ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 16/р об административном правонарушении

21.10.2016г. г. Горно-Алтайск, ул. Улагашева, 13

Я, временно исполняющая обязанности руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай «…», рассмотрев протокол от 12.10.2016г. и материалы дела об административном правонарушении №16/р от 21.09.2016г., возбужденного в отношении юридического лица ПАО «Мегафон» (ОГРН: 1027809169585, ИНН 7812014560, юридический адрес: г. Москва, Кадашевская набережная, 30),

УСТАНОВИЛ:

Дело рассматривается в Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай (г. Горно-Алтайск, ул. Улагашева, 13) в присутствии представителя ПАО «Мегафон» по доверенности от 05.11.2015 г.

По результатам рассмотрения заявления (вх. № 1655 от 08.06.2016г.) УФАС по РА выявлены нарушения рекламного законодательства в действиях ПАО «Мегафон».

На мобильный телефон (абонентский номер <...> …16) поступили рекламные смс-сообщения: «Дарим NEW ролл СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу! 6004001 http://2b.ru», «СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу!4 пиццы за 999р! 6004001 http://2b.ru», «Пицца Техасская в подарок к любому заказу! 6004001 http://2b.ru», от отправителя 2BEREGA, 19.05.2016г. в 18:00 часов, 29.05.2016г. в 15:01 часов, 04.06.2016г. в 18:10 часов.

В п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе») определено, что 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.

Смс-сообщения: «Дарим NEW ролл СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу! 6004001 http://2b.ru», «СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу!4 пиццы за 999р! 6004001 http://2b.ru», «Пицца Техасская в подарок к любому заказу! 6004001 http://2b.ru» являются рекламой, т.к. они неперсонифицированы, направлены на привлечение внимания, формирование интереса у потребителя (абонента) к роллам, пицце (проводимым акциям), что способствует продвижению их на рынке.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или

адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено.

ПАО «Мегафон» в своем письме (вх. №03 от 30.06.2016г.) указывает, что рассылка вышеуказанной рекламы была инициирована ООО «ДЭНИ-КОЛЛ». ООО «ДЭНИ КОЛЛ» подтверждает отправление смс рекламы (вх.№2127 от 26.07.2016 г.), предоставив копию анкеты абонента <...> на имя «…» о получении информационных материалов и специальных предложений от ИП.

В представленной ИП анкете от 19.04.2016 г. содержится согласие абонента «…» на получение рекламной информации в смс сообщениях от ИП. Однако, представленная анкета не содержит данных, позволяющих однозначно идентифицировать и установить волеизъявление абонента на получение рассылки.

Также ООО «ДЭНИ КОЛЛ» представлена анкета абонента <...> на имя «…» о его желании получать информацию об услугах в виде смс сообщений от ИП, которая в своих пояснениях указывает, что рекламное смс-сообщение было отправлено абоненту +792…16 по технической ошибке.

Комиссия УФАС по РА решением от 21.09.2016г. по делу № 12-Р/16 от 09.08.2016г. признала ненадлежащей рекламу: «Дарим NEW ролл СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу! 6004001 http://2b.ru», «СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу!4 пиццы за 999р! 6004001 http://2b.ru.», «Пицца Техасская в подарок к любому заказу! 6004001 http://2b.ru», поступившую от отправителя 2BEREGA, 19.05.2016г. в 18:00 часов, 29.05.2016г. в 15:01 часов, 04.06.2016г. в 18:10 часов на мобильный телефон <...>, без предварительного согласия абонента на получение рекламы, что противоречит ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

ПАО «Мегафон» представлены пояснения по данному административному делу (вх. № 2857 от 29.09.2016г.), согласно которым ПАО «Мегафон» не согласно с решением УФАС по Республике Алтай от 21.09.2016г. по делу № 12-Р/16 от 09.08.2016г., установившим нарушение ПАО «Мегафон» ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» - распространение смс-рекламы по сетям электросвязи без наличия предварительного согласия абонента <...> на получение рекламы и утверждает:

1. о наличии на момент поступления рекламных смс-сообщений у ПАО «Мегафон» согласия абонента на получение рекламных смс-сообщений;

2. о том, что ПАО «Мегафон» не является рекламораспространителем указанных смс-сообщений;

3. о недоказанности отсутствия согласия абонента на получение рекламы.

