

Постановление

о наложении штрафа по делу №012/04/14.3.1-61/2023 об административном правонарушении

«28» февраля 2023 года
Йошкар-Ола

Г.

Заместитель руководителя – начальник отдела Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл <...>, рассмотрев протокол от «25» января 2023 года и материалы дела № 012/04/14.3.1-61/2023 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ИП Г. (дата рождения <...>, место рождения <...>, паспорт <...>, адрес места регистрации <...>, ИНН <...> ОГРНИП <...>) по факту нарушения пункта 1 части 3, пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы «Tasty Cloud Vape Hookan Shop. Магазин вейп и кальянной продукции. Вейпы. Электронные парогенераторы. Все для кальяна» с изображением устройств и курительных принадлежностей, пара, а также QR-кодов со ссылками на сайты VK и Instagram по адресу ул. Первомайская ул., 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), рекламы «Vape Hookan Shop Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС Ремонт устройств Бонусная программа» с изображением QR-кода, по которому осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через сервис taplink.cc по адресу г.Йошкар-Ола, ул.К.Либкнехта, 80а, а также рекламы «Vape Hookan Shop 15-ФЗ запрещает нам рекламировать вейпы, кальяны, табак и многое другое», «Vape HOOKAN SHOP Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС» с изображением QR-кода, по которому осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через сервис taplink.cc по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон) (решение по делу № 012/05/7-766/2022 от 29.12.2022), в отсутствие индивидуального предпринимателя,

Установила:

Специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) в 19.10.2022 установлен факт размещения наружной рекламы «Tasty Cloud Vape

Hookan Shop. Магазин вейп и кальянной продукции. Вейпы. Электронные парогенераторы. Все для кальяна» по адресу ул. Первомайская ул., 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский») следующего содержания:

Марийским УФАС России в отношении ИП Г. возбуждено дело № 012/05/7-766/2022 по признакам нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения наружной рекламы «Вейпы. Кальяны. Жидкости. Одноразовые ЭС. Кальянные смеси. Ремонт устройств».

В ходе рассмотрения дела Марийским УФАС России в результате осмотра наружной рекламы 09.11.2022 получены материалы о размещении рекламы «Tasty Cloud VAPE & HOOKAN SHOP Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС Ремонт устройств Бонусная программа» с штрих-кодом по адресу г.Йошкар-Ола, ул.К.Либкнехта, 80а следующего содержания:

Также в ходе осмотра 27.10.2022 установлен факт размещения рекламы «15-ФЗ запрещает нам рекламировать вейпы, кальяны, табак и многое другое», «Vape HOOKAN SHOP Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС» по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон):

Решением Комиссии Марийского УФАС России по делу № 012/05/7-766/2022 от 29.12.2022 реклама «Tasty Cloud Vape Hookan Shop. Магазин вейп и кальянной продукции. Вейпы. Электронные парогенераторы. Все для кальяна» с изображением устройств и курительных принадлежностей, пара, а также QR-кодов со ссылками на сайты VK и Instagram по адресу ул. Первомайская ул., 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), реклама «Vape Hookan Shop Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС Ремонт устройств Бонусная программа» с изображением QR-кода, по которому осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через сервис taplink.cc по адресу г.Йошкар-Ола, ул.К.Либкнехта, 80а, а также реклама «Vape Hookan Shop 15-ФЗ запрещает нам рекламировать вейпы, кальяны, табак и многое другое», «Vape HOOKAN SHOP Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС» с изображением QR-кода, по которому

осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через сервис taplink.cc по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон) признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3, пункта 3 части 5, части 11 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в отсутствие ИП Г., надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте составления протокола (в адрес ИП Г. 29.12.2022 направлено уведомление о составлении протокола исх. №ОЕ/7453/22, указанное отправление возвращено в адрес Марийского УФАС России за истечением срока хранения).

Копия протокола с указанием даты, времени, места рассмотрения дела направлена по адресу места регистрации индивидуального предпринимателя.

