

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу № 06-53/15

об административном правонарушении

«23» апреля 2015 г.

г. Новосибирск

Я, заместитель руководителя - начальник отдела рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области Т.В. Лопаткина, рассмотрев протокол № 06-53/15 от «17» апреля 2015 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Пи Джей Новосибирск» (ОГРН 1135476002870 дата внесения записи 04.01.2013 г., ИНН 5406734682, юридический адрес: ул. Чаплыгина, дом 93, г. Новосибирск, 630099), по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 29.4 КоАП РФ,

в присутствии представителя ООО «Пи Джей Новосибирск» - «...»,

УСТАНОВИЛ:

В Новосибирское УФАС России поступило обращение физического лица (вх. № 12293 от 13.11.2014 г.), согласно которому, 25.09.2014 г. в 17:00 ч. заявитель, ознакомившись с рекламным объявлением, размещенным на сайте <http://news.ngs.ru/more/1936591/> об акции «Назови пароль «ПАПА» и получи пиццу Пепперони в подарок», проводимой компанией «Пи Джей Новосибирск», желая осуществить заказ пиццы путем доставки, обратился по указанному в рекламе телефонному номеру.

Во время разговора с сотрудником компании, заявителю пояснили, что подарок предоставляется при заказе от 800 рублей. При этом в рекламе отсутствует такая информация, а так же любые ссылки на сайт компании.

По мнению заявителя, данная реклама является недостоверной.

Новосибирским УФАС России в ходе проведения проверки установлено, что 25.09.2014 г. на сайте <http://news.ngs.ru/more/1936591/> размещался анимированный баннер, с информацией следующего содержания: 1. «Доставка _ Папа Джонс_ 202-22-22» 2. «Акция_ Назови пароль «ПАПА» _ Доставка 202-22-22» 3. «Получи Пиццу Пепперони в подарок _ Доставка 202-22-22» 4. «Доставка 202-22-22/ ООО «Пи Джей Новосибирск» ОГРН 1135476002870 г. Новосибирск, ул. Чаплыгина, 93".

Согласно п.1 ст.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.

Указанная информация является рекламной, поскольку привлекает внимание

неопределенного круга лиц к продукции Общества, Обществу и проводимой акции, что в полной мере соответствует определению «реклама».

Рассматриваемая рекламная акция проводилась ООО «Пи Джей Новосибирск» на основании Приказа № 310 от 25.08.2014 г. о проведении акции «При заказе от 800 рублей, назвав оператору пароль «Папа» - пицца Пепперони 23 см в подарок», согласно которому в целях стимулирования продаж и лояльности гостей в пиццерии «Папа Джонс пицца» № 1,2,3,4 при заказе на доставку пиццы от 800 рублей. Назвав оператору пароль «Папа» - пицца Пепперони 23 см предоставлялась в подарок. Данная акция действует только в период с 02.09.2014 г. по 28.02.2015 г. в часы работы ресторанов с 11.00 до 23.00 в пн., вт., ср., чт. с 11.00 до 00.00 в пт., сб., вс.

Так же, согласно пояснениям общества, 21.08.2014 г. с электронной почты директора по маркетингу ООО «Пи Джей Новосибирск» «...» на почту менеджера ООО «НГС» Магжановой О. (рекламопроизводитель и рекламораспространитель в одном лице) поступила заявка по корректировке баннера для его дальнейшего размещения на сайте <http://news.ngs.ru/>.

01.09.2014 г. баннер был размещен ООО «НГС» без его предоставления для ознакомления обществу, а именно его уполномоченному представителю – директору по маркетингу «...», до его размещения на сайте и без выполнения окончательных корректировок по наполнению акции соответствующими ее условиями.

Поскольку указанный баннер не был представлен для ознакомления «...» то он не сообщил рекламораспространителю о необходимости дополнения рекламного баннера конкретными условиями акции, в связи с чем рекламный баннер с 01.09.2014 г. по 30.09.2014 г. размещался на сайте в незавершенном виде. Дальнейших корректировок со стороны рекламопроизводителя не было. Так же со стороны ООО «НГС» никаких сообщений о том, что на сайте размещается реклама ненадлежащего качества и (или) неполного содержания, не было. 30.09.2014 г. размещение рекламного баннера было завершено за истечением срока.

