

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

о наложении штрафа по делу № 03-07/10-2016 об административном правонарушении

«15» февраля 2016 года г. Йошкар-Ола

Заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл, рассмотрев протокол от «01» февраля 2016 года и материалы дела № 03-07/10-2016 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Юрчишена Виктора Анатольевича по факту нарушения требований пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», выразившихся в распространении на странице 31 рекламного-информационного еженедельника «PRO Город Йошкар-Ола» № 07 (79) от 21.02.2015, ненадлежащей рекламы биологически активной добавки Копринус следующего содержания: «Копринус: радикальный и беспощадный способ одолеть зеленого змия» (решение Марийского УФАС России от 06.10.2015 по делу № 03-21/19-2015); ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частями 1, 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), в отсутствие ИП Юрчишена В.А., надлежащим образом уведомленного о дате, месте, времени рассмотрения дела,

**УСТАНОВИЛА:**

В адрес Марийского УФАС России 02.03.2015 поступило заявление гражданки Яцыной А.П. (вх. № 80-Я), в котором заявитель указывает на несоответствие требованиям статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 — ФЗ «О рекламе» рекламной информации, размещенной в статье «Копринус: радикальный и беспощадный способ одолеть зеленого змия», на странице 31 в рекламном — информационном еженедельнике «PRO город Йошкар-Ола» № 07 (79) от 21.02.2015. По итогам рассмотрения заявления Яцыной А.П. Марийским УФАС России было возбуждено дело по признакам нарушения

законодательства о рекламе.

Решением Комиссии Марийского УФАС России от 06.10.2015 по делу № 03-21/19-2015 вышеуказанная реклама признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 — ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Закона о рекламе предусмотрена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

Ответственность за нарушение пункта 2 части 3 статьи 3, пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Марийским УФАС России возбуждено дело об административном правонарушении № 03-07/10-2016 в отношении ИП Юрчишена В.А. по факту нарушения пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Закона о рекламе.

В адрес ИП Юрчишена В.А. 20.01.2016 направлено уведомление о составлении протокола за исходящим № 03-07/253, указанное уведомление не было получено индивидуальным предпринимателем по адресу места регистрации, о чем свидетельствует информация, содержащаяся на сайте Почты России в разделе сервиса почтовых отправлений. Кроме того, в адрес места регистрации ИП Юрчишена В.А. была направлена телеграмма с указанием даты, места, времени составления протокола, телеграмма была получена 28.01.2016, о чем свидетельствует уведомление телеграфом.

Протокол об административном правонарушении от «01» февраля 2016 года составлен специалистом - экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России в соответствии со статьями 28.2, 28.3 КоАП РФ, в отсутствие ИП Юрчишена В.А., либо его представителя.

Копия протокола № 03-07/10-2016 об административном правонарушении (исх. № 03-07/607 от 03.02.2016) направлена в адрес ИП Юрчишена В.А. заказным письмом с уведомлением о вручении по адресу места регистрации, указанное почтовое отправление не было получено индивидуальным предпринимателем, о чем свидетельствует информация, содержащаяся на сайте Почты России в разделе сервиса почтовых отправлений. Кроме того, в адрес места регистрации ИП Юрчишена В.А. была направлена телеграмма с указанием даты, места, времени составления протокола, телеграмма была получена 04.02.2016, о чем свидетельствует уведомление телеграфом.

Согласно Постановлению Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 №10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

Таким образом, на момент рассмотрения дела № 03-07/10-2015 об административном правонарушении лицо, привлекаемое к административной ответственности, извещено надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения административного дела.

#### **Протоколом установлено следующее.**

В адрес Марийского УФАС России 02.03.2015 поступило заявление гражданки Яцыной А.П. (вх. № 80-Я), в котором заявитель указывает на несоответствие требованиям статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 — ФЗ «О рекламе» рекламной информации, размещенной

в статье «Копринус: радикальный и беспощадный способ одолеть зеленого змия», на странице 31 в рекламно — информационном еженедельнике «PRO город Йошкар-Ола» № 07 (79) от 21.02.2015.

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. Объектом рекламирования является товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятия, на привлечение к которым направлена реклама. Товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

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 (письмо ФАС России от 05.04.2007 №АЦ/4624).

Таким образом, признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация о препарате копринус, размещенная в рекламно-информационном еженедельнике «PRO город Йошкар-Ола» является рекламой, поскольку соответствует изложенным критериям рекламы: привлекает к объекту рекламирования внимание неопределенного круга лиц (потенциальных потребителей рекламы); не содержит указания на конкретный субъект ее получения; формирует и поддерживает интерес к рекламируемой информации и продвигает ее на рынке аналогичных услуг.

