ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 18-03-14.3-02/549

об административном правонарушении

Резолютивная часть постановления оглашена 10 сентября 2018 г.

Постановление изготовлено в полном объеме 13 сентября 2018 г. г. Волгоград

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы Волгоградской области Н.И. Б., рассмотрев дело об административном правонарушении, возбужденного в отношении ГУП «Волгофарм» (ОГРН 1023402982965 ИНН/КПП 3443012297/344301001, адрес: 400075, г. Волгоград, проезд Аптечный, д. 1) по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

в присутствии представителя ГУП «Волгофарм» - А.О.Е. (доверенность № 18 от 09.08.2018),

УСТАНОВИЛ:

24 августа 2018 г. заместителем начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы Волгоградского УФАС России составлен протокол об административном правонарушении в отношении ГУП «Волгофарм», где было установлено следующее.

В Волгоградское УФАС России поступило заявление С.О.Е. (заявитель 1) (вх. № 1988 от 15.03.2018), содержащее жалобу на распространение наружной рекламы аптек сети Волгофарм (ГУП «Волгофарм») в форме магистральной арки над дорогой, размещенную по адресу г. Волгоград, б-р 30-летия Победы, напротив дома 54а, следующего содержания :

«Здоровье – не азартная игра.

Покупайте лекарства в проверенных аптеках!!!

Новая аптека Волгофарм, бульвар 30 лет Победы, 60 (стрелка направо) *через 200 м*

Он-лайн - заказ www.volgofarm.ru (логотип компании) *лицензия ЛО 34-02-001810 от 19.01.2018*

(фото рекламы приложено к заявлению).

Заявитель 1 указал, что реклама обращает внимание потребителей на новую *«проверенную»* аптеку «Волгофарм», в которой и стоит приобретать лекарства, причем «проверенность» аптек сети «Волгоформ» ничем объективно не подтверждена. Заявитель считает, что подобным образом ГУП «Волгофарм» вводит в заблуждение потребителей, отпугивает их от посещения аптек других сетей, а

также напрямую дискредитирует своих конкурентов. Заявитель 1 просит проверить рекламу на предмет нарушения рекламного законодательства.

15 марта 2018 года специалистами Волгоградского УФАС России был проведен мониторинг наружной рекламы по адресу г. Волгоград, б-р 30-летия Победы, напротив дома 54а, распространение спорной рекламы подтвердилось (акт мониторинга № 341-Р от 15.03.2018).

В ходе рассмотрения заявления было установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ГУП «Волгофарм» (ОГРН 1023402982965 ИНН/КПП 3443012297/344301001, адрес: 400075, г. Волгоград, проезд Аптечный, д. 1).

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена посредством наружных рекламных конструкций;

- адресована неопределенному кругу лиц (проходящие и проезжающие мимо рекламной конструкции люди);

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает – сеть аптек «Волгофарм» (хозяйственную деятельность ведет ГУП «Волгофарм» ОГРН 1023402982965 ИНН/КПП 3443012297/344301001); а также конкретная аптека «Волгофарм» по адресу г. Волгоград, бульвар 30 лет Победы, 60; лекарства, продаваемые в аптеках «Волгофарм».

Согласно п. 1 и 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая

1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

Волгоградским УФАС России было возбуждено и рассмотрено дело № 18-03-5-02/144 по признакам нарушения п. 1, 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

В ходе рассмотрения дела 27 марта 2018 года в адрес Волгоградского УФАС России поступило еще одно заявление от Д. В.Е. (заявитель 2) по рассматриваемым в данном деле фактам (вх. № 2414). Данное заявление было приобщено к материалам дела № 18-03-5-02/144.

От представителей *ГУП «Волгофарм»* в ходе рассмотрения дела № 18-03-5-02/144 поступали письменные и устные объяснения. Так представители указали на то, что рассматриваемая реклама была размещена в следующих целях: в связи с переездом принадлежащей ГУП «Волгофарм» АГФ № 78 (номер аптеки) из помещения, расположенного по адресу: 400137, г. Волгоград, бульвар 30-летия Победы, 68А, в новое помещение, расположенное по адресу: 400137, г. Волгоград, бульвар 30-летия Победы, 60, возникла необходимость проинформировать население о смене адреса аптеки, так как по старому адресу будет располагаться аптека «Вита» . В указанных целях, ГУП «Волгофарм», на основании договора № В-496 от 12.12.2016 г., был сделан заказ в ООО «БОРД» на размещение рекламы с информацией о новом адресе АГФ № 78. Такая реклама была заказана один раз и территориально размещена только по адресу: г. Волгоград, бульвар 30-летия Победы, напротив дома 54А, на удалении порядка 200 м от изменившей адрес АГФ № 78. Период размещения рекламы – с 01.03.2018 по 31.03.2018. Распространение рекламы прекращено.

