

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-892/77-16
«15» августа 2016 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев Протокол от 08.08.16 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-892/77-16, возбужденного в отношении ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», в связи с нарушением части 10.1 статьи 5, статьи 16 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции, а также без пометки «реклама» или «на правах рекламы», ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), в присутствии защитника ООО «Форвард Медиа Групп» по доверенности от 28.10.2015 <...>,

УСТАНОВИЛ:

ООО «Форвард Медиа Групп» (125009, г. Москва, пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2; 123002, г. Москва, ул. Рочдельская, д. 15, стр. 10) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, зарегистрировано и включено в Единый государственный реестр юридических лиц Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 46 по г. Москве 03.04.2007 за основным государственным регистрационным номером 5077746455947, ИНН 7703630545, КПП 770301001.

Решением Комиссии Московского УФАС России от 27.06.2016 по делу № 3-5-31/77-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в действиях ООО «Форвард медиа Групп» установлен факт распространения рекламы «Disney» и иных брендов в журнале «МОЙ КРОХА И Я»: на странице 142 - № 10/2015; на странице 126 - №9/2015 с нарушением части 10.1 статьи 5, статьи 16 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившимся в распространении рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Закона о защите детей от информации, без указания категории данной информационной продукции, без пометки «реклама» или «на правах рекламы».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с

1
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. В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе, товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для

продажи, обмена или иного введения в оборот.

Макет на странице на странице 126 журнала журнала «МОЙ КРОХА И Я» №9/2015 за сентябрь 2015 года содержал следующие сведения: «ВРЕМЯ ПЕРЕМЕН. Мы все прекрасно отдохнули, и теперь пришла пора немного потрудиться. Например, подготовиться к началу учебного года, обновить гардероб или освоить новые развивающие игры. ИГРЫ ДЛЯ ПРИНЦЕСС. Disney Baby и СНИССО ПРЕДСТАВЛЯЮТ СЕРИЮ ИГРУШЕК ДЛЯ САМЫХ МАЛЕНЬКИХ ПОКЛОННИЦ ОЧАРОВАТЕЛЬНЫХ ПРИНЦЕСС. Игрушки серии прекрасно развивают мелкую моторику и координацию движений и помогают малышам научиться устанавливать причинно-следственные связи между явлениями, а еще с Принцессами так весело!», сопровождающиеся изображением игрушек по мотивам мультфильмов Disney;

«В мир знаний вместе с Disney. НАКАНУНЕ ДНЯ ЗНАНИЙ Disney ПРЕДСТАВЛЯЕТ ОБНОВЛЕННУЮ КОЛЛЕКЦИЮ КАНЦТОВАРОВ И ШКОЛЬНЫХ АКСЕССУАРОВ, ПОСВЯЩЕННУЮ ЛЮБИМЫМ ГЕРОЯМ МАЛЬЧИКОВ И ДЕВОЧЕК. Удобные рюкзаки, яркие вместительные пеналы, тетради с оригинальными обложками, разнообразные наборы для творчества, а еще цветные карандаши и краски, расписания уроков и многое другое — в новой коллекции есть все, что может пригодится не только первоклашке! Добавить школьным будням ярких красок помогут Микки Маус и его друзья, очаровательные Принцессы и Феи, а также Анна, Эльза и забавный Олаф из фильма «Холодное сердце», Молния Маккуин и другие персонажи. Новая школьная коллекция уже в продаже по всей России», сопровождающиеся изображением канцелярских принадлежностей, рюкзака и мешка для сменной обуви с нанесенными на них рисунками персонажей мультфильмов Disney; «Обновки к осени. Disney и MODIS ПРЕДСТАВЛЯЮТ КОЛЛЕКЦИЮ ОДЕЖДЫ ДЛЯ САМЫХ МАЛЕНЬКИХ! В коллекции представлены футболки, штаны, боди и ползунки, украшенные изображениями Микки Мауса и его друзей. Подготовьте вашего кроху к осеннему сезону!, сопровождающиеся изображением детской одежды с нанесенными на нее рисунками персонажей мультфильма Disney - Микки Мауса и Минни Маус.