Определением от 22.02.2023 рассмотрение дела отложено и назначено на 28.02.2023. Определение об отложении рассмотрения дела (исх.№ ОЕ/543/23) направлено в адрес ИП Г., почтовое отправление возвращено отправителю в связи с истечением сроков хранения.

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.

При этом отнесение информации к рекламе или иной информации осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств её размещения.

Как разъяснил Президиум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Под объектом рекламирования понимают товар, средства 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 (статья 3 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе используется перечисление товаров,

реализуемых в торговых объектах Tasty Cloud: vape, hookah, вейпы, кальяны, жидкости, кальянные смеси, одноразовые ЭС, электронные парогенераторы, все для кальяна. На штендере, размещенном при входе в магазин ТЦ «Пушкинский», используются также схематические изображения устройств, вейпов, жидкостей с изображением пара, дыма.

По итогам проведения Экспертного совета (протокол заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл от 07.11.2022) эксперты пришли к выводу о том, что данная информация «15-ФЗ запрещает нам рекламировать вейпы, кальяны, табак и многое другое» преследует цель привлечения внимания к деятельности магазина «Tasty Cloud» по продаже курительных принадлежностей (вейпов и кальянов), является рекламой кальянов, курительных принадлежностей.

Размещенная текстовая информация: «15-ФЗ запрещает нам рекламировать вейпы, кальяны, табак и многое другое», «Vape НООКАН SHOP Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС», «Tasty Cloud Vape Hookah Shop. Магазин вейп и кальянной продукции. Вейпы. Электронные парогенераторы. Все для кальяна» привлекает интерес потребителей к деятельности торговых точек по продаже кальянов, вейпов, электронных испарителей, электронных сигарет и курительных принадлежностей, дает явное представление о реализации данных товаров и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания всех посетителей данной торговой точки, и поддержание интереса, как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

Кроме того, в ходе рассмотрения дела установлено, что при размещении рассматриваемой информации применяются двухмерные штрих-коды (QR-коды).

Двухмерные штрих-коды (в том числе QR-коды) признаются рекламой или иной информацией, не являющейся рекламой, исходя из содержания таких штрих-кодов, содержания иной сопровождающей их информации, а также всех обстоятельств их размещения. Таким образом, в случае, если размещенные QR-коды содержат сведения, направленные на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, то такие QR-коды являются рекламой, и как содержание, так и размещение указанных QR-кодов должно соответствовать требованиям Закона о рекламе.

При размещении информации на торговых объектах по адресам: г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон), г. Йошкар-Ола, ул. К.Либкнехта, 80а используются QR-коды, при сканировании которых потребителем осуществляется переход на страничку сайта Tasty Cloud через сервис taplink.cc, где приводится следующая информация:

На указанном сайте сайта Tasty Cloud, доступном к ознакомлению через сервис taplink.cc, также содержится перечисление товаров, реализуемых в торговых объектах Tasty Cloud, приводится информация «сеть Vape-магазинов с самым большим ассортиментом по г. Йошкар-Оле», указаны адреса мест осуществления деятельности, а также имеются изображения процесса курения (при описании объекта «ТЦ Пушкинский»).

Кроме того, на штендере, размещенном перед торговым центром «Пушкинский», используется QR-код, при сканировании которого потребителем осуществляется переход на страничку Tasty Cloud в социальных сетях VK и Instagram, где приводится информация о реализуемых товарах, проводимых акциях в сети магазинов Tasty Cloud:

Таким образом, информация, доводимая до потребителей по адресам местонахождения торговых объектов Tasty Cloud г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон), г. Йошкар-Ола, ул. К.Либкнехта, 80а, при входе в ТЦ «Пушкинский» посредством QR –кодов:

также привлекает внимание к реализуемым товарам, торговым объектам Tasty Cloud, таким образом, является рекламой.