На основании пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В Едином реестре сертификатов соответствия не содержится сведений о сертификате под № РОСС RU.ПТ12.НО2314 от 07.09.2007, который указан в рассматриваемой рекламе, отсутствие сертификата соответствия на указанный препарат подтверждается также письменными пояснениями Управления Роспотребнадзора по Республике Марий Эл от 01.07.2015 вх. №7946.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку содержит не соответствующие действительности сведения о наличии сертификата соответствия на препарат Копринус.

В силу пункта 6 части 5 статьи 5 Закона в рекламе не допускается

указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.

На основании пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Закона о рекламе реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами, а также содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок.

Согласно правовой позиции Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 23 постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при применении данной нормы судам следует учитывать, что реклама биологически активных добавок (пищевых добавок) может быть признана создающей впечатление, что они являются лекарственными средствами, то есть обладают лечебным эффектом, тем более, если в такой рекламе содержится название заболевания (или его симптоматика) и одновременное упоминание продукта как средства, оказывающего лечебно-профилактический эффект.

В статье 4 Федерального закона от 22.06.1998 № 86-ФЗ «О лекарственных средствах» (далее - Закон о лекарственных средствах) указано, что лекарственные средства - это вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся также вещества растительного, животного или синтетического происхождения, обладающие фармакологической активностью и предназначенные для производства и изготовления лекарственных средств (фармацевтические субстанции).

Статьей 19 Закона о лекарственных средствах предусмотрено, что лекарственные средства могут производиться, продаваться и применяться на территории Российской Федерации, если они зарегистрированы федеральным органом исполнительной власти, в компетенцию которого входит осуществление государственного контроля и надзора в сфере обращения лекарственных средств.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 30.10.2006 № 736 утвержден Административный регламент Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и социального развития по исполнению государственной функции по государственной регистрации лекарственных средств, которым установлено, что документом, подтверждающим факт государственной регистрации лекарственного средства, является регистрационное удостоверение.

Между тем, из ответа Управления Роспотребнадзора по Республике Марий Эл от 01.07.2015 (вх. №7946), следует, что в реестре свидетельств о государственной регистрации зарегистрировано три вида продукции с указанием данного препарата, а именно: биологически активная добавка к пище «Копринус» (капсулы по 95 мг); биологически активная добавка к пище «Экстракт гриба Копринуса белого» (порошок массой 2

г); «Экстракт копринус 40%».

Таким образом, объект рекламирования препарат копринус не является лекарственным средством. Рекламуемый препарат является биологически активной добавкой (далее – БАД).

Проанализировав текст рекламы препарата Копринус, Марийское УФАС России пришло к выводу о том, что указание в тексте рекламы следующих формулировок: **«После продолжительного проведения копринусовой терапии у людей, страдающих алкоголизмом, неприятная реакция на алкоголь возникает и без приема гриба. Таким образом, формируется стойкое отвращение к алкоголю»**, создает впечатление о том, что данный БАД обладает лечебными свойствами.

Кроме того, Марийским УФАС России установлено, что в тексте рекламной информации содержатся сведения об улучшении состояния человека в результате применения Копринуса, а именно: **«Ее муж сильно пил. Запой, бывало, длились по несколько недель... Она пробовала разные способы: кодирование, лечение в наркодиспансере, лечение биотоками... Коллега посоветовала ей купить натуральный порошкообразный препарат КОПРИНУС. В такой форме навозник белый лучше сохраняет свои полезные природные свойства. Четко соблюдая дозировку - 0,5 – 2 грамма порошка в сутки через день - она стала добавлять препарат КОПРИНУСА мужу в пищу. Результат превзошел ее ожидания. Её муж перестал пить...»**.

Текст рекламной информации изложен таким образом, что у потребителя создается впечатление об излечении от заболевания. При этом, указание на конкретный вид заболевания, от которого можно избавиться при применении указанного препарата (алкоголизм) усиливает эффект того, что данная биологически-активная добавка обладает лечебными свойствами. Кроме того, в нарушение пункта 2 части 1 статьи 25 Закона о рекламе в рассматриваемой рекламе информация приведена в форме истории излечения от алкогольной зависимости конкретного человека.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок, указывая на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни при употреблении данного БАДа, создавая впечатление о том, что он является лекарственным средством и (или) обладает лечебными свойствами, что нарушает требования пункта 6 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Закона о рекламе, а следовательно, рекламная информация «Копринус радикальный и беспощадный способ одолеть «земеного змея» является ненадлежащей.

На основании изложенного, реклама, распространенная посредством газеты «PRO Город Йошкар-Ола» нарушает требования пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 части 5 статьи 5, пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О 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.

Газета «PRO Город Йошкар-Ола» зарегистрирована как средство массовой информации с примерной тематикой рекламное издание, что подтверждается свидетельством Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Марий Эл ПИ № ТУ 12-00154 от 05.08.2013.

В соответствии с пунктом 1.2 Устава редакции средства массовой информации газеты «PRO Город Йошкар-Ола» предметом деятельности редакции является производство и выпуск газеты «PRO Город Йошкар-Ола».