В протоколе от 12.10.2016г. представитель ПАО «Мегафон» указала, что надлежащим рекламораспространителем является ООО «ДЭНИ-КОЛЛ», ПАО «Мегафон» соблюдены все необходимые меры по недопущению нарушения действующего законодательства. Также сообщает, что абонент не указывал на момент рассылки об отказе от сообщений рекламного характера. В рамках отношений с партнерами предусмотрена ответственность и обязанность АО «МегаЛабс» по соблюдению действующего законодательства и получению всех необходимых согласий.

Должностное лицо УФАС по Республике Алтай не может согласиться с доводами ПАО «Мегафон» по следующим основаниям.

Рассматриваемая реклама распространялась ПАО «Мегафон» на основании дополнительного соглашением №17 к Генеральному соглашению №3 от 02.11.2015 с АО «МегаЛабс». По информации от АО «МегаЛабс» рассылка указанных в запросе смс-сообщений была осуществлена ООО «ДЭНИ-КОЛЛ».

В порядке оказания услуг п. 3.6 дополнительного соглашения №17 к Генеральному соглашению № 3 от 02.11.2015г., заключенного между ПАО «Мегафон» и АО «МегаЛабс» предусмотрено, что в случае размещения РИМ среди Абонентов из Базы Абонентов Партнера Партнер обязуется до размещения РИМ получить согласие Абонентов на получение рекламы, использование их абонентских номеров, а также персональных данных (в случае их использования в РИМ).

Согласно п. 4.3 вышеуказанного соглашения оператор вправе осуществлять проверку размещаемых посредством Интерфейса SMS/MMS/USSD-сообщений на предмет их соответствия действующему законодательству Российской Федерации, в том числе на основании требований уполномоченных государственных органов или Оператора, и условиям Дополнительного соглашения. Оператор вправе осуществлять проверку надлежащего исполнения Партнером условий Дополнительного соглашения.

В силу п. 4.4 данного соглашения оператор имеет право незамедлительно прекращать размещение среди Абонентов SMS/MMS/USSD-сообщений Партнера, если не получено либо отозвано согласие Абонента на получение рекламы при размещении РИМ среди Абонентов из Базы Абонентов Оператора, либо по запросу Оператора не представлено (несвоевременно представлено) Партнером согласие Абонента на получение РИМ при размещении РИМ среди Абонентов из имеющейся у Партнера Базы Абонентов.

В соответствии с пунктом 22.1 статьи 2 Федерального закона от 07.07.2003 №126-ФЗ «О связи» рассылка - автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи.

Частью 2 статьи 44.1 Закона о связи предусмотрено, что рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи по инициативе заказчика рассылки осуществляется на основании договора, заключенного с оператором подвижной радиотелефонной связи, абоненту которого предназначена рассылка. Предметом указанного договора являются услуги по осуществлению рассылки оператором связи.

Поскольку Федеральный закон «О связи» не содержит исключений из информации, которая может распространяться с помощью рассылки, указанное понятие рассылки включает в себя, в том числе рассылку сообщений рекламного характера.

При этом понятие рассылки включает в себя только сообщения, направляемые с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи (то есть,

например, с использованием «коротких» или «буквенных» номеров) и сообщения, направляемые автоматически. Сообщения, рассылаемые с номеров, входящих в российскую систему и план нумерации или предусмотренные договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи и не являющиеся автоматическими, не подпадают под указанное понятие рассылки.

Из письма ФАС России от 05.12.2014 г. N АК/49919/14 «О применении новых положений Закона о связи для оценки правомерности рассылок» следует, что оператор связи абонента, которому предназначена рассылка, выполняет не только функции доставки сообщения, но также обеспечивает направление сообщения в сеть электросвязи, соответственно имеет правовую и техническую возможность оценить содержание сообщения, в том числе сообщения рекламного характера, и проверить у заказчика рассылки наличие согласия абонента на получение такой рассылки. В случае осуществления рассылки рекламных сообщений с номеров, не соответствующих Российской системе и плану нумерации, сообщений передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи (например, с «коротких» и «буквенных» номеров), а также направляемых автоматически, оператор связи абонента, которому предназначена рассылка, может признаваться рекламораспространителем.

Таким образом, фактическая рассылка сообщений осуществлялась при помощи оборудования ПАО «Мегафон». Идентификатор «2BEREGA» не соответствует российской системе и плану нумерации, таким образом, ПАО «Мегафон», являясь оператором связи абонента, которому предназначена рассылка, также является рекламораспространителем. Указанные смс-сообщения были направлены с «буквенного номера» 2BEREGA, в связи с чем, ПАО «Мегафон» имело правовую и техническую возможность оценить содержание сообщения и выяснить, имеется ли согласие абонента на получение смс рекламы, либо отказаться от распространения рекламы.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту от получения нежелательной рекламы граждан, как более слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах их распространения.