2

Макет на странице на странице 142 журнала журнала «МОЙ КРОХА И Я» № №10/2015 за октябрь 2015 года содержал следующие сведения: «ПРИЯТНЫЕ ХЛОПОТЫ. Учимся делать ремонт в детской, отправляемся в магазин за модной одеждой, а на досуге читаем о приключениях очаровательных фей»; «МОДНАЯ ОСЕНЬ. Disney и БРЕНД O'STIN ПРЕДСТАВЛЯЕТ КОЛЛЕКЦИЮ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ, ВДОХНОВЛЕННУЮ ЛЮБИМЫМИ ГЕРОЯМИ МАЛЬЧИКОВ И ДЕВОЧЕК. В коллекции для мальчиков и девочек представлены толстовки, футболки и платья, украшенные портретами очаровательных Микки и Минни Маус, Рапунцель и Молнии Маккуина, легендарного гонщика и героя анимационного фильма «Тачки». Коллекция уже в продаже в магазинах O'STIN по всей России», сопровождающиеся изображением мальчика и девочки в одежде с нанесенными на нее рисунками персонажами мультфильма Disney - Микки и Минни Маус; «ДЕТСКАЯ МЕЧТЫ. РЕМОНТ В ДЕТСКОЙ — ОЧЕНЬ ОТВЕТСТВЕННАЯ ЗАДАЧА, КАК ОСУЩЕСТВИТЬ ЖЕЛАНИЕ МАЛЫША И СЕЛАТЬ ИНТЕРЬЕР ПРАКТИЧНЫМ, ПОДСКАЖЕТ НОВАЯ ПРОГРАММА Канала Disney. Вместе с профессиональными дизайнерами и ведущей Ольгой

Шелест юные герои передачи делают ремонт, исходя из собственных фантазий и увлечений. Чего бы ни захотел ребенок — домик-гараж или волшебный замок — ему помогают осуществить эту задумку. Родители не принимают участия в переделке, но могут отказаться от одного из самых неординарных элементов дизайн-проекта. Всей семьей смотрите новую программу «Это моя комната» по субботам в 10:30 и вдохновляйтесь идеями, которые вы сможете воплотить в жизнь вместе с детьми у себя дома!», сопровождающиеся кадром из телепередачи;

«Визит к Феям. ОДНАЖДЫ ФЕЯ ПРИЛЛА, ЧЬЕЙ СПОСОБНОСТЬЮ ЯВЛЯЕТСЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СВЯЗИ С МИРОМ ЛЮДЕЙ, СЛУЧАЙНО ПРИВОДИТ ГРУППУ ДЕВОЧЕК С КОНТИНЕНТА В СТРАНУ ФЕЙ. ПОДРУГИ ПОПАДАЮТ В ВОДОВОРОТ ЗАХВАТЫВАЮЩИХ СОБЫТИЙ И ПРИКЛЮЧЕНИЙ... Disney и издательство «Эксмо» представляет мировой бестселлер — художественные книги для девочек серии «В Стране Фей», которые рассказывают о приключениях четырех подруг, попавших в Нетландию. Полные волшебства книги рассказывают занимательные истории о дружбе, доброте и взаимовыручке. В серии «В Стране Фей» уже вышло четыре книги: «Знакомство с феями», «Одуванчиковое желание», «Долина Фей», «Сюрприз из тумана». Коллекция регулярно пополняется», сопровождающиеся изображением трех книг из указанной серии «В Стране Фей».

В соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью

3

привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Таким образом, для признания спорной информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

В соответствии с пунктом 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе, данный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой. Следовательно, материал созданный творческим трудом и содержащий в себе какую-либо информацию аналитического, обзорного характера, статистические, количественные и качественные показатели, имеющий в качестве своей цели не привлечение внимания потенциального потребителя к какому-либо товару или группу товаров, а донесение сведений до широкого круга читателей, справочный материал и т. п. не признается рекламой в контексте Закона о рекламе.

Для признания информации носящей аналитический, обзорный характер или справочный характер должен соблюдаться ряд требований, сформированный многочисленной судебной практикой и практикой

антимонопольного органа. В частности, если информирование читателя о состоянии определенного товарного рынка является специализированной целью средства массовой информации, о совокупности товаров рассказывается в повествовательной (как позитивной, так и негативной) манере, не выделяются на общем фоне конкретные продукты, а наоборот проводится аналитическое сравнение и выборка, такая информация может быть признана не рекламой. Аналитический материал по своей сути представляет информационный блок, состоящий из описания исследования какого-либо факта, процесса, явления путем логических приемов, обоснованных выводов и прогнозов, характерный для совокупности товаров. При этом такой материал содержит в себе направленность на обзор опыта либо исторического развития сегмента, но не конкретного субъекта, в частности, с использованием приемов анализа и верифицированного сравнения.