21 июня 2018 года на заседании комиссии представители ГУП «Волгофарм» (директор ГУП «Волгофарм» Б. Е.А. и представитель по доверенности П. М.В.) дополнили позицию предприятия, указав, что рассматриваемая реклама представлена тремя не связанными друг с другом блоками, отличающимися шрифтами, цветом. Первый блок «здоровье – не азартная игра» является более общим. Призывает граждан сохранять свое здоровья. Данная фраза обращена к сознанию человека, чтобы он заботился о своем здоровье путем не только покупки лекарственных средств, но и посещением медицинских учреждений, занятием спортом.

Из данного блока следует второй блок, более узкий, конкретизирующий «Покупайте лекарства в проверенных аптеках!!!». Содержание данного блока носит более коммерческий характер. В данном случае подразумевается один из способов заботы о здоровье. Слово «проверенные» носит широкий смысл, включая в себя проверенная временем, человеком, специальными органами и т.п. Обращено внимание Комиссии, что в рекламе говорится о «проверенных аптеках» во множественном числе, таким образом не утверждается, что только аптеки Волгофарм являются «проверенными».

Третий блок включает следующую фразу «Новая аптека Волгофарм, бульвар 30 лет Победы, 60 (стрелка направо) через 200 м Он-лайн -заказ www.volgofarm.ru (логотип компании) лицензия ЛО 34-02-001810 от 19.01.2018». С помощью данной фразы из всего массива проверенных аптек, доносится до потребителя смысл, что аптека «Волгофарм» является одной из проверенных аптек.

Также представители указали, что информация – «Новая аптека «Волгофарм» Бульвар 30-летия Победы, 60», по сути, сообщает новый адрес АГФ № 78, и не содержит никаких сравнений с другими аптечными сетями и никаким образом не содержит некорректной информации.

Также в устных объяснениях представитель ГУП «Волгофарм» указал на то, что указанное выше предложение «Новая аптека…» является отдельным предложением, констатацией факта (эта же аптека, но при переезде всё новое).

Реклама в целом направлена на привлечение потребителей.

Согласно п. 1 и 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая

1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;

2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента.

Рекламное послание всегда формирует интерес к товару или услуге и направлено на формирование у потребителей желания ими воспользоваться.

При оценке рекламы учитывается субъективное восприятие сообщенных ею сведений. Определяющим в этом случае является не то, что имел в виду рекламодатель, и не то, насколько сообщенные сведения соответствуют истине, а лишь их восприятие потребителями.

При этом правоприменительная практика исходит из того, что средний потребитель не должен обладать специальными познаниями в разных областях.

Закон о рекламе ставит цель реализовать право потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупредить нарушения законодательства о рекламе и пресечь факты ненадлежащей рекламы (ст. 1 Закона о рекламе).

При этом потребитель при выборе товара, услуги посредством восприятия рекламы делает свой выбор исходя из самой запоминающейся, самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. В большинстве случаев используемые в рекламной информации фразы трактуются рядовым потребителем рекламы буквально. Потребитель, не имеет обязанности проведения анализа рекламы, проверки достоверности и достаточности заявленных в ней сведений.

Рассматриваемая реклама утверждает: «Здоровье – не азартная игра», а следом идет логическое продолжение – призыв к потребителям (с тремя знаками восклицания) покупать лекарства в «проверенных» аптеках и указание на конкретную новую аптеку «Волгофарм» неподалеку.

Потребители, написавшие заявление, восприняли используемые в рекламе фразы как «прямую дискредитацию конкурентов» со стороны Волгофарм; как отпугивание потребителей от посещения других аптек (см., например, заявление вх. № 1988 от 15.03.2018).

Об этом свидетельствует и заключение эксперта № 106 от 13 июня 2018 года, в котором на стр. 6 (абзац второй) эксперт указывает, что ключевым словом представленного для анализа текста является слово «Здоровье», вынесенное в сильную инициальную позицию топика (темы) текста. Предикат «не азартная игра» имеет значение «к здоровью нужно относиться предельно серьезно, не рискуя им».