На основании чего, доводы ПАО «Мегафон» о том, что оказывая услугу по передаче коротких текстовых сообщений в рамках договора об оказании услуг связи, ПАО «Мегафон» осуществляет только передачу получателю информации, сформированной Партнером (Клиентом Партнера), имея целью не распространение рекламы, а оказание услуг связи, а распространителем рекламы в данном случае, является Партнер или третье лицо, рассылку чьих материалов он заказывает, несостоятельны.

Довод о наличии на момент поступления рекламных смс-сообщений у ПАО «Мегафон» согласия абонента на получение рекламных смс-сообщений и о недоказанности отсутствия согласия абонента на получение рекламы также не подтвержден доказательствами.

В соответствии с п. 1 ст. 44 Федерального закона от 07.07.2003 г. №126-ФЗ «О связи»

на территории Российской Федерации услуги связи оказываются операторами связи пользователям услугами связи на основании договора об оказании услуг связи, заключаемого в соответствии с гражданским законодательством и правилами оказания услуг связи.

Из пояснений ПАО «Мегафон» следует, что неотъемлемыми частями договора являются инфокарта, Условия оказания услуг связи «МегаФон» и тарифный план, выбранный Абонентом, дополнительные услуги (с момента принятия их абонентом), а также технические показатели и нормы, характеризующие качество телематических услуг связи и услуг связи по передаче данных, протоколы передачи данных, абонентские интерфейсы.

«…» (абонентский номер <...> …16) является абонентом ПАО «Мегафон» на основании договора №78017-198 от 27.08.2004г. на обслуживание федерального телефонного номера +7<...>. На день заключения настоящего договора условия оказания услуг связи «Мегафон», утвержденные приказом от 12.05.2016г. №5-СОО-П05-02\16, на которые ссылается ПАО «Мегафон» не действовали. Письменное подтверждение ознакомления и согласия именно с этими условиями оказания услуг абонента ПАО «Мегафон» не представлено.

На запросы УФАС по Республике Алтай (исх. №1416/05 от 15.06.2016г., №3167/05 от 02.09.2016г.) ПАО «Мегафон» дважды предоставило только лишь копию продолжения текста договора №78017-198 от 27.08.2004г. на обслуживание федерального телефонного номера +7<...>, заключенного с «…», без предоставления основного текста договора и Приложения №1 к нему.

Также указание ПАО «МегаФон» на действующие условия оказания услуг связи «Мегафон», утвержденные приказом от 12.05.2016г. №5-СОО-П05-02\16, что условием принятия изменений является поведение абонента - фактическое пользование потребителем услугами связи, оплата услуг, не состоятельны в силу ст. 438 ГК РФ. При изменении договора путем совершения конклюдентных действий предполагается активное поведение абонента, его молчание не может рассматриваться как принятие такого предложения.

Абонент должен совершить такие действия, которые свидетельствуют о выражении его воли. Продолжение использования услуг связи так же не может считаться конклюдентным действием, поскольку из поведения лица должно следовать намерение, такое поведение лица должно однозначно выражать волю лица на изменение договора.

В п. 20.1 условий оказания услуг связи «Мегафон», утвержденных приказом от 12.05.2016г. №5-СОО-П05-02\16, устанавливается, что предложением Оператора об изменении и\или дополнении Договора, в том числе настоящих Условий и Правил корпоративного обслуживания, является опубликование текста изменений соответствующего документа на сайте Оператора www.megafon.ru, а также доведение указанных изменений до всеобщего сведения в местах продаж и обслуживания Абонентов Оператора не менее, чем за 10 (десять) календарных дней до даты вступления таких изменений в силу.

Между тем, способы, предусмотренные пунктом 20.1 Условий оказания услуг связи, не позволяют безусловным образом довести до абонента информацию, отвечающую требованиям необходимости, достоверности, наглядности,

доступности, и, следовательно, обеспечить надлежащее волеизъявление абонента в отношении адресованного ему оператором предложения (изменений).

Абонент может не знать об изменении условий договора при этом продолжать пользоваться услугой связи, не все абоненты в силу различных причин (возраста, доступности интернет-услуг и других обстоятельств) могут пользоваться сетью «Интернет».