В тех случаях, где ООО «Пи Джей Новосибирск» непосредственно принимало участие в размещении аналогичного рекламного макета (в метро, на телевидении) все условия проводимой акции в макетах были указаны и соответствовали требованиям законодательства о рекламе, что свидетельствует о недобросовестном исполнении ООО «НГС» своих обязательств в качестве рекламопроизводителя и рекламораспространителя.

При этом, согласно ответу на запрос антимонопольного органа, представленному ООО «НГС» (вх. № 13173 от 04.12.2014г.), рассматриваемый рекламный баннер был размещен на основании заключенного Договора оказания услуг по производству и размещению рекламы на Интернет-сайте № 26461 от 16.04.2014 г., заказа на размещение (приложение № 13 от 22.08.2014 г.) и согласованного макета рекламного баннера.

Рекламный баннер был представлен ООО «НГС» рекламодателем - ООО «Пи Джей Новосибирск», услуги оплачены п/поручениями № 244 от 26.08.2014 г., № 328 от 15.09.2014 г. на основании выставленного счета № 34511 от 22.08.2014 г., акт № 55166

от 30.09.2014 г. подписан сторонами, претензий не предъявлено.

Согласно п. 2 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара

В силу п. 3 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Согласно п. 4 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе, признается недостоверной реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

В соответствии ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, в данной рекламе отсутствуют полные сведения о проведении акции или ссылка на возможность с их ознакомлением, и, как следствие, получение заявленного подарка, чем потребитель был введен в заблуждение. Данная информация является существенной для потребителя, способной повлиять на его мотивацию при выборе оператора доставки пиццы, а так же при отсутствии данной существенной информации искажается смысл рекламы, создается впечатление, что подарок предусматривается при любом заказе пиццы.

Ответственность за нарушение указанных требований Федерального закона «О рекламе» несёт рекламодатель (ч.6 ст.38 Федерального закона «О рекламе») в данном случае, учетом представленных документов и пояснений таким лицом является ООО «Пи Джей Новосибирск».

В адрес ООО «Пи Джей Новосибирск» был направлен Акт проверки о наличии нарушения, в ответ на который Общество представило возражения о несогласии с полученным Актом проверки (вх. № 713 от 28.01.2015 г.).

В полученных возражениях Обществом указывается следующее. Вывод о том, что «в рекламе отсутствуют условия акции, а также любые ссылки перехода на сайт компании» является ошибочным. Данный рекламный баннер имел ссылку перехода на сайт www.parajohns.ru, на котором были указаны подробные условия данной акции. Факт того, что рекламный баннер имел ссылку с переходом на сайт www.parajohns.ru, может подтвердить рекламодатель ООО «НГС».

Имеется статистика переходов по данному баннеру с сайта www.ngs.ru на сайт www.parajohns.ru в период размещения баннера, что также подтверждает наличие ссылки на сайт. Кроме того, по мнению Общества, по своим техническим характеристикам, форма совершения удаленного (онлайн) заказа устроена так,

что удаленный (онлайн) заказ невозможно совершить без ознакомления с условиями акции.

Таким образом, по мнению Общества, реклама, размещаемая на сайте www.ngs.ru в период с 01.09.2014 г. по 30.09.2014 г., полностью соответствовала закону «О рекламе».

Рассмотрев данные пояснения, антимонопольный орган усматривает в рекламе нарушения требований законодательства о рекламе. В тексте непосредственно рекламного объявления отсутствует существенная информация об условиях, при несоблюдении которых, несмотря на озвучивание пароля «Папа» Пицца «Пеперрони» в подарок не вручается. В тексте объявления также не указывается, что какие-либо ограничения вообще существуют и информацию о них можно получить на сайте www.papajohns.ru или иным образом.