Таким образом, рассматриваемая информация, размещаемая по адресам г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон), г. Йошкар-Ола, ул. К.Либкнехта, 80а, при входе в ТЦ «Пушкинский» является рекламой vape, hookah, вейпой, кальянов, жидкостей, кальянных смесей, одноразовых ЭС, электронных парогенераторов, магазинов и торговых объектов Tasty Cloud, так как адресована неопределенному кругу лиц и

направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства.

В силу пункта 1 части 1 статьи 16 Закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее Закон №15-ФЗ) в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещаются: реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции или никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, стимулирование потребления табака или никотинсодержащей продукции.

В соответствии с пунктом 5 части 1 статьи 16 Закона №15-ФЗ запрет рекламы табака, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

В силу пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

Таким образом, Законом о рекламе установлен безусловный запрет на рекламу кальянов, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

Электронные испарители, электронные сигареты, вейпы, кальяны (в том числе жидкости для них) используются для совершения действий, аналогичных процессу курения, испарители в зависимости от модели могут содержать никотин и иные вещества, содержащиеся в табачных изделиях. Таким образом, вейпы, электронные испарители могут быть отнесены к категории товаров, подобных курительным принадлежностям.

Кроме того, в соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается демонстрация процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции и потребления алкогольной продукции.

Поскольку при использовании QR –кодов, размещенных в местах реализации товаров, осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через

сервис taplink.cc, а также на сайты социальных сетей VK и IG, на которых размещаются изображения процессов курения, рассматриваемая реклама также является демонстрацией процесса курения.

Таким образом, рассматриваемая реклама, распространенная по адресам г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон), г. Йошкар-Ола, ул. К. Либкнехта, 80а, при входе в ТЦ «Пушкинский» нарушает требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, поскольку является рекламой вейпов, кальянов, электронных сигарет, испарителей, и других курительных принадлежностей, а также нарушает требования пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку является демонстрацией процессов курения в рекламе.

Кроме того, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Пунктом 29 Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

Таким образом, в рекламе не допускается использование информации не соответствующей действительности и аналогичных сведений о преимуществах рекламируемого товара.

В рассматриваемой рекламе при использовании QR –кодов,

размещенных в местах реализации товаров, осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через сервис taplink.cc, на котором имеется информация о том, что Tasty Cloud является «сетью Vape-магазинов с самым большим ассортиментом по г.Йошкар-Оле», однако указанная информация не сопровождается иными сведениями, на основании которых может быть сделан вывод о том, что в указанной сети самый большой ассортимент по г.Йошкар-Оле.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает также требования пункта 1 части 3 статьи 5 Закона 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.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель. Также ответственность за нарушение статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в торговой точке по адресу: ул. Первомайская ул., 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон), г.Йошкар-Ола, ул.К.Либкнехта, 80а осуществляет ИП Г., являющийся как рекламодателем, так и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе установлена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ. Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем запрета **рекламы** табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до четырех тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати пяти тысяч рублей.

Также ответственность за нарушение требований пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе установлена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ. Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или

рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение штрафа на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

Согласно пункту 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 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.

ИП Г. при размещении рассматриваемой рекламы не были предприняты все зависящие от него меры по соблюдению законодательства о рекламе, по предотвращению совершения правонарушения.

Место совершения административного правонарушения: Республика Марий Эл, город Йошкар-Ола.

Время совершения административного правонарушения: с 19.10.2022- дата фиксации размещения рекламы в г.Йошкар-Ола по настоящее время.

Состав административного правонарушения, совершенного ИП Г., образуют:

- объект административного правонарушения - установленный порядок производства, размещения и распространения рекламы;
- объективная сторона — размещение рекламы «Tasty Cloud Vape Hookan Shop. Магазин вейп и кальянной продукции. Вейпы. Электронные парогенераторы. Все для кальяна» с изображением устройств и курительных принадлежностей, пара, а также QR-кодов со ссылками на сайты VK и Instagram по адресу ул. Первомайская ул., 111, Йошкар-Ола (ТЦ «Пушкинский»), рекламы «Vape Hookan Shop Вейпы Кальяны Жидкости

