

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 377-12050-16/8

об административном правонарушении

«02» августа 2016г.

г. Самара

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее – Самарское УФАС России) Шабанова М.А., рассмотрев протокол и материалы дела № 377-12050-16/8 об административном правонарушении, возбужденном в отношении Индивидуального предпринимателя М. Т. П. (адрес регистрации - 443023, г. Самара, внесения записи в ЕГРИП 28.12.2004г., место регистрации в качестве индивидуального предпринимателя — Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары),

В отсутствии представителя:

В рамках дела об административном правонарушении № 377-12050-16/8 ИП М.Т.П. уведомлялась о рассмотрении дела надлежащим образом, что подтверждается реестром отправки внутренней почтовой корреспонденции, а также почтовым уведомлением №44312301036089 о вручении письма от 25.07.2016г.

УСТАНОВИЛ:

Самарским УФАС России при осуществлении государственной функции по контролю за соблюдением законодательства РФ о рекламе 03.12.2016г. было выявлено размещение рекламы на территории г.о. Самара вдоль по Московскому шоссе около остановки Ташкентская (по направлению в город), содержащей признаки нарушения рекламного законодательства, а именно, реклама следующего содержания: «Интим не предлагаем. Гладильные комбайны. VIP класс. Компания Обиход. Т.270-36-16. Интермебель, 1 этаж» с изображением девушки лежащей в нижнем белье, а также слова на иностранном языке «VIP».

В соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов

Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения части 6, части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 6, 11 статьи 5 настоящего закона.

Комиссией Самарского УФАС России установлено, что ИП М.Т.П. является рекламодателем указанной рекламы, то есть продавцом товара, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Фактом распространения рекламы на рекламной конструкции на территории г.о. Самара вдоль по Московскому шоссе около остановки Ташкентская (по направлению в город), на которой рекламируются услуги компании «Обиход», реклама следующего содержания: «Интим не предлагаем. Гладильные комбайны. VIP класс. Компания Обиход. Т.270-36-16. Интермебель, 1 этаж» с изображением девушки в нижнем белье;
2. Копией договора №Д-29 от 05.08.2015г. оказания услуг по размещению наружной рекламы, заключенного между ООО «ДСВ» (Исполнитель) и ИП М.Т.П. (Заказчик);
3. Копий приложения №1 к договору №Д-29 от 05.08.2015г.
4. Копий акта сдачи-приемки рекламных информационных материалов к договору №Д-29 от 05.08.2015г.;
5. Копией акта об оказанных услугах по размещению наружной рекламы к договору №Д-29 от 05.08.2015г.;
6. Копий счета на оплату №451 от 29.09.2015г.;
7. Ответом АО «СамараТелеком» (вх.№602 от 15.03.2016г.), согласно которому номер телефона, указанный в рекламном материале закреплен за ИП М. Т.П.;
8. Копией фотографии рекламной конструкции с рекламой ИП М. Т.П.

На рассмотрение дела №12050-16/8 присутствовала ИП М. Т.П., которая пояснила, что данная реклама была размещена ИП М. Т.П. на законных основаниях, что подтверждается договором на оказание услуг по размещению рекламы, заключенного с рекламораспространителем – ООО «ДСВ».

Таким образом, факт размещения и принадлежности рекламы не отрицается.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе) под рекламой понимается 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.

Как следует из ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение.

Недостоверной считается не только заведомо ложная, активно провозглашаемая, но и умалчиваемая, имеющая существенное значение информация, а также та информация, которая вводит потребителей в заблуждение, создает иллюзорное мнение относительно рекламируемого товара, работ либо услуг.

Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и **оскорбительных образов**, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

В соответствии с Большим толковым словарем современного русского языка под ред. Д.Н. Ушакова для слов «непристойность», «оскорбить», «брань», раскрыто следующее лексическое значение: «непристойность» — крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию, бесстыдству; «оскорбить» — крайне унижить, обидеть, причинить моральный ущерб, боль кому-либо; «брань» - осуждающие, обидные слова, оскорбительные, грубые слова.

В «Современном толковом словаре русского языка» отмечено, что грубый это - «не соблюдающий этики человеческих или профессиональных отношений, невежливый»; «выражающий неуважение, пренебрежение к кому-либо, неучтивый, резкий»; «нарушающий элементарные правила чего-либо; непозволительный, недопустимый».

Согласно разъяснениям ФАС России №АД/17355 от 29.04.2013, часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе следующие виды информации: 1) бранные слова; 2) непристойные образы, сравнения, выражения; 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям, выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, понижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Комиссия Самарского УФАС России, изучив содержание рекламного материала в совокупности с имеющимися выражениями и изображениями в ней, а именно: ««Интим не предлагаем. Гладильные комбайны. VIP класс. Компания Обиход. Т.270-36-16. Интермебель, 1 этаж» с изображением девушки лежащей в нижнем белье», приходит к следующим выводам:

В данном случае такое сочетание словесных и изобразительных элементов носит двусмысленный характер и приводит к формированию оскорбительного образа женщины. Женский образ используется как предмет в рекламе, то есть выступает вроде сопутствующего товара, как приложение к основному, призванному показать, что выводит потребителя далеко за рамки рекламируемого товара. В таком ракурсе женщина воспринимается как предмет потребления, а мужчина – как потребитель. В данном случае изображение девушки никак не соотносится с предметом рекламного сообщения и имеет откровенно унижительный контекст.