Возможности вредящего здоровью риска эксплицируются (разъясняются) в следующей фразе: «Покупайте лекарства в проверенных аптеках!!!». В качестве такой проверенной аптеке по умолчанию (смежная позиция, объединяющая смыслы) предлагается аптека «Волгофарм», адрес, расположение нового офиса и

реквизиты которой представлены на рекламном баннере («Новая аптека «Волгофарм», бульвар 30 лет Победы (стрелка направо) через 200 м. Онлайн-заказ www.volgofarm.ru (логотип компании) лицензия ЛО 34-02-001810 от 19.01.2018»).

Оценив содержание рекламы, а также изучив мнения участников дела Комиссия по рассмотрению дела № 18-03-5-02/144 пришла к выводу, что рассматриваемая реклама указанного выше содержания имеет следующую основную смысловую нагрузку:

1) аптеки «Волгофарм» являются «проверенными», надежными аптеками, покупая в которых потребитель не рискует своим здоровьем;

2) если потребители будут обращаться в другие «непроверенные» аптеки, то существуют риски нанести ущерб своему здоровью.

Призыв покупать лекарства в аптеке «Волгофарм» следует после утверждения «Здоровье – не азартная игра», построенном на отрицании. Поэтому такой призыв воспринимается так, что если потребитель воспользуется не проверенной аптекой «Волгофарм», а какой–либо другой, то он, как игрок в азартную игру, может либо выиграть, либо проиграть, есть высокие риски, причем риски для здоровья.

Таким образом, в рекламе содержится сопоставление (аналогия) покупки лекарств в неких «непроверенных аптеках» с игрой в азартные игры.

На рынке розничной торговли лекарственными препаратами в Волгоградской области действует помимо ГУП «Волгофарм» множество других хозяйствующих субъектов. Так, по данным Аналитического отчета № 780 от 28.08.2014 о состоянии конкурентной среды на товарном рынке услуг розничной торговли лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами по итогам 2012-2013гг. в границах городских округов и муниципальных районов Волгоградской области, подготовленным Волгоградским УФАС России *в 2013 году в Волгоградской области осуществляли свою деятельность 284 хозяйствующих субъектов, имеющих 644 аптечных организаций,* общий товарооборот которых составил – 9 050 267, 05 тыс.руб.

В рекламе содержится призыв покупать лекарства в «проверенных аптеках», что подразумевает наличие и «непроверенных аптек».

При этом деятельность аптек (розничная торговля лекарственными препаратами для медицинского применения) как один из видов фармацевтической деятельности требует получения лицензии (основание - п. 47 ч. 1 ст. 12 Закона о лицензировании, п. 6 приложения к Положению о лицензировании фармацевтической деятельности, утвержденного постановлением Правительства РФ от 22.12.2011 № 1081 (ред. от 04.07.2017) «О лицензировании фармацевтической деятельности».

Контроль соблюдения лицензионных требований осуществляется:

- Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения (в части деятельности, осуществляемой организациями оптовой торговли лекарственными средствами для медицинского применения и аптечными организациями, подведомственными федеральным органам исполнительной власти,

государственным академиям наук);

- органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации государственной услуги по лицензированию фармацевтической деятельности (за исключением деятельности, осуществляемой организациями оптовой торговли лекарственными средствами для медицинского применения и аптечными организациями, подведомственными федеральным органам исполнительной власти, государственным академиям наук).

По данным Росздравнадзора (см. вх. № 3147 от 13.04.2018, вх. № 3217 от 16.04.2018), на территории Волгоградской области по состоянию на 18.12.2013г. насчитывалось 354 хозяйствующих субъектов, имеющих лицензию на осуществление фармацевтической деятельности, из которых 69 ХС – не занимаются розничной реализацией лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и сопутствующих товаров на территории Волгоградской области либо прекратили свою деятельность. В ответе Росздравнадзора (вх. № 3147 от 13.04.2018, вх. № 3217 от 16.04.2018), указано, что по состоянию на 01.01.2018 года 351 аптечная организация имеют лицензии на осуществление фармацевтической деятельности на территории Волгоградской области.

Таким образом, согласно действующему законодательству деятельность всех аптек контролируется и подвергается проверкам со стороны соответствующих органов контроля.

Выражение в рассматриваемой рекламе о «проверенности» оба заявителя восприняли как утверждение о «проверенности» именно ГУП «Волгофарм» проверяющими органами государственной власти (см. вх. № 3129 от 13.04.2018). Так заявитель 2, понял слово «проверенность» именно как проверка со стороны органов государственного контроля (см. определение об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 18-03-5-02/144 от 18.04.2018.).

