

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 074/04/14.3-380/2024

об административном правонарушении

14 марта 2023 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) <...>, рассмотрев материалы дела об административном правонарушении № 074/04/14.3-380/2024, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Е<...>, по факту распространения рекламы следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI» на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, на пересечении пр. Ленина и ул. Завенягина, возле АЗС «Станичная», с нарушением части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

в отсутствие лица и (или) представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается возвратом конверта, содержащего копию Протокола № 074/04/14.3-380/2024 об административном правонарушении (от 19.02.2024 исх. № 07/2366/24), Определения о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении № 074/04/14.3-380/2024 и продлении срока его рассмотрения (от 19.02.2024 исх. № НМ/2376/24), в связи с истечением срока хранения,

УСТАНОВИЛ:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление физического лица (от 10.04.2023 вх. № 4703-ИП/23) по факту распространения рекламы следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI» на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, на пересечении пр. Ленина и ул. Завенягина, возле АЗС «Станичная».

Согласно сведениям, представленным Администрацией города Магнитогорска, по указанной рекламной конструкции заключен договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с ИП М<...>, срок действия которого истек 20.12.2022. За фактическое размещение рекламной конструкции ИП М<...> оплачивает неосновательное обогащение. По состоянию на 13.04.2023 указанная рекламная информация отсутствует.

Челябинским УФАС России направлен запрос ИП М<...> о представлении необходимых документов и сведений.

ИП М<...>. представлены письменные пояснения, согласно которым между ней и ООО «Свободная Линия» заключен договор от 01.12.2017 № 003. В соответствии с

пунктом 1.1 указанного договора ИП М<...> по заданию ООО «Свободная Линия» обязуется оказать услуги (выполнить работы) по размещению рекламной информации, а последний обязуется принять и оплатить эти услуги (работы). В рамках данного договора в период с 01.03.2023 по 31.03.2023 ИП М<...> оказала услуги ООО «Свободная Линия» по размещению рекламы согласно графика размещения и адресной программы. Макеты размещаемой рекламы представлены ООО «Свободная Линия». ООО «Свободная Линия» 12.04.2023 демонтировало рекламно-информационный материал, размещенный на рекламной конструкции по адресу: г. Магнитогорск, на пересечении пр. Ленина и ул. Завенягина, возле АЗС «Станичная».

ООО «Свободная Линия» представлены письменные пояснения, согласно которым 15.02.2023 между Обществом и ИП Е<...> заключен договор № 028, в соответствии с которым на рекламной конструкции размещалась рассматриваемая реклама. Период размещения рекламы с 01.03.2023 по 31.03.2023. Разработкой и определением объекта рекламирования, определения содержания рекламы занимался ИП Е<...>. ООО «Свободная Линия» не занималось размещением рекламы иными способами и средствами. Поскольку рекламная информация размещалась по заказу ИП Е<...>, соответственно он является рекламодателем.

Специалистами Челябинского УФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» найден сайт организации «отака SUSHI» (<https://otakasushi.ru/>). На указанном сайте размещена Политика конфиденциальности, в которой указано о сборе и использовании персональных данных о пользователях (клиентах) ИП Е<...>

Запрашиваемые неоднократно документы и сведения ИП Е<...> не представлены.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (то есть возможность купить товар или воспользоваться услугой).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - 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.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального 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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Исходя из положений п. 16 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к ответственности за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

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

Слово «непристойный» в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». Слово «бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает противоречащий общественной морали, непристойный. «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, благопристойность.

К непристойным образам, могут быть отнесены такие образы и выражения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к непристойным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Так, информация следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI» размещалась на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, пр. Ленина, АЗС «Станичная», сторона В.

Данная информация является рекламой, поскольку распространена посредством рекламной конструкции, предназначена для неопределенного круга лиц; привлекает, формирует и поддерживает интерес к компании «Отака SUCHI», его товарам, а также способствует их продвижению на рынке.

Необходимо отметить, что кегль рассматриваемого рекламного текста выполнен в различном виде. Так, формулировка «Массаж языка» выполнена в большем шрифте в сравнении с другим тестом. Далее ниже используются формулировки «профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован», выполненные в меньшем шрифте. Формулировка «отака SUCHI» расположена в правом нижнем углу, шрифт которой аналогичен предыдущим фразам.