Указанная реклама также была оценена членами Экспертного совета по рекламе при Самарском УФАС России.

Экспертный совет образован в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также выработки предложений по его совершенствованию. Он является консультативно-совещательным органом при Самарском УФАС России. В состав Экспертного совета входят специалисты антимонопольного органа, представители органов исполнительной власти Самарской области, телерадиокомпаний и профессиональные участники рекламного рынка, эксперты и специалисты в отдельных областях знаний (медицина, филология, журналистика и т.д.).

Самарское УФАС России вынесло на голосование членам Экспертного совета по применению рекламного законодательства вопрос о наличии в рекламном сообщении признаков нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Голоса 16 членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- реклама содержит признаки нарушения рекламного законодательства – 14 голосов;
- в рекламе отсутствуют нарушения рекламного законодательства – 2 голоса;

Таким образом, большинство членов Экспертного совета в ответ на запрос антимонопольного органа пояснили, что данная реклама не соответствует законодательству Российской Федерации о рекламе, в части содержания в рекламе непристойных и оскорбительных образов.

Таким образом, по мнению Комиссии Самарского УФАС России, данная реклама является неприемлемой, так как по всем показателям и факторам содержит

использование оскорбительных сравнений и выражений.

Таким образом, указанная реклама содержит нарушение части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в части использования непристойных образов и сравнений в отношении пола.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение вышеуказанного требования несет рекламодатель.

Кроме того, в рекламе содержится слово на иностранном языке «VIP».

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» от 01.06.2005 №53-ФЗ государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В соответствии с частью 2 статьи 3 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» в случаях использования в сферах, указанных в части 1 указанной статьи, наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению, выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

Таким образом, указанная реклама содержит нарушение части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В материалах дела отсутствовали доказательства того, что указанная выше реклама в настоящее время не распространяется на рекламной конструкции на территории г.о. Самара вдоль по Московскому шоссе около остановки Ташкентская (по направлению в город), в этой связи Самарское УФАС России считает необходимым выдать ИП М. Т.П. предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

В соответствии с частью 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ИП М.Т. П., являясь рекламодателем, несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Местом и временем совершения административного правонарушения считать: 03 декабря 2015г., г.о. Самара вдоль по Московскому шоссе около остановки Ташкентская (по направлению в город), согласно договора №Д-29 оказания услуг

по размещению наружной рекламы срок размещения рекламы с 01.09.2015г-31.12.2015г.

За данное административное правонарушение частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность.

Протокол составлен в присутствии ИП М..Т..П., уведомлялась надлежащим образом, что подтверждается: реестром внутренних почтовых отправлений, отчетом отслеживания почтового отправления с сайта Почты России с отметкой «вручение адресату». Ходатайств не заявлялось.

За данное административное правонарушение частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность.

Часть 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях устанавливает, что нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе 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.

На основании статьи 3 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (далее – ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»), субъекты малого и среднего предпринимательства - это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям.

Часть 1 статьи 4 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», предусматривает, что к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации и соответствующие условиям, установленным [частью 1.1](#) настоящей статьи, хозяйственные общества, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, потребительские кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели.

В соответствии с частью 1.1 статьи 4 ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в целях отнесения хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей к субъектам малого и среднего предпринимательства должны выполняться следующие условия:

1) для хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств должно быть выполнено хотя бы одно из следующих требований:

а) суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской

Федерации, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов (за исключением суммарной доли участия, входящей в состав активов инвестиционных фондов) в уставном капитале общества с ограниченной ответственностью не превышает двадцать пять процентов, а суммарная доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не превышает сорок девять процентов. Ограничение в отношении суммарной доли участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не распространяется на общества с ограниченной ответственностью, соответствующие требованиям, указанным в [подпунктах "в" - "д"](#) настоящего пункта;

б) акции акционерного общества, обращающиеся на организованном рынке ценных бумаг, отнесены к акциям высокотехнологичного (инновационного) сектора экономики в порядке, установленном Правительством Российской Федерации;

в) деятельность хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств заключается в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности (программ для электронных вычислительных машин, баз данных, изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, селекционных достижений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат учредителям (участникам) соответственно таких хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств - бюджетным, автономным научным учреждениям либо являющимся бюджетными учреждениями, автономными учреждениями образовательным организациям высшего образования;

г) хозяйственные общества, хозяйственные партнерства получили статус участника проекта в соответствии с Федеральным [законом](#) от 28 сентября 2010 года N 244-ФЗ "Об инновационном центре "Сколково";

