

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде наложения штрафа
по делу об административном правонарушении № 076/04/14.3-984/2023

Резолютивная часть оглашена 03 октября 2023 г. г. Ярославль

Постановление в полном объеме изготовлено 05 октября 2023 г.

И.о. заместителя руководителя Ярославского межрегионального УФАС России Шушкова А.С., рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 076/04/14.3-984/2023, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее также - КоАП РФ) в отношении <...>, без участия лица, в отношении которого возбуждено дело, уведомлено надлежащим образом (извещение № 80094588732534),

УСТАНОВИЛ:

Ярославским межрегиональным УФАС России в связи с поступившим 23 декабря 2022 года заявлением департамента имущественных и земельных отношений Ярославской области (далее – департамент) совместно с материалами, указывающими на наличие признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, установлен факт распространения рекламы магазинов «Пивас для Вас» и реализуемой ими алкогольной продукции следующего содержания: «Пивас для Вас. Магазины пива. Живое пиво. Сидры, медовуха, квас, лимонад, снеки, сухарики, рыба, фисташки... Пей натуральное, по-настоящему живое!.. 3 литра пенного! Розыгрыш пива «Взлом сейфа»... Лучшее пиво от Калининграда до Владивостока!.. Пиво лучших пивоварен страны!.. Магазин с залом дегустации. Спортивные трансляции...».

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 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 указанного о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - 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.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае является производитель и продавец алкогольной продукции (пива), а также сама алкогольная продукция – пиво, сидры и т.д.

Поскольку в рассматриваемой рекламе отсутствует пиктограмма, указывающая на то, что рекламируемый товар является безалкогольным, такая информация воспринимается, как реклама алкогольной продукции.

Согласно пункту 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребителя (распития) алкогольной продукции» под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Таким образом, к алкогольной продукции относится пиво с содержанием этилового спирта более 0,5 процентов объема готовой продукции.

Пленум ВАС РФ в пункте 2 Постановления от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Поскольку Федеральный закон «О рекламе» (в том числе статья 19) не содержит исчерпывающего перечня видов рекламных конструкций, в связи с чем рекламной

конструкцией является любое техническое средство стабильного размещения.

В спорном случае рассматриваемые в рамках дела рекламные надписи (изображения) были размещены с помощью настенного панно (г. Ярославль, пр-т Машиностроителей, д. 52), проекционной установки и электронного табло (г. Ярославль, ул. Урицкого, д. 28А, г. Ярославль, пр-т Машиностроителей, д. 52, Ярославская область, г. Рыбинск, ул. Волочаевская, д. 13А), рекламной конструкции на ограждении и фасадах здания (г. Ярославль, ул. Урицкого, д. 28А, г. Ярославль, ул. Гагарина, д. 53, г. Ярославль, ул. Ньютона, д. 32 к.3, Ярославская область, г. Рыбинск, ул. Волочаевская, д. 13А) и, соответственно, были направлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц - потребителей указанной рекламы, что нарушает пункт 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 2.1 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

В силу положений части 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

В ходе рассмотрения дела Ярославским межрегиональным УФАС России установлено, что <...> в местах осуществления своей деятельности реализует алкогольные напитки, в том числе пивную продукцию с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции.

В нарушение требований части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе рассматриваемая в рамках настоящего дела реклама алкогольных напитков («живого пива», сидра, медовухи), реализуемых <...>, распространяется вне стационарных торговых объектов.

Таким образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, реклама алкогольной продукции, распространяемая с помощью настенного панно (г. Ярославль, пр-т Машиностроителей, д. 52), проекционной установки (г. Ярославль, ул. Урицкого, д. 28А, г. Ярославль, пр-т Машиностроителей, д. 52), рекламной конструкции на ограждении и фасадах здания (г. Ярославль, ул. Урицкого, д. 28А, г. Ярославль, ул. Гагарина, д. 53, г. Ярославль, ул. Ньютона, д. 32 к.3, Ярославская область, г. Рыбинск, ул. Волочаевская, д. 13А), нарушает требования пункта 5 части 2 статьи, части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

Кроме того, согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая, в частности, содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В тексте рассматриваемой рекламы фигурируют следующие предложения: «Лучшее пиво от Калининграда до Владивостока!», «Пиво лучших пивоварен страны!», содержащие словосочетания в превосходной степени и утверждения о преимуществе рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые реализуются другими продавцами, без фактических подтверждений.

В соответствии с пунктом 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

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 связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Использование сведений о преимуществах оказываемых услуг не противоречит законодательству о рекламе, в случае если такое преимущество подтверждено документально. Использование в рекламе неточных высказываний или преувеличений относительно самого рекламодателя может создать у потребителя неверное представление о его статусе, существовании оказываемых им услуг и качестве товаров.