Редакцией средства массовой информации выступает индивидуальный предприниматель Карелин Никита Юрьевич.

В силу пункта 4.3 Устава редакция вправе планировать свою деятельность в рамках утвержденной учредителем тематики и специализации средства массовой информации, решать вопросы его содержания, осуществлять договорные отношения с авторами, осуществлять все действия, связанные с подготовкой к размещению информационных материалов, осуществлять оформление материалов в соответствии с соответствующими договорами с контрагентами.

ИП Карелин Н.Ю. в ходе рассмотрения пояснил, что рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламной информации является индивидуальный предприниматель Юрчишен В.А., что подтверждается копией заявки на распространение рекламы, копией счета №582 от 16.02.2015, копией квитанции от 18.02.2015, подтверждающей оплату услуг за размещение рекламы в газете. Реклама препарата копринус размещена в газете «PRO Город Йошкар-Ола» на основании сделанной индивидуальным предпринимателем заявки, что подтверждается распечаткой с электронной почты о согласовании макета рекламы.

Материалами дела подтверждается, что спорная реклама была размещена на основании заявки индивидуального предпринимателя Юрчишена В.А. Содержание макета рекламы также определено индивидуальным предпринимателем Юрчишеним В.А, о чем свидетельствует заявка на публикацию статьи индивидуального предпринимателя от 16.02.2015, представленная индивидуальным предпринимателем Карелиным Н.Ю.

Стороны исполнили договор, что подтверждается квитанцией об оплате № 582 от 16.02.2015 и кассовый чек от 18.02.2015.

На основании изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель Юрчишен В.А.

В силу частей 6, 7 [статьи 38](#) Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 2 части 3 статьи 5, [пункта 6 части 5](#) статьи 5, а также за нарушение статьи 25 несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Административная ответственность за нарушение пунктов 1,2 части 1 статьи 25 Закона о рекламе установлена частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ. В соответствии с ч.5 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей.

Также ответственность за нарушение пунктов 2 части 3 статьи 5, [пункта 6 части 5](#) статьи 5 Закона о рекламе установлена ч. 1 статьи 14.3 КоАП РФ.



В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 5](#) данной статьи влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

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 Юрчишен В.А. при должной внимательности и осмотрительности при размещении рекламы мог предвидеть последствия - возможность нарушения законодательства о рекламе, имел возможность выполнить возложенную на него обязанность, и предотвратить совершение административного правонарушения, но не предпринял всех зависящих от него мер по соблюдению действующего законодательства о рекламе.

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

**Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл.**

**Время совершения административного правонарушения: 21.02.2015.**

**Состав административного правонарушения** по частям 1, 5 статьи 14.3 КоАП РФ, совершенного ИП Юрчишен В.А., образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона — действия ИП Юрчишена В.А., направленные на

доведение рекламы до потребителей с нарушением пункта 2 части 3 статьи 5, пункта 6 ч.5 ст.5, пунктов 1, 2 части 1 статьи 25 Закона о рекламе;

- субъект правонарушения – ИП Юрчишен В.А.

- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у ИП Юрчишена В.А. 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 Юрчишеным В.А. 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 Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 18 постановления Пленума от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

Кроме того, квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 указанного постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

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 Юрчишена В.А. 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 Юрчишен В.А. правонарушение посягает на установленные нормативными правовыми актами гарантии на защиту потребителей от ненадлежащей рекламы, поскольку требования законодательства о рекламе, а также установление в частях 1, 5 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 обладающей специальными познаниями.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное ИП Юрчишен В.А. правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным 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 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 ч. 1 ст.4.4 КоАП РФ при совершении лицом двух и более административных правонарушений административное наказание назначается за каждое совершенное административное правонарушение.

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.

Таким образом, ИП Юрчишену В.А. должно быть назначено наказание в пределах санкции, предусмотренной частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

По смыслу части 3 статьи 4.1 КоАП РФ 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.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, не установлены.

Таким образом, должностное лицо, считает возможным назначить ИП Юрчишену Виктору Анатольевичу административное наказание в виде штрафа в минимальном размере санкции ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ в сумме 10 000 (десять тысяч) рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.10, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 5 ст. 14.3, 23.48, ч. 1 ст. 29.9, 29.10 КоАП РФ, статьями 25, 33, 38 Закона о рекламе,

### **ПОСТАНОВИЛА:**

Привлечь индивидуального предпринимателя индивидуального предпринимателя Юрчишена Виктора Анатольевича к административной ответственности по частям 1 и 5 статьи 14.3 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)

Банк получателя - Отделение — НБ Республика МарийЭл

БИК банка 048860001, счет получателя 40101810100000010001,

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

УИН

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 данной статьи должностное лицо, вынесшее постановление, направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях, составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренный частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. 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.

Заместитель руководителя-

Начальник отдела