д) учредителями (участниками) хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств являются юридические лица, включенные в утвержденный Правительством Российской Федерации [перечень](#) юридических лиц, предоставляющих государственную поддержку инновационной деятельности в формах, установленных Федеральным [законом](#) от 23 августа 1996 года N 127-ФЗ "О науке и государственной научно-технической политике". Юридические лица включаются в данный перечень в [порядке](#), установленном Правительством Российской Федерации, при условии соответствия одному из следующих критериев:

юридические лица являются публичными акционерными обществами, не менее пятидесяти процентов акций которых находится в собственности Российской Федерации, или хозяйственными обществами, в которых данные публичные акционерные общества имеют право прямо и (или) косвенно распоряжаться более чем пятьюдесятью процентами голосов, приходящихся на голосующие акции (доли), составляющие уставные капиталы таких хозяйственных обществ, либо имеют возможность назначать единоличный исполнительный орган и (или) более половины состава коллегиального исполнительного органа, а также возможность определять избрание более половины состава совета директоров (наблюдательного совета);

юридические лица являются государственными корпорациями, учрежденными в соответствии с Федеральным [законом](#) от 12 января 1996 года № 7-ФЗ "О некоммерческих организациях";

юридические лица созданы в соответствии с Федеральным [законом](#) от 27 июля 2010 года № 211-ФЗ "О реорганизации Российской корпорации нанотехнологий";

2) [среднесписочная](#) численность работников за предшествующий календарный год хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, соответствующих одному из требований, указанных в [пункте 1](#) настоящей части, производственных кооперативов, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей не должна превышать следующие предельные значения среднесписочной численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек для средних предприятий;

б) до ста человек для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

3) доход хозяйственных обществ, хозяйственных партнерств, соответствующих одному из требований, указанных в [пункте 1](#) настоящей части, производственных кооперативов, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, полученный от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, который определяется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируется по всем осуществляемым видам деятельности и применяется по всем налоговым режимам, не должен превышать [предельные значения](#), установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Пункт 1 Постановления Правительства Российской Федерации от 04.04.2016 г. № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства», установлены следующие предельные значения дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, определяемого в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируемого по всем осуществляемым видам деятельности и применяемого по всем налоговым режимам, для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства: микропредприятия - 120 млн. рублей; малые предприятия - 800 млн. рублей; средние предприятия - 2 млрд. рублей.

Согласно частям 1,2,3 статьи 3.4 КоАП РФ, предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и

техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба. В случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

На основании части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ, являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

Согласно статье 1.7 КоАП лицо, совершившее административное правонарушение, подлежит ответственности на основании закона, действовавшего во время совершения административного правонарушения. Закон, смягчающий или отменяющий административную ответственность за административное правонарушение либо иным образом улучшающий положение лица, совершившего административное правонарушение, имеет обратную силу, то есть распространяется и на лицо, которое совершило административное правонарушение до вступления такого закона в силу и в отношении которого постановление о назначении административного наказания не исполнено. Закон, устанавливающий или отягчающий административную ответственность за административное правонарушение либо иным образом ухудшающий положение лица, обратной силы не имеет.

Оценив характер и обстоятельства совершенного ИП М.Т.П. административного правонарушения должностное лицо усмотрело основания для применения положений ст.4.1.1 КоАП РФ.

Исходя из оценки конкретных обстоятельств дела (лицо является субъектом малого и среднего предпринимательства согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, лицо ранее не привлекалось к административной ответственности, отсутствие жалоб, причинения вреда, возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры), народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствие имущественного ущерба).

Оценив имеющиеся в деле доказательства, должностное лицо не выявило

наступления существенных негативных последствий совершенного административного правонарушения.

В связи с вышеизложенным, применение предупреждения является справедливым, отвечающим принципам справедливости и целесообразности юридической ответственности, характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения.

При таких обстоятельствах применение в данной ситуации нормы статей 3.4, 4.1.1 КоАП РФ соответствует как интересам лица, привлекаемого к ответственности, так и интересам государства, ввиду нерациональности привлечения к ответственности применения в отношении ИП М.Т.П. в данном случае административных мер, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, учитывая, что факт возбуждения административного дела уже выполняет предупредительную функцию. Тем самым охраняемым законом государственным и общественным интересам уже обеспечена соответствующая защита.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 38 Федерального закона РФ «О рекламе», ст.ст. 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1 Признать Индивидуального предпринимателя М.Т.П. (адрес регистрации - 443023, г. Самара, дата внесения записи в ЕГРИП 28.12.2004г., место регистрации в качестве индивидуального предпринимателя — Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары) виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. На основании статьи 4.1.1 КоАП РФ применить к Индивидуальному предпринимателю М. Т. П. (адрес регистрации - 443023, г. Самара, дата внесения записи в ЕГРИП 28.12.2004г., место регистрации в качестве индивидуального предпринимателя — Инспекция Федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары) меру ответственности в виде предупреждения за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с пунктом 3 части 1, части 3 статьи 30.1 и статьей 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении, может быть обжаловано в арбитражный суд 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.