О проверенности временем и тому подобное заявители указывали только как на возможный смысл, который в рассматриваемую рекламу вложил рекламодатель ГУП «Волгофарм» (см. вх. № 3129 от 13.04.2018, определение об отложении и продлении срока рассмотрения дела № 18-03-5-02/144 от 18.04.2018).

При этом представители ГУП «Волгофарм» сами не смогли указать на четкий критерий, по которому было использовано слово «проверенные» в рассматриваемой рекламе.

Привлекая внимание к аптекам «Волгофарм», рекламодатель определил содержание рекламы таким образом, что продвижение сети аптек «Волгофарм» построено через формирование негативного отношения к другим аптекам-конкурентам, их дискредитацию.

Дискредитация имеет своей целью подрыв доверия потребителей к конкуренту или его продукции и привлечение потребителей к собственной продукции путем распространения ненадлежащей информации, в число которой входит ложная, неполная, некорректная информация, о конкуренте, его товарах и услугах, информация, порочащая его деловую репутацию.

Некорректное сравнение, так же, как и любое иное, может быть двух видов:

негативное и позитивное. При негативном сравнении хозяйствующий субъект стремится принизить товары конкурента, превознося свои. Позитивное сравнение, напротив, не ослабляет репутацию товара конкурента, а использует ее.

Также некорректно сравнение может быть и в завуалированной форме.

Деловая репутация – приобретаемая положительная или отрицательная общественная оценка деловых качеств лица, организации (учреждения, фирмы). Защищают положительную деловую репутацию. Деловая репутация представляет собой набор качеств и оценок, с которыми их носитель ассоциируется в глазах своих контрагентов, клиентов, потребителей, коллег по работе, поклонников (например, для шоу-бизнеса), избирателей (для выборных должностей) и персонифицируется среди других профессионалов в этой области деятельности. Деловой репутацией обладают как физические, так и юридические лица.

Так, эксперт-лингвист указал в своем заключении № 106 от 13.06.2018 на стр. 6 в абз. 2 и 8 что ключевым словом представленного для анализа текста является слово «Здоровье», вынесенное в сильную инициальную позицию топика (темы) текста. Предикат «не азартная игра» имеет значение `к здоровью нужно относиться предельно серьезно, не рискуя им'. Возможности вредящего здоровью риска эксплицируются (разъясняются) в следующей фразе: «Покупайте лекарства в проверенных аптеках!!!». В качестве такой проверенной аптеке *по умолчанию* (смежная позиция, объединяющая смыслы) предлагается аптека «Волгофарм», адрес, расположение нового офиса и реквизиты которой представлены на рекламном баннере («Новая аптека «Волгофарм», бульвар 30 лет Победы (стрелка направо) через 200 м. Онлайн-заказ www.volgofarm.ru (логотип компании) лицензия ЛО 34-02-001810 от 19.01.2018»).

Тезис «Покупайте лекарства в проверенных аптеках!!!», акцентирован тремя восклицательными знаками. Тем самым у читателей рекламного текста формируется логическое заключение: лекарства, продаваемые в других аптеках, могут быть сомнительными, некачественным, поддельными и т.п. Таким образом, лекарственная продукция других аптек, кроме «Волгофарма», дискредитируется с точки зрения ее качества и/или происхождения.

Комиссия по рассмотрению дела № 18-03-5-02/144 критически отнеслась к заключению эксперта, представленному ГУП «Волгофарм».

Таким образом, оценив все собранные доказательства, рассматриваемую рекламу в совокупности, а также доводы сторон, Комиссия по рассмотрению дела № 18-03-5-02/144 пришла к выводу, что рассматриваемая реклама ГУП «Волгофарм» нарушает требования п. 1, 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

По результатам рассмотрения дела № 18-03-5-02/144 вышеуказанная реклама признана ненадлежащей, нарушающей требования п.1, 2 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

В ходе составления протокола представитель ГУП «Волгофарм» письменно выразил несогласие с решением от 11.07.2018, а также указал на намерение обжаловать данный акт в суде. Заявлений, ходатайств не поступало.

Нарушение рекламодателями, рекламораспространителями законодательства

Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

ГУП «Волгофарм» является рекламодателем указанной рекламы.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, рекламодатель несет ответственность за нарушение ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно ч. 1 ст. 2.10 КоАП РФ юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных правонарушений в случаях, предусмотренных статьями раздела II Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

В действиях ГУП «Волгофарм» содержится состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ – нарушение рекламодателем законодательства о рекламе.