Кроме того, в Новосибирское УФАС России поступили обращения физического лица (вх. № 378э от 28.01.2014 г., № 1063 от 06.02.2015 г.) в котором указывалось, что на станции метро «Красный проспект» размещался рекламный плакат ООО «Пи Джей Новосибирск», который в своем содержании не содержит обязательных сведений: наименование, ОГРН, юридический адрес Общества, что свидетельствует о признаках нарушения ст. 8 Закона о рекламе.

По данному факту Новосибирским УФАС России была проведена проверка, по результатам которой установлено, что на путевой стене станции Новосибирского метрополитена «Красный проспект» размещалась следующая информация:

«Мы открылись. Назови пароль 2015 и получи пиццу бесплатно* _ * - Пицца «Пепперони» 23 см предоставляется бесплатно при покупке пиццы от 35 см. _ Акция действует для всех заказов. Срок проведения акции с 02.01.2015 г. по 28.02.2015 г._ Доставка 2022222 _ www.papajohns.ru_ Пицца Папа Джонс _ Лучше ингредиенты. Лучше пицца», с изображением с изображением пиццы (Акт фиксации информации от 29.01.2015 г.).

Рассматриваемая информация является рекламной, т.к. привлекает внимание неопределенного круга лиц к заведению общественного питания, осуществляющему деятельность под наименованием «Папа Джонс», продуктам питания (пицце, изображенной на плакате), предлагаемой услуге по доставке (с указанием телефона и Интернет-сайта), что в полной мере соответствует определению, указанному в Законе о рекламе.

В соответствии с «Правилами продажи товаров дистанционным способом», утвержденными Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007г. №612, «продажа товаров дистанционным способом» - продажа товаров по договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или посредством средств связи, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

В силу требований ст. 8 Федерального закона «О рекламе», в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный

регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В рассматриваемой рекламной информации отсутствуют сведения, указание которых обязательно в силу ст. 8 Закона о рекламе, что указывает на нарушение данной нормы Закона о рекламе.

В соответствии со ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований ст.8 Закона о рекламе предусмотрена как рекламодателя, так и рекламодателем.

Согласно п.5,б, 7 ст. 3 Закона о рекламе, 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, рекламодателем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На запрос антимонопольного органа ООО «Мир» были представлены документы (вх. № 1303 от 13.02.2015 г.), согласно которым рассматриваемая рекламная информация размещалась на основании Договора № М1025 от 23.12.2014 г., заключенного с ООО «Пи Джей Новосибирск».

Также были представлены: согласованный макета рекламы, Акт № М25/1-1 от 31.01.2015 г., № М25/1/1П от 31.01.2015 г. заявка № 20 от 30.12.2014 г., эскиз-макет.

В свою очередь, ООО «МИР» заключен Договор № 31 о предоставлении места для размещения рекламы на станции Красный проспект МУП «Новосибирский метрополитен» от 29.12.2014 г., а так же представлен Акт на оказание услуг № 0031.0 от января 2015 г., п/п № 5 от 14.01.2015 г., № 9 от 19.01.2015 г.

С учетом изложенного, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Пи Джей Новосибирск», рекламодателем - ООО «Мир».

На рассмотрении дела представитель ООО «Пи Джей Новосибирск» по факту размещения первого макета рекламной информации озвучил ранее представленные Обществом пояснения от 30.12.2014 г.

Также указал, что на момент оплаты услуг ООО «НГС» за размещенный рекламный баннер, «...» находился в отпуске, документы были подписаны исполнительным директором Общества, «...», не заметившим нарушения в изготовлении рекламного материала.

При этом, представитель ООО «НГС» «...», пояснила, что между ответственными за размещения рекламной информации на сайте www.ngs.ru «...» и менеджером ООО «НГС» «...», велась переписка, ООО «НГС» в рекламном макете была размещена та информация, которая была указана ООО «Пи Джей Новосибирск» в его описании, где отсутствовали условия акции. Поскольку ООО «НГС», как рекламодателем полностью информации и ее достоверность оценить не может, размещается та информация, которая была предоставлена заказчиком.