Однако отсутствие данного набора квалифицирующих характеристик материала в печатном издании, свидетельствует о рекламном характере распространяемых сведений.

Установлено, что материал, являющийся предметом рассмотрения данного дела распространялся в каждом выпуске журнала «МОЙ КРОХА И Я»
4

в рубрике «В свободную минуту». Каждый выпуск данной рубрики содержал в себе сведения о том или ином продукте компании Disney (мультфильмы, телеканал и его контент, игрушки, раскраски и одежда, оформленные в тематике мультфильмов Disney либо с использованием их изображений). Информации о продукции иных субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность по созданию мультфильмов и поддержанию к ним интереса у потребителей при помощи выпуска различных товаров с использованием образов героев таких мультфильмов, в материалах не содержалось. Продукция компании Disney и ее партнеров описывается исключительно в позитивном ключе, с использованием положительных примеров и очевидно направлена на привлечение внимания к упоминаемым товарам и созданию интереса к ним у читателей.

В материалах рубрики «В свободную минуту» отсутствует аналитический или обзорный характер, упоминание некоторых событий осуществляется неоднократно, что свидетельствует об отсутствии исключительно цели информирования читателя о появлении какого-либо товара или свершении какого-либо события.

Публикация из номера в номер материала методично убеждающего читателей (которыми в соответствии с тематикой журнала, в основной своей части являются родители) о необходимости приобретения для детей определенных товаров, просмотра определенных телепередач в полной мере отвечает критериям отнесения информации к рекламной.

Таким образом, учитывая в совокупности все обстоятельства настоящего дела, содержание, форму, место размещение, способ подачи материала, Московское УФАС России приходит к выводу о рекламном характере рассматриваемой информации.

В соответствии со статьей 16 Закона о рекламе, размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Журнал «МОЙ КРОХА И Я» зарегистрирован в качестве средства массовой информации, что подтверждается представленным в материалы дела свидетельством о регистрации ПИ №ФС77-29072 от 10.08.2007; территория

распространения: Российская Федерация и зарубежные страны; примерная тематика и (или) специализация: Практический журнал для молодых родителей о детях от рождения до 6 лет; реклама до 40%.

На основании изложенного, весь рекламный материал, публикуемый в журнале «МОЙ КРОХА И Я» должен сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», что в данном случае отсутствовало.

Однако не смотря на отсутствие необходимых пометок, по мнению Московского УФАС России, публикуемый материал воспринимается как реклама и достигает своей цели привлечение внимания и поддержания интереса к определенной группе товаров.

В силу части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе, не допускается размещение

рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции. Согласно пункту 5 статьи 2 Закон о защите детей от информации, информационной продукцией является предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий.

В выпуске журнала «МОЙ КРОХА И Я» 10/2015 размещалась реклама следующих мультфильмов (аудиовизуальной продукции): «ФЕИ: Легенда о Чудовище», «София Прекрасная», фильм «Золушка», телепередача «Узнавайка» и мультфильм «Джек и Пираты Нидерландии», «Алладин», «Мулан», «Принцесса и лягушка», «Покахонтас», Покахонтас 2: Путешествие в Новый Свет», «Головоломка», «Алиса в стране Чудес», а также программа о ремонте в детских комнатах, транслируемая на телеканале Disney.

В соответствии с частью 1 статьи 1263 Гражданского Кодекса Российской Федерации, аудиовизуальным произведением является произведение, состоящее из зафиксированной серии связанных между собой изображений (с сопровождением или без сопровождения звуком) и предназначенное для зрительного и слухового (в случае сопровождения звуком) восприятия с помощью соответствующих технических устройств. Аудиовизуальные произведения включают кинематографические произведения, а также все произведения, выраженные средствами, аналогичными кинематографическим (теле- и видеофильмы и другие подобные произведения), независимо от способа их первоначальной или последующей фиксации.

Таким образом, перечисленные мультфильмы относятся к аудиовизуальной продукции, а следовательно, данный объект подпадает под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

В выпуске журнала «МОЙ КРОХА И Я» №10/2015 размещалась реклама следующей печатной продукции (книг, раскрасок): книга серии «Изумрудная коллекция», книга из серии «Мультколлекция», «Феи: Легенда о Чудовище», «Холодное Сердце», «Нарисуй и отгадай: Раскраска с заданиями», серия книг «В Стране Фей»: «Знакомство с Феями», «Одуванчиковое желание», «Долина Фей», «Сюрприз из тумана».