Кальянные смеси Одноразовые ЭС Ремонт устройств Бонусная программа» с изображением QR-кода, по которому осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через сервис taplink.cc по адресу г.Йошкар-Ола, ул.К.Либкнехта, 80а, а также рекламы «Vape Hookan Shop 15-ФЗ запрещает нам рекламировать вейпы, кальяны, табак и многое другое», «Vape НООКАН ШОП Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС» с изображением QR-кода, по которому осуществляется переход на сайт Tasty Cloud через сервис taplink.cc по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. К.Маркса, д. 101 (остановочный павильон) с нарушением требований действующего законодательства.

- субъект правонарушения – ИП Г.;

- субъективная сторона - виновное совершение административного правонарушения, так как у ИП Г. 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 Г.

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 Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума от 24.03.2005 №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений. При этом 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.

Действия ИП Г. содержат нарушение законодательства о рекламе и свидетельствуют о пренебрежительном отношении должностного лица к исполнению своих обязанностей по соблюдению норм в сфере законодательства о рекламе.

Марийское УФАС России приходит к выводу, что совершенное правонарушение несет существенную угрозу правоохраняемым отношениям в силу следующего.

В данном случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не только в пренебрежительном отношении рекламодателя к исполнению своих обязанностей в сфере соблюдения законодательства о рекламе, но и в пренебрежительном отношении к здоровью граждан Российской Федерации. Несоответствие спорной рекламы требованиям законодательства нарушает права и законные интересы потребителей на получение надлежащей и достоверной информации.

Под воздействием рекламы потребитель руководствуется зачастую эмоциями, а не объективными достоинствами или недостатками рекламируемого товара. Неопытность и отсутствие необходимых знаний у значительной части населения не позволяют потребителям принять взвешенное, обдуманное решение.

Таким образом, оценив характер и конкретные обстоятельства совершенного правонарушения, роль правонарушителя, должностное лицо Марийского УФАС России пришло к выводу о том, что совершенное ИП Г. правонарушение несет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям, в связи с чем, отсутствуют основания для признания его малозначительным.

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.

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении (ст. 24.5 КоАП РФ), не установлено.

Обстоятельства, смягчающие административную ответственность, не установлены.

Марийское УФАС России в качестве отягчающего обстоятельства

признает неоднократное привлечение ИП Г. к административной ответственности за распространение ненадлежащей рекламы.

Так, ИП Г. был привлечен к административной ответственности по ч. 4 ст. 14.3.1 постановлением от 27.10.2022 по делу №012/04/14.3.1-760/2022 (назначен штраф в размере 10 000 рублей), постановлением от 13.12.2022 по делу №012/04/14.3.1-875/2022 (назначен штраф в размере 12 000 рублей).

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.

Следовательно, ИП Г. должно быть назначено наказание в пределах санкции, установленной частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ.

Таким образом, должностное лицо, учитывая характер совершенного правонарушения, наличие отягчающих обстоятельств, считает возможным назначить ИП Г. административное наказание в виде штрафа в пределах размера санкции ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ в сумме 13000 (тринадцать тысяч) рублей.

Руководствуясь ст. 2.1, 2.2, 2.9, 2.10, 4.1, 4.2, 4.3, ч. 1 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 Г. (дата рождения <...>, место рождения <...>, паспорт <...>, выдан <...>, адрес места регистрации <...>, ИНН <...> ОГРНИП <...>) к административной ответственности по части 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ и назначить наказание в виде штрафа в размере 13000 **(тринадцать 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), счет: 40102810545370000075

Банк получателя – ОТДЕЛЕНИЕ-НБ РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ БАНКА РОССИИ//УФК по Республике Марий Эл г. Йошкар-Ола

БИК банка 018860003, счет получателя 03100643000000010800

код бюджетной классификации 16111601141019002140

УИН 16100500000001603029

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.

Приложение: квитанция для оплаты штрафа.

Заместитель руководителя управления - начальник отдела