Объектом правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы, а также регламентированный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы, нарушающей требования законодательства о рекламе.

Субъектом правонарушения является ГУП «Волгофарм» выступившее в качестве рекламодателем ненадлежащей рекламы.

В силу ч. 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 КоАП РФ или законами субъекта РФ предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ГУП «Волгофарм» является юридическим лицом, ответственными за соблюдение требований законодательства Российской Федерации при осуществлении своей деятельности.

Изучив материалы дела № 18-03-14.3-02/549 об административном правонарушении, должностное лицо, рассматривающее дело, пришло к выводу, что у ГУП «Волгофарм» имелась возможность для соблюдения в своей деятельности правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, однако лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Таким образом, факт совершения административного правонарушения и вина ГУП

«Волгофарм» является установленным и доказанным.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частьб 4 статьи 14.3[1], статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ч. 3.2 ст. 4.1 КоАП РФ при наличии исключительных обстоятельств, связанных *с характером* совершенного административного правонарушения и его *последствиями,* имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица, судья, орган, должностное лицо, рассматривающие дела об административных правонарушениях либо жалобы, протесты на постановления и (или) решения по делам об административных правонарушениях, могут назначить наказание в виде административного штрафа в размере *менее минимального размера административного штрафа,* предусмотренного соответствующей статьей или частью статьи раздела II настоящего Кодекса, в случае, если минимальный размер административного штрафа для юридических лиц составляет не менее ста тысяч рублей.

В ходе рассмотрения дела № 18-03-14.3-02/549 от ГУП «Волгофарм» письменных объяснений, заявлений, ходатайств не поступило. Представителем поддержана позиция, высказанная на составлении протокола, с наличием нарушения не согласны

Однако должностное лицо усматривает в данном деле исключительное обстоятельство, связанное с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями.

Так, распространяемая ГУП «Волгофарм» реклама имела незначительные масштабы распространения. Реклама распространялась только на одной рекламной конструкции (магистральная арка). Срок распространения рекламы составил 1 месяц – с 01.03.2018 по 31.03.2018 (см. в материалах дела № 18-03-5-02/144, акт № В-496/6 сдачи приема оказанных услуг по договору № В-496 от 12.12.2016, приложение № 6 от 28.02.2018).

К тому же, распространение рекламы было прекращено в ходе рассмотрения дела.

Согласно п. 13 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.11.2017 № 46 «О некоторых вопросах, возникающих при рассмотрении судьями дел о привлечении к административной ответственности по статье 19.29 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» назначение виновному лицу административного наказания должно быть строго индивидуализировано, при наличии совокупности исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица.

На основании изложенного, с учетом характера совершённого ГУП «Волгофарм» административного правонарушения, наличия исключительных обстоятельств его совершения, руководствуясь частью 3.2 ст. 4.1 КоАП РФ, должностное лицо, рассматривающее дело, считает, что административное наказание в виде административного штрафа в размере *менее минимального размера административного штрафа, предусмотренного данной статьей*, 50 000 (пятьдесят тысяч) рублей является справедливым и соответствующим характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Привлечь к административной ответственности ГУП «Волгофарм» (ОГРН 1023402982965 ИНН/КПП 3443012297/344301001, адрес: 400075, г. Волгоград, проезд Аптечный, д. 1) за нарушение рекламного законодательства по ч. 1 ст. 14.3 Закона о рекламе.

2. Применить к ГУП «Волгофарм» меру наказания в виде административного штрафа в размере 50 000 (пятидесяти тысяч) рублей 00 копеек.

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен в полном объеме лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного частью 1.1 или 1.3 данной статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

При отсутствии документа. свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении указанного срока должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке. предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, структурного подразделения или территориального органа, иного государственного органа, рассмотревших дело об административном правонарушении, либо уполномоченное лицо коллегиальною органа, рассмотревшего дело об административном правонарушении, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф по делу об административном правонарушении, рассмотренном судьей, составляет судебный пристав-исполнитель.

Неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный настоящим Кодексом, 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 (ст. 20.25 КоАП РФ).

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела. Постановление по делу об административном правонарушении, совершенном юридическим лицом или лицом, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, обжалуется в арбитражный суд в соответствии с арбитражным процессуальным законодательством.

На основании статьи 30.3 КоАП жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 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.