<...> не представил документального подтверждения преимуществ рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами. Таким образом, <...> допущено нарушение пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно статье 9 Закона о рекламе в рекламе, сообщающей о проведении конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее

мероприятие), должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Закон о рекламе устанавливает необходимость доведения до сведения потребителей рекламы стимулирующего мероприятия указанных условий и правил участия в таком мероприятии, при этом сроки проведения стимулирующего мероприятия должны быть указаны непосредственно в тексте рекламы, а ссылка на информацию об организаторе стимулирующего мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения допускается путем указания на источник такой информации.

Исходя из диспозиции статьи 9 Закона о рекламе, реклама стимулирующего мероприятия должна сообщать об источнике каждого из данных условий и правил путем прямого указания на информацию, сообщаемую данным источником.

В рассматриваемой рекламе на электронном табло, размещённом по адресу: Ярославская область, г. Рыбинск, ул. Волочаевская, д. 13А, не указана дата начала стимулирующего мероприятия «Розыгрыш пива «Взлом сейфа», а также источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В этой связи, антимонопольный орган пришел к выводу, в рекламе отсутствует указание на источник информации об организаторе стимулирующего мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

Таким образом, установлено нарушение части 1 статьи 9 Закона о рекламе.

Согласно [пункту 4 статьи 3](#) Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В силу положений части 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8, 10.4 и 12 статьи 5, статьями 6 - 9, частями 4 - 6 статьи 10, статьей 12, частью 3 статьи 19, частями 2 и 6 статьи 20, частями 1, 3, 5 статьи 21, статьями 24 и 25, частями 1 и 6 статьи 26, частями 1 и 5 статьи 27, статьями 28 - 30.2 настоящего Федерального закона.

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 4, пунктом 6 части 5, частями 9 - 10.3, 12 статьи 5, статьями 7 - 9, частями 3.13, 3.14, 3.19 статьи 10, статьями 12, 14 - 18, частью 16 статьи 18.1, частями 2 - 4 и 9 статьи 19, частями 2 - 6 статьи 20, частями 2 - 5 статьи 21, частями 7 - 9 статьи 24, статьей 25, частями 1 - 5 статьи 26, частями 2 и 5 статьи 27, частями 1, 4, 7, 8, 11 и 13 статьи 28, частями 1, 3, 4, 6 и 8 статьи 29, частями 1 и 2 статьи 30.1 настоящего Федерального закона.

Пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Деятельность по вышеуказанному адресу осуществляет индивидуальный предприниматель <...>.

Таким образом, рекламопроизводителем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является <...>.

Учитывая вышеизложенное и основываясь на фактических обстоятельствах дела, антимонопольный орган пришел к выводу, что <...> нарушил требования пункта 1 части 3 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

Решением по делу № 076/05/21-251/2023 от 09.06.2023 реклама алкогольной продукции (пива) - рекламы магазинов «Пивас для Вас» и реализуемой ими алкогольной продукции следующего содержания: «Пивас для Вас. Магазины пива. Живое пиво. Сидры, медовуха, квас, лимонад, снеки, сухарики, рыба, фисташки... Пей натуральное, по-настоящему живое!.. 3 литра пенного! Розыгрыш пива «Взлом сейфа»... Лучшее пиво от Калининграда до Владивостока!.. Пиво лучших пивоварен страны!.. Магазин с залом дегустации. Спортивные трансляции...» признана ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе.

На основании вынесенного решения материалы дела переданы уполномоченному должностному лицу Ярославского межрегионального УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

На основании вынесенного решения материалы дела переданы уполномоченному должностному лицу Ярославского межрегионального УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе (за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса) влечет наложение

административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Объектом вменяемого административного правонарушения является установленный порядок осуществления государственного надзора в сфере распространения рекламы.

Объективная сторона состоит в нарушении ИП Кокшаровым И.Н. установленных рекламным законодательством норм и заключается в том, что он нарушил требования пункта 1 части 3 статьи 5, статьи 9, пункта 5 части 2, части 2.1 статьи 21 ФЗ «О рекламе».

Субъект – <...>.

Субъективная сторона: лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения требований законодательства, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Место совершения административного правонарушения: г. Ярославль, пр-т Машиностроителей, д. 52, г. Ярославль, ул. Урицкого, д. 28А, г. Ярославль, пр-т Машиностроителей, д. 52, г. Ярославль, ул. Урицкого, д. 28А, г. Ярославль, ул. Гагарина, д. 53, г. Ярославль, ул. Ньютона, д. 32 к.3, Ярославская область, г. Рыбинск, ул. Волочаевская, д. 13А.