02.09.2014 г. менеджером ООО «НГС» от «...» была получена информация, что в баннер необходимо вставить изображение пиццы пеперрони, а также получены изображения (картинки) данной пиццы.

03.09.2014 г. «...» в адрес представителя ООО «Пи Джей Новосибирск» был направлен баннер на проверку и в этот же день был получен ответ, о том, что претензий у заказчика нет. 4.09.2014 г. «...» было получено еще одно письмо от «...», о том что баннер согласован. В данном виде он был в дальнейшем и размещен.

Представитель ООО «НГС» считает, что в связи с тем, что заказчиком был подписан акт, и баннер полностью соответствует описанию, представленному ООО «Пи Джей Новосибирск», действия ООО «НГС» добросовестные и в них отсутствуют какие-либо нарушения.

«...», возражая против доводов представителя ООО «НГС», указал, что у него отсутствует переписка от 04.09.2014 г., и он не может утверждать, что данный баннер был согласован именно 04.09.2014 г. в процессе указанной переписки.

Поскольку переписка велась в большом объеме, предлагалось несколько вариантов рекламы, и не являлось конечным согласованием баннера. «...» представителю ООО «НГС» было указано, что в баннер планируется вносить дополнительные изменения, но в дальнейшем корректировка баннера с его стороны была упущена в связи с путаницей нескольких направленных ему макетов баннера.

По второму макету рекламной информации, размещенной в Новосибирском метрополитене, представитель ООО «Пи Джей Новосибирск» указал, 25.12.2014 г. с электронной почты директора по маркетингу ООО «Пи Джей Новосибирск» «...» (рекламодатель) на почту менеджера по работе с клиентами ООО «МИР» «...» (рекламопроизводитель и рекламораспространитель в одном лице) был выслан рекламный макет с последующей его адаптацией для размещения в соответствии с законодательством о рекламе для размещения на станции метро Красный проспект.

За время долгосрочной работы с ООО «МИР» у ООО «Пи Джей Новосибирск» сложился определенный алгоритм работы. К моменту размещения рассматриваемой рекламы Общество пользовалось услугами ООО «МИР» достаточно продолжительное время. Представитель рекламодателя ООО «Пи Джей Новосибирск», в данном случае «...», перед размещением рекламных макетов на станциях метро высылал макет рекламы с основной информацией о самой рекламе без указания сведений о наименовании, юридического адреса, ОГРН рекламодателя.

В процессе выполнения работы по размещению рекламно- информационного материала ООО «МИР» обязано было произвести работы по размещении РИМ, в т.ч. адаптацию рекламного макета, в соответствии со всеми предусмотренным договором требованиям РИМ, а также законодательством о рекламе (п. 5.6 Договора от 23.12.2014 г.).

03.01.2015 г. рекламодатель ООО «Пи Джей Новосибирск» сообщил рекламораспространителю ООО «МИР» о том, что на станции метро Красный проспект был размещен баннер не соответствующий ФЗ «О рекламе», в макете отсутствовала административная информация ООО «Пи Джей Новосибирск», его

юридический адрес и ОГРН.

О данном обстоятельстве свидетельствует подписанное сторонами приложение к договору №2/1П от 16.01.2015 г., которое по сути является приложением №1/1П от 23.12.2014 г. в новой редакции, соответствующей требованиям законодательства о рекламе.

Общество не ожидало от ООО «МИР» размещения рекламы с нарушением законодательства, поскольку ранее такого не происходило.

В аналогичный период с 01.01.2015 г. по 31.01.2015 г. ООО «Пи Джей Новосибирск» размещало тот же самый рекламный макет на станции метро площадь Маркса, где рекламопроизводителем и рекламораспространителем выступало ООО «Медиа Решения». Макет размещаемый на станции «площадь Маркса» полностью соответствовал ФЗ «О рекламе» и содержал всю необходимую информацию, в том числе административную информацию рекламодателя (приложение №3 к настоящему отзыву).