В соответствии с абзацем 1 статьи 5 Федерального закона от 29.12.1994

№ 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов» под печатными изданиями (текстовые, нотные, картографические, изоиздания) понимаются издания, прошедшие редакционно-издательскую обработку, полиграфически самостоятельно оформленные, имеющие выходные сведения.

6

Согласно пункту 3.1.1.1. «ГОСТ 7.60-2003. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения» (далее - ГОСТ 7.60-2003), введенному Постановлением Госстандарта России от 25.11.2003 № 331-ст, под печатным изданием понимается издание, полученное печатанием или тиснением, полиграфически самостоятельно оформленное; согласно пункту 3.1.2. ГОСТ 7.60-2003, под издательской продукцией понимается совокупность изданий, намечаемых к выпуску или выпущенных издателем (издателями). Таким образом, перечисленные книги относятся к печатной продукции, а следовательно, данные объекты также подпадают под понятие информационной продукции, установленное пунктом 5 статьи 2 Закона о защите детей от информации.

Между тем, установлено, что в рассматриваемой рекламе мультфильмов и книг, размещенной в выпусках журнала «МОЙ КРОХА И Я» № 10/2015, указание на категорию информационной продукции данного объекта отсутствует, что свидетельствует о несоблюдении требований части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения журнала «МОЙ КРОХА И Я», в том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 28.08.2015 года (дата начала распространения журнала «МОЙ КРОХА И Я» №9/2015).

Согласно части 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных частью 10.1 статьи 5, статьей 16 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно положениям статьи 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

Рекламодателем является лицо, осуществляющее фактическое доведение объекта рекламирования до сведения потребителя. Установлено, что «МОЙ КРОХА И Я», являющийся средством массовой информации, предназначен для неопределенного круга, распространяется на территории Российской Федерации и зарубежных стран, не является изданием, специализирующимся на сообщениях рекламного характера.

Учредителем и издателем журнала «МОЙ КРОХА И Я», а равно рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «ФОРВАРД МЕДИА ГРУПП», что подтверждается копией свидетельства о регистрации средства массовой информации, представленной в материалах

7

дела, а также выходными данными журнала.

Резюмируя изложенное, установлено нарушение ООО «Форвард Медиа

Групп» части 10.1 статьи 5, статьи 16 Закона о рекламе при распространении рекламы «Disney» и иных брендов в журнале «МОЙ КРОХА И Я»: на странице 142 - № 10/2015; на странице 126 - №9/2015.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

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 или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ООО «Форвард Медиа Групп» состоит в распространении рекламы «Disney» и иных брендов в журнале «МОЙ КРОХА И Я»: на странице 142 - № 10/2015; на странице 126 - №9/2015 с нарушением требований части 10.1 статьи 5, статьи 16 Закона о рекламе. Должностным лицом Московского УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Ответственность за невыполнение требований, установленных части 10.1 статьи 5, статьей 16 Закона о рекламе, предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 3 ст. 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.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ обстоятельством, смягчающим административную ответственность, является добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

8

07.04.2016 Комиссией Московского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по результатам рассмотрения дела № 3-5-31/77-16 ООО «Форвард Медиа Групп» было выдано предписание № 98 о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно о прекращении распространения рекламы «Disney» и иных брендов с нарушением требований части 10.1 статьи 5, статьи 16 Закона о рекламе.

ООО «Форвард Медиа Групп» до вынесения настоящего постановления в адрес Московского УФАС России представлены документы,

свидетельствующие об исполнении предписания № 98 от 07.04.2016. Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность ООО «Форвард Медиа Групп». Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств, отягчающих административную ответственность ООО «Форвард Медиа Групп».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, штраф, подлежащий взысканию, составляет 100 000 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО «Форвард Медиа Групп» (125009, г. Москва, пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2, дата регистрации - 03.04.2007, ОГРН 5077746455947, ИНН 7703630545, КПП 770301001) виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить ООО «Форвард Медиа Групп» (125009, г. Москва, пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2, дата регистрации - 03.04.2007, ОГРН 5077746455947, ИНН 7703630545, КПП 770301001) наказание в виде административного штрафа в размере — 100 000 руб (ста тысяч рублей ноль копеек).

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, при отсутствии

9

документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, 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.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;

- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «Форвард Медиа Групп», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция

прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Москва

ИНН 7706096339

КПП 770101001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

ОКТМО 45375000

Назначение платежа: административный штраф по делу

№ 4-14.3-892/77-16.

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

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение на 1 листе.

10

Заместитель руководителя <...>

11