Время совершения административного правонарушения: 23.12.2022.

В соответствии с частью 1 статьи 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государственной мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений, как самим правонарушителем, так и другими лицами.

В силу частей 1, 3 статьи 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

В силу частей 1, 3 статьи 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с настоящим Кодексом.

Статьей 24.1 КоАП РФ предусмотрено, что задачами производства по делам об административных правонарушениях являются всестороннее, полное, объективное и своевременное выяснение обстоятельств каждого дела, разрешение его в соответствии с законом, обеспечение исполнения вынесенного постановления, а также выявление причин и условий, способствовавших совершению административных правонарушений.

Согласно статье 26.1 КоАП РФ по делу об административном правонарушении подлежат выяснению обстоятельства, смягчающие административную

ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, личность правонарушителя, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Таким образом, вина <...> в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, является установленной.

<...> указал, что были предприняты все меры для устранения ненадлежащей рекламы: рекламные материалы, проекционная установка демонтированы, слово «лучшее» заклеено, информация об акции убрана из всех рекламных материалах. <...> просит заменить штраф на предупреждение или назначить штраф в минимальном размере, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Должностное лицо отмечает, что с целью прекращения нарушения законодательства о рекламе антимонопольным органом выдано предписание от 13.06.2023 по делу № 076/05/21-251/2023. Факт нарушения ФЗ «О рекламе» установлен решением антимонопольного органа от 13.06.2023 по делу № 076/05/21-251/2023. Решение не оспаривалось, вступило в законную силу.

В ходе рассмотрения должностным лицом рассмотрена возможность квалификации правонарушения как малозначительного в соответствии со статьёй 2.9 КоАП РФ. Основания для квалификации правонарушения в качестве малозначительного отсутствуют, поскольку правонарушение, совершенное <...>, несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям в сфере рекламы.

Из положений пункта 18.1 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» следует, что квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях, при квалификации правонарушения в качестве малозначительного необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения.

Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. 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.

В соответствии со статьёй 1.2 КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются, в том числе, защита общества и государства от административных правонарушений, предупреждение административных правонарушений.

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

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.

Каких-либо обстоятельств, характеризующих случай нарушения как исключительный, не установлено, а лицом таковых не приведено.

Указанные обстоятельства исключают применение в данном случае статьи 2.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Все процессуальные права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, предусмотренные КоАП РФ, соблюдены.

Обстоятельств, отягчающих, смягчающих административную ответственность, не установлено.

Доказательства, подтверждающие, что <...> предпринимались все возможные и необходимые меры для исполнения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, в настоящем деле отсутствуют. Чрезвычайных и непредотвратимых обстоятельств, исключающих возможность соблюдения действующих норм и правил, нарушение которых послужило основанием для привлечения к административной ответственности, в материалах дела не имеется.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Смягчающих, отягчающих обстоятельств не установлено.

На основании вышеизложенного, должностное лицо Ярославского межрегионального УФАС России приходит к выводу о совершении <...> виновного деяния, образующего состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

На основании изложенного, учитывая характер и обстоятельства совершенного правонарушения, руководствуясь статьей 2.1, частью 1 статьи 3.1, статьей 4.1, частью 1 статьи 14.3, статьей 23.48, пунктом 1 части 1 статьи 29.9 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

привлечь <...> за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, к административной ответственности в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ 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 РФ.

Штраф за нарушение административного законодательства должен быть перечислен в доход федерального бюджета по коду 161 1 16 011 41 01 0003 140

Получатель:

ИНН 7604009440 КПП 760401001

ОКТМО 78 701 000

Единый казначейский счет (корр. счет) 40102810245370000065

Банк получателя: ОТДЕЛЕНИЕ ЯРОСЛАВЛЬ БАНКА РОССИИ // УФК по Ярославской области г. Ярославль

Получатель: УФК по Ярославской области (Ярославское межрегиональное УФАС России)

БИК 017888102

Казначейский счет (р/сч) 03100643000000017100

УИН 16100500000001783329

в полях 104, 105 платежного документа необходимо указать код бюджетной классификации и ОКТМО.

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

Копию документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление.

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

В соответствии с частью 7 статьи 21 Федерального закона от 02.10.2007 № 229-ФЗ «Об исполнительном производстве» постановление о наложении штрафа может быть предъявлено к исполнению в течение 2-х лет со дня его вступления в законную силу.

силу.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано лицами, указанными в статьях 25.1 - 25.5.1 КоАП РФ, вынесенное должностным лицом - в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 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.

Заместитель руководителя

А.С. Шушкова