Между тем, для правильного восприятия указанной информации необходимо видеть текст в полном объеме. Учитывая, что формулировка в рекламе «Массаж языка» выполнена в большем шрифте, далее следуют формулировки «профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован», что в совокупности являются непристойными выражениями. Кроме того, в случае отсутствия возможности ознакомления с данной рекламной информацией в полном объеме, в частности с формулировками «с помощью роллов», «отака SUCHI», рассматриваемая информация вводит потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования.

Необходимо отметить, что рекламная конструкция с данным содержанием размещена по адресу: г. Магнитогорск, пр. Ленина, АЗС «Станичная», сторона В. Согласно данным 2ГИС рядом с данной рекламной конструкцией расположены: сквер, торговый центр, ледовый дворец спорта, сквер храма, что свидетельствует об ознакомлении с данной рекламой широкого круга граждан.

Оценка содержания рекламной записи была вынесена на Экспертный совет по

применению законодательства о рекламе. По результатам опроса составлен Протокол от 30.06.2023 № 2, в соответствии с которым на поставленные вопросы:

«Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?»;

«Считаете ли Вы, что в указанной рекламе присутствуют непристойные образы, сравнения, выражения?»

«Считаете ли Вы, что в случае отсутствия возможности ознакомления с данной рекламной информацией в полном объеме, в частности с формулировками «с помощью роллов», «отака SUCHI», данная информация вводит потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования?» за ответы «да» проголосовало большинство экспертов.

Учитывая изложенное, принимая во внимание результаты Экспертного совета по применению законодательства о рекламе рассматриваемая реклама следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI», размещаемая на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, пр. Ленина, АЗС «Станичная», сторона В, содержит нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 указанного Федерального закона, несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктами 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 2.3.1 договора от 15.02.2023, заключенного между ООО «Свободная Линия» и ИП Е<...>, последний обязуется соблюдать требования действующего законодательства, в том числе Федерального закона «О рекламе». ИП Е<...> несет ответственность за ненадлежащую рекламу в соответствии с законодательством Российской Федерации (пункт 5.13 указанного договора).

Учитывая изложенное, в частности пояснения ООО «Свободная Линия», положения договора от 15.02.2023, информацию, размещенную на сайте организации, а также то, что размещение и распространение рекламы осуществлялось в интересах ИП Е<...>, статус последнего в качестве рекламодача является установленным.

Сведения об ином лице, являющемся рекламодателем рассматриваемой рекламы, в материалах дела отсутствуют, в антимонопольный орган не поступало.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Е<...>

Рассмотрев материалы дела № 074/04/14.3-380/2024 об административном правонарушении, должностное лицо Челябинского УФАС России приходит к следующим выводам.

ИП Е<...> направлено Уведомление о составлении протокола (от 19.01.2024 исх. №

07/673/24), а также запрошены документы и сведения, ответ на которое не поступил.

Протокол по делу № 074/04/14.3-380/2024 об административном правонарушении составлен 19 февраля 2024 года.

На рассмотрение дела № 074/04/14.3-380/2024 об административном правонарушении лицо, в отношении которого возбуждено дело, надлежащим образом уведомленный о дате, времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении, не явился, представителя с надлежащим образом оформленной доверенностью не направил, ходатайств и отводов не заявлял, запрошенные уведомлением документы и сведения не представил.

Ответственность за нарушение части 6 статьи 5 Федерального 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 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.

Объектом правонарушений по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ являются общественные отношения, связанные с осуществлением государственной политики в сфере рекламной деятельности.

Объективная сторона правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, выражена в нарушении ИП Е<...> части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Субъектом правонарушения является ИП <...>, являющийся рекламодателем данной рекламы.

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

Вина ИП Е<...> выразилась в ненадлежащем исполнении обязанности по соблюдению требований рекламного законодательства при распространении рекламы следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI» на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, на пересечении пр. Ленина и ул. Завенягина, возле АЗС «Станичная», что свидетельствует о нарушении части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

С субъективной стороны рассматриваемый состав административного правонарушения характеризуются умышленной формой вины, т.е. лицо сознавало противоправный характер своего действия, предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий (прямой умысел) или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично (косвенный умысел).

Из материалов рекламного дела и дела об административном правонарушении следует, что ИП Е<...> не предприняты достаточные меры для недопущения нарушения рекламного законодательства, по сути, ИП Е<...> уклонился от обязанности по контролю за соответствием рассматриваемой рекламы требованиям рекламного законодательства.

В связи с чем, обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП Е<...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии всех зависящих от неё мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Наличие обстоятельств, объективно препятствующих ИП Е<...> надлежащему соблюдению требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», не выявлено.

