы «Tasty Town Вейп/Кальяны Кальяны. POD-Системы. Жидкости для вейпа. Одноразовые электронные устройства. Ремонт устройств.» по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон), рекламы «Tasty Town Табак для кальяна. Одноразовые электронные устройства. POD-Системы. Жидкости для вейпинга.» по адресу ул. Первомайская, 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»).

Аналогичная реклама размещалась по адресу ул.Строителей, д.1 (акт от 03.11.2022):

Также в Марийское УФАС России поступили материалы проверки УМВД России по г.Йошкар-Оле (вх.№8944/22 от 24.11.2022) о размещении по адресу: г.Йошкар-Ола, ул.Строителей, д.1 рекламы следующего содержания:

Также в Марийское УФАС России поступили материалы проверки УМВД России по г.Йошкар-Оле (вх.№8942/22 от 24.11.2022, по заявлению <...>., <...>.) о размещении рекламы по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон) следующего содержания:

Указанные материалы приобщены к материалам дела № 012/05/7-765/2022.

Решением Комиссии Марийского УФАС России по делу № 012/05/7-765/2022 от 18.01.2023 реклама «Tasty Town Вейп/Кальяны Кальяны. POD-Системы. Жидкости для вейпа. Одноразовые электронные устройства. Ремонт устройств.», «кльяны ждиксоти, эелкнртные сгиратеы, pod-системы, элитный чай» с изображением дыма (пара) по адресу РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон), «Tasty Town Вейп/Кальяны Табак для кальяна. Одноразовые электронные устройства. POD-Системы. Жидкости для вейпинга», по адресам ул. Первомайская, 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), ул.Строителей, д.1 признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 5, части 11 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ главным государственным инспектором отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...> в отсутствие ИП Ч., надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте составления протокола (в адрес ИП Ч. 20.01.2023 направлено уведомление о составлении протокола исх. №ОЕ/193/23, которое получено 26.01.2023).

Копия протокола направлена по адресу регистрации ИП Ч., получена 11.02.2023.

Событие административного правонарушения выразилось в следующем.

В соответствии со статьей 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.

При этом отнесение информации к рекламе или иной информации

осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств её размещения.

Как разъяснил Президиум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Под объектом рекламирования понимают 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 (статья 3 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе используется перечисление товаров, реализуемых в торговых объектах Tasty Town: табак для кальяна, одноразовые электронные устройства, pod-системы, жидкости для вейпа, вейп, кальян, кальяны. Также в рекламе имеется изображение человека с имитацией дыма (пара).

Кроме того, Марийским УФАС России проведен опрос потребителей о восприятии слов, используемых в рекламе: «КЛЬАНЯЫ», «ЖДИКСОТИ» «ЭЕЛКНРТНЫЮЕ СГИРАТЕЫ». Опрос проведен путем анкетирования (25 человек), а также путем размещения формы анкетирования на сайте Марийского УФАС России (размещен по ссылке <https://mari-el.fas.gov.ru/webform/25542>, опрос прошло 133 человека). По результатам опроса более 87% респондентов указали, что текст рассматриваемой информации в части следующих слов «КЛЬАНЯЫ» «ЖДИКСОТИ» «ЭЕЛКНРТНЫЮЕ СГИРАТЕЫ» является читаемым, также более 89% опрошенных указали, что могут прочесть одно или несколько из слов «Кальяны, Жидкости, Электронные сигареты».

Размещенная текстовая информации: «Tasty Town Вейп/Кальяны Кальяны. POD-Системы. Жидкости для вейпа. Одноразовые электронные устройства. Ремонт устройств.» с изображением дыма (пара), «Tasty Town Табак для кальяна. Одноразовые электронные устройства. POD-Системы. Жидкости для вейпинга», «кльяняы ждиксоти, эелкнртное сгиратеы, pod- системы, элитный чай» привлекает интерес потребителей к деятельности торговых точек по продаже кальянов, электронных устройств, pod-систем, жидкостей для вейпа, дает явное представление о реализации данных товаров и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания всех посетителей данной торговой точки, и поддержание интереса, как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

Таким образом, рассматриваемая информация, размещаемая по адресам РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон), ул. Первомайская, 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), ул. Строителей, д. 1 является рекламой вейпов, кальянов, жидкостей, электронных сигарет, pod- систем, электронных устройств, магазинов и торговых объектов Tasty Town, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства.

В силу пункта 1 части 1 статьи 16 Закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее Закон №15-ФЗ) в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещаются: реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции или никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, стимулирование потребления табака или никотинсодержащей продукции.

В соответствии с пунктом 5 части 1 статьи 16 Закона №15-ФЗ запрет рекламы табака, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

В силу пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

Таким образом, Законом о рекламе установлен безусловный запрет на рекламу кальянов, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

Электронные испарители, электронные сигареты, вейпы, кальяны (в том числе жидкости для них) используются для совершения действий, аналогичных процессу курения, испарители в зависимости от модели могут содержать никотин и иные вещества, содержащиеся в табачных изделиях. Таким образом, вейпы, электронные испарители могут быть отнесены к категории товаров, подобных курительным принадлежностям.

Кроме того, в соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается демонстрация процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции и потребления алкогольной продукции.

Поскольку по адресу РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон) размещено изображение человека с дымом (паром) в области верхней части туловища, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама также является демонстрацией процесса курения.

Таким образом, рассматриваемая реклама, распространенная по адресам РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон), ул. Первомайская, 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), ул. Строителей, д. 1 нарушает требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, поскольку является рекламой вейпов, кальянов, электронных сигарет, испарителей, и других курительных принадлежностей, а также реклама, размещенная по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Строителей, д. 1 нарушает требования пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку является демонстрацией процессов курения в рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель, ответственность за нарушение требований части 3 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламодателя.