Кроме того, все предыдущие и последующие размещения РИМ через ООО «МИР» полностью соответствовали ФЗ «О рекламе». Данный факт, по мнению Общества, лишний раз подтверждает то, что нарушение, произошедшее в период с 01.01.2015 г. по 31.01.2015 г., не являлось нарушением со стороны рекламодателя - ООО «Пи Джей Новосибирск», а произошло по причине ненадлежащего исполнения своих обязанностей рекламораспространителем, в данном случае - ООО «МИР».

Согласно пояснениям ООО «МИР», с одной стороны произошло недоразумение, сработал человеческий фактор, а с другой стороны подписывается акт по которому передаются оказанные услуги по размещению рекламного макета.

Также, согласно представленному отзыву (вх. № 2727 от 25.03.2015 г.) рекламный макет ООО «Пи Джей Новосибирск» формально не содержит указания на возможность приобретения товара дистанционным способом, объект рекламирования направлен на формирование интереса в приобретении товара в результате предоставления возможности получить второй товар в подарок, для чего потребитель должен был позвонить (а не зайти на сайт) и назвать пароль.

Кроме того, потребитель, при должном интересе к данной рекламе, имеет возможность установить, какое именно юридическое лицо предоставляет указанную услугу, его ОГРН и место нахождения.

ООО «Мир» признало факт нарушения ст. 8 Закона о рекламе при размещении рекламной информации в метрополитене на станции «Красный проспект».

ООО «Пи Джей Новосибирск» также указало, что за размещение такой информации не подписаны акты выполненных работ за январь 2015 г. и Обществом решается вопрос о предъявлении в установленном порядке претензий за ненадлежащее исполнение обязанностей ООО «МИР».

На основании материалов дела Комиссия Новосибирского УФАС России приходит к выводу, что факт нарушения требований п.п. 3,4 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе не подтвержден.

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не

соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Решением Комиссии от 16.04.2015 г. рассматриваемая рекламная информация, признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования:

- п. 2 ч.3 ст. 5 Закона о рекламе: недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе: не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы;

- ст. 8 Закона о рекламе: в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Согласно материалам дела, у ООО «Пи Джей Новосибирск» имелась возможность для соблюдения правил и норм в рекламе, размещенной 25.09.2014 г. на сайте <http://news.ngs.ru/more/1936591/> следующего содержания: «Доставка _ Папа Джонс_ 202-22-22» 2. «Акция_ Назови пароль «ПАПА» _ Доставка 202-22-22» 3. «Получи Пиццу Пепперони в подарок _ Доставка 202-22-22» 4. «Доставка 202-22-22/ ООО «Пи Джей Новосибирск» ОГРН 1135476002870 г. Новосибирск, ул. Чаплыгина, 93», за нарушение которых Кодексом об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Время совершения административного правонарушения – сентябрь 2014 г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

Согласно ч. 2 ст. 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 настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В силу ч. 3 ст. 2.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях, назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Согласно ч.1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Каких-либо исключительных обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности правонарушения, не установлено.

Учитывая характер правонарушения, при отсутствии отягчающих обстоятельств, установленных ст. 4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, руководствуясь статьями 14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общества с ограниченной ответственностью «Пи Джей Новосибирск» (ОГРН 1135476002870 дата внесения записи 4.01.2013г., ИНН 5406734682, юридический адрес: ул. Чаплыгина, дом 93, г. Новосибирск, 630099) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «Пи Джей Новосибирск» меру ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса РФ 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 РФ об административных правонарушениях на р/с 40101810900000010001 в Сибирское ГУ Банка России по НСО в г. Новосибирске, БИК 045004001, получатель: УФК по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России), ИНН 5405116098 / КПП 540501001, код БК 161 1 16 26000 01 6000 140, ОКТМО 50701000 назначение платежа: административный штраф за нарушение законодательства о рекламе.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1-30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

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

неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 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 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.