Таким образом, у ИП Е<...> отсутствовали препятствия и имелась возможность для соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно – для соблюдения требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении при совершении данного административного правонарушения, не установлено.

При таких обстоятельствах ИП Е<...> признается виновным в совершении административного правонарушения по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Таким образом, в действиях ИП Е<...>, являющегося рекламодателем рекламы следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI» на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Магнитогорск, на пересечении пр. Ленина и ул. Завенягина, возле АЗС «Станичная», содержится состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Место совершения административного правонарушения: Челябинская обл., г. Магнитогорск.

Время совершения административного правонарушения: 10 апреля 2023 года.

Факт совершения административного правонарушения ИП Е<...>. подтверждается протоколом по делу № 074/04/14.3-380/2024 об административном правонарушении, а также другими материалами дела.

Распространение ненадлежащей рекламы также установлено решением Комиссии Челябинского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по делу № 074/05/5-1335/2023 (НМ/15380/23 от 08.11.2023), в котором указано допущенное нарушение.

Срок давности привлечения к административной ответственности за административное правонарушение, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, составляет один год со дня совершения административного правонарушения (часть 1 статьи 4.5 КоАП РФ).

Распространение рекламы осуществлялось ИП Е<...> 10 апреля 2023 года.

Таким образом, срок давности привлечения ИП Е<...> к административной ответственности за данное нарушение истекает 10 апреля 2024 года.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения должностное лицо, уполномоченное решить дело об административном правонарушении, может освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Пунктом 18 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» (далее — Постановление № 10) разъяснено, что при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям.

По юридической конструкции правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, образует формальный состав. В связи с этим существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается не в наступлении каких-либо материальных последствий в результате допущенного правонарушения, а в неисполнении ИП Е<...> своих обязанностей, предусмотренных требованиями Федерального закона «О рекламе», что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния (пункт 18.1 постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях»).

Доказательств того, что совершенное ИП Е<...>. правонарушение относится к категории малозначительных и является исключительным случаем, при рассмотрении дела об административном правонарушении не представлено.

С учетом характера совершенного ИП Е<...> административного правонарушения, должностное лицо Челябинское УФАС России считает, что основания для признания деяния малозначительным по статье 2.9 КоАП РФ и освобождении от административной ответственности отсутствуют.

Деяние, являющееся составом административного правонарушения, не содержит иных составов административных правонарушений.

При решении вопроса о виде и размере административного наказания учитывается характер совершенного административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В действиях ИП Е<...> установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность - добровольное прекращение противоправного поведения лицом,

совершившим административное правонарушение (пункт 2 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ).

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьей 4.3 КоАП РФ, не установлено.

Согласно статье 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения и применяется в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Из этого следует, что основополагающим принципом, закрепленным статьей 3.1 КоАП РФ, является применение мер административной ответственности в целях предупреждения совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ 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

Таким образом, положение о возможности замены штрафа на предупреждение за впервые совершенное административное правонарушение может быть применено по статьям 14.3, 14.3.1, 14.38, 19.31 КоАП РФ в случае, если дело об административном правонарушении было возбуждено по итогам проведения контрольного (надзорного) мероприятия с взаимодействием с контролируемым лицом, проверки, в ходе которых было установлено соответствующее нарушение законодательства о рекламе.

В случае, если дело об административном правонарушении, ответственность за совершение которого предусмотрена статьями 14.3, 14.3.1, 14.38, 19.31 КоАП РФ, возбуждено антимонопольным органом без проведения контрольных (надзорных) мероприятий, проверки, часть 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ не подлежит применению.

С учетом изложенных обстоятельств, должностное лицо Челябинского УФАС России считает необходимым назначить ИП Е<...> наказание в виде административного штрафа в размере — 4 000 (четыре тысяч) рублей.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать индивидуального предпринимателя Е<...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к ИП Е<...> административное наказание в виде административного штрафа за нарушение требований части 1 статьи 14.3 КоАП РФ в размере 4 000 (четырёх тысяч) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа должна быть перечислена в доход федерального бюджета по следующим реквизитам: КБК <...>

При оплате штрафа в платежном документе обязательно указывать УИН <...>

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа ИП <...> предлагается направить в Челябинское УФАС России копии платежных документов.

В силу части 1 статьи 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Согласно части 5 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса, 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. Кроме того, должностное лицо составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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.