В договоре №78017-198 от 27.08.2004г. на обслуживание федерального телефонного номера +7<...> отсутствует альтернатива - графа «Не согласен», в которой при отсутствии у абонента желания получать рекламу он имел бы возможность поставить соответствующую отметку.

Также в своем заявлении о нарушении Закона «О рекламе» «…» указывает, что не давал согласия на получение вышеуказанной рекламы.

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

В соответствии с пунктом 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 18.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», Закон «О рекламе» не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи. Следовательно, согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы **от конкретного рекламодателя либо рекламораспространителя**.

Таким образом, согласие абонента на получение рекламы должно относиться к конкретному рекламодателю либо рекламораспространителю, быть выражено явно.

Предоставленное ИП пояснение о том, что рекламное смс-сообщение «СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу!4 пиццы за 999р! 6004001 http://2b.ru» было отправлено абоненту 29.06.2016г. по технической ошибке, фактически указывает на распространение рекламного смс-сообщения без предварительного согласия абонента на её получение.

Предоставленная ИП анкета от 19.04.2016 г., в которой содержится согласие абонента на получение рекламных смс-сообщений от ИП, не позволяет однозначно идентифицировать абонента и достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки.

Более того, ПАО «Мегафон» не представило доказательств, подтверждающих, что

ИП является рекламодателем или рекламораспространителем рассматриваемой смс рекламы.

Решением комиссии УФАС по Республике Алтай, ПАО «Мегафон» признано рекламораспространителем ненадлежащей рекламы: «Дарим NEW ролл СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу! 6004001 http://2b.ru», «СЛИВОЧНЫЙ ЛОСОСЬ к любому заказу!4 пиццы за 999р! 6004001 http://2b.ru.», «Пицца Техасская в подарок к любому заказу! 6004001 http://2b.ru», поступившей от отправителя 2BEREGA, 19.05.2016г. в 18:00 часов, 29.05.2016г. в 15:01 часов, 04.06.2016г. в 18:10 часов на мобильный телефон +7<...>, без предварительного согласия абонента на получение рекламы, что противоречит ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 4 ст. 38 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.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность, в соответствии с которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 5 данной статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 данного 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.

Факт совершения 19.05.2016г. в 18:00 часов, 29.05.2016г. в 15:01 часов, 04.06.2016г. в 18:10 часов административного правонарушения ПАО «Мегафон» подтверждается протоколом №16/р от 12.10.2016г. и материалами административного дела.

Срок давности привлечения ПАО «Мегафон» к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП за нарушение рекламного законодательства, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Обстоятельств, отягчающих и смягчающих административную ответственность, предусмотренных ст. 4.2, 4.3 КоАП, не выявлено.

В соответствии с частью 2 статьи 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 предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были предприняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

ПАО «Мегафон» не представлены документы, свидетельствующие об отсутствии возможности для соблюдения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» и принятии всех зависящих от ПАО «Мегафон» мер по исполнению законодательства Российской Федерации.

Согласно статье 2.9 КоАП 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.

В пункте 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 02.06.2004г. № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» указано, что малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Вместе с тем, 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.

В данном случае (по вмененному составу правонарушения) существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в распространении ненадлежащей рекламы, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы, а также нарушает права конкретного абонента (абонентский номер <...> …16), в связи с чем рассматриваемое правонарушение не может расцениваться как малозначительное.

Руководствуясь статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать юридическое лицо ПАО «Мегафон» (ОГРН: 1027809169585, ИНН 7812014560, юридический адрес: г. Москва, Кадашевская набережная, 30) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (распространение рекламы на абонентский номер <...> …16 без согласия абонента на её получение, т.е. не соответствующей требованиям ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе») и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере **ста 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.

Согласно приказу ФАС России от 06.04.2016 № 418/16 «Об осуществлении Федеральной антимонопольной службой и территориальными органами ФАС России бюджетных полномочий главного администратора (администратора) доходов федерального бюджета» **штраф должен быть перечислен по платежным реквизитам**: ОКТМО 84701000, ИНН/КПП 0411073679/041101001 УФК по Республике Алтай (Управление федеральной антимонопольной службы по Республике Алтай), банк получателя: Отделение - НБ Республики Алтай г. Горно-Алтайск, р/с 40101810500000010000, код платежа 16111626000016000140, БИК 048405001, л/с 04771212170. Вид платежа: - штраф за нарушение рекламного законодательства.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу: **(38822) 4-71-39**.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

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

Согласно статье 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.