По установленным адресам, в которых размещалась реклама, деятельность осуществляет ИП Ч., являющийся как рекламодателем, так и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе установлена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ. нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей - влечет

наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до четырех тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати пяти тысяч рублей.

Ответственность за нарушение пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники, а также лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

Согласно пункту 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.

В силу статьи 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.

Одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении, является виновность лица в совершении административного правонарушения (статья 26.1 КоАП РФ).

В силу статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично. 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.

Лицо может быть признано невиновным в совершении административного правонарушения, если представит доказательства того, что им были предприняты все необходимые и достаточные меры для предотвращения правонарушения.

Антимонопольным органом установлено, что ИП Ч. при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы мог предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имел возможность выполнить возложенную на нее обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предприняла всех зависящих от нее мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган на основе собранных по делу доказательств приходит к выводу, что вина ИП Ч. в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе установлена.

Место, время совершения и событие административного правонарушения:

Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл, город Йошкар-Ола.

Время совершения административного правонарушения: с 19 октября 2022 года - дата фиксации размещения рекламы в г. Йошкар-Ола по настоящее время.

Состав административного правонарушения по пункту 8 статьи 7 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», совершенного ИП Ч., образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона — действия ИП Ч., направленные на доведение рекламы до потребителей с нарушением пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе»;
- субъект правонарушения – ИП Ч.
- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у ИП Ч. имелась возможность соблюдения

законодательства о рекламе, но им не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Следовательно, установлено, что имело место событие административного правонарушения и факт его совершения ИП Ч. Кроме того, имелись основания для составления протокола об административном правонарушении, юридические признаки (противоправность, виновность, наказуемость) и все элементы состава административного правонарушения, предусмотренные нормой права (объект, объективная сторона, субъект, субъективная сторона).

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ) не установлено.

Дополнительно должностным лицом Марийского УФАС России исследован вопрос о малозначительности.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Как разъяснил Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума от 24.03.2005 №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» 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. При этом такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, характеризующими малозначительность правонарушения.

По смыслу статьи 2.9 КоАП РФ оценка малозначительности деяния должна соотноситься с характером и степенью общественной опасности, причинением вреда либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству. Таким образом, административные органы обязаны установить не только формальное сходство содеянного с признаками того или иного административного

правонарушения, но и решить вопрос о социальной опасности деяния.

Действия ИП Ч. содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении индивидуального предпринимателя к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Совершенное ИП Ч. правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе.

Марийское УФАС России приходит к выводу, что совершенное правонарушение несет существенную угрозу правоохраняемым отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не только в пренебрежительном отношении рекламодателя к исполнению своих обязанностей в сфере соблюдения законодательства о рекламе, но и в пренебрежительном отношении к здоровью граждан Российской Федерации. Несоответствие спорной рекламы требованиям законодательства нарушает права и законные интересы потребителей на получение надлежащей и достоверной информации.

Под воздействием рекламы потребитель руководствуется зачастую эмоциями, а не объективными достоинствами или недостатками рекламируемого товара. Неопытность и отсутствие необходимых знаний у значительной части населения не позволяют потребителям принять взвешенное, обдуманное решение.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное ИП Ч. правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

В силу примечания к статье 2.4 КоАП РФ совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники, а также лица,

осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, не установлены.

Марийское УФАС России в качестве отягчающего обстоятельства признает привлечение ранее ИП Ч. к административной ответственности за распространение ненадлежащей рекламы.

Так, ИП Ч. был привлечен к административной ответственности по ч. 4 ст. 14.3.1 постановлением от 15.09.2022 №012/04/14.3.1-671/2022 (назначено наказание в виде предупреждения, вступило в законную силу 30.09.2022).

В силу части 2 ст.4.4 КоАП РФ при совершении лицом одного действия (бездействия), содержащего составы административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена двумя и более статьями (частями статей) КоАП РФ и рассмотрение дел о которых подведомственно одному и тому же судье, органу, должностному лицу, административное наказание назначается в пределах санкции, предусматривающей назначение лицу, совершившему указанное действие (бездействие), более строгого административного наказания.

Следовательно, ИП Ч. должно быть назначено наказание в пределах санкции, установленной частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ.

Таким образом, должностное лицо, учитывая характер совершенного правонарушения, считает возможным назначить ИП Ч. административное наказание в виде штрафа в пределах размера санкции ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ в сумме 10 000 (десяти тысяч) рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.9, 2.10, 3.4, 4.1, 4.1.1, 4.2, 4.3, ч. 4 ст. 14.3.1, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ, статьями 25, 33, 38 Закона о рекламе,

ПОСТАНОВИЛА:

Привлечь ИП Ч. (дата рождения: <...>, место рождения: <...>, паспорт <...>, выдан <...>, ИНН <...>, ОГРН <...>, адрес регистрации: <...>) к административной ответственности по части 1 статьи 14.3, части 4 статьи

14.3.1 КоАП РФ и назначить наказание в виде штрафа в размере **10 000 (десяти тысяч) рублей.**

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Реквизиты счетов для перечисления штрафа:

администратор поступлений в бюджет – Марийское УФАС России

ИНН 1215026787, КПП 121501001, ОКТМО 88701000

Наименование получателя – УФК по Республике Марий Эл (Марийское УФАС России), счет: 40102810545370000075

Банк получателя – ОТДЕЛЕНИЕ-НБ РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ БАНКА РОССИИ//УФК по Республике Марий Эл г. Йошкар-Ола

БИК банка 018860003, счет получателя 03100643000000010800

код бюджетной классификации 16111601141019002140

УИН 16100500000001600780

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 1, 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 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.

Приложение: квитанция для оплаты штрафа.

Заместитель руководителя управления - начальник отдела

2023-1011