

Постановление

об административном правонарушении № 08-05-16/10

13 мая 2016 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Попова Ирина Николаевна, действующая на основании статьи 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее КоАП РФ), пункта 7 части 2 статьи 33 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ (далее Закон о рекламе), рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 08-05-16/10 возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Киа Моторс РУС» (ОГРН 5087746291760 от 22.10.2008г, ИНН 7728674093, РФ, 115054, г. Москва, ул. Валовая, д.26), свидетельствующие о нарушении требований часть 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области в ходе мониторинга наружной рекламы выявила 17.09.2015г в городе Мурманске, на улице Ломоносова, вблизи остановочного комплекса рекламу в виде баннера: ««Выгода до 150000 р./кредит от 0%** KIA RIO www.kia.ru....» далее нечитаемый мелкий шрифт:

«Максимально возможная выгода 150 000руб. распространяется на модель Rio FL2015года выпуска в комплектации premium и формируется из следующих факторов 1) Скидка при покупке 50000 руб., 2) Выгода 40000 руб по программе трейд-ин при сдаче автомобиля KIA, 3) Выгода 60000 руб распространяется на покупку нового автомобиля в кредит по программе «Go! KIAFinance» (Гоу! Киа Финанс) с остаточным платежом **0%-маркетинговая ставка. Маркетинговая ставка означает выраженный в % размер расходов физ.лиц на приобретения автомобиля с использованием кредитных средств, при условии снижения стоимости автомобиля. Не является процентной ставкой по кредиту. Указанная ставка достигается исходя из цены на автомобиль. KIA RIO в комплектации 16AT premium 2015 года выпуска, при условии, что первые три символа VIN-номеров начинаются на XWE Z94-809 900руб., сумма кредита-461400руб., при процентной ставке по кредиту 13,845% с учетом государственной программы субсидирования (кредитный продукт «Партнерский субсидированный» тарифного плана «Партнерский») первоначальном взносе -43,03% от стоимости автомобиля, сроке кредита 24 месяца, остаточной стоимости (часть кредита в процентах от стоимости автомобиля, выплачивается в составе последнего платежа по кредиту)-22% ежемесячный платеж-16221,57руб. Страхование автомобиля по программе КАСКО обязательно. Кредит предоставляется ООО «Русфинанс Банк», лицензия Банка России №1792 от 13.02.2013года (далее Банк). Предложение не является публичной офертой (ст.437 ГК РФ) и действительно с 01.09.2015 по 30.09.2015. Условия и тарифы могут быть изменены ООО«Русфинанс Банк» в одностороннем порядке. Подробности уточняйте у официальных дилеров KIA в Вашем городе и на сайте www.kia.ru***Искусство удивлять»).

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.

В соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 3 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;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

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.

Согласно пункту 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе предусмотрено, что 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.

Комиссия Мурманского УФАС России, в ходе мониторинга наружной рекламы 17.09.2015г. зафиксировала с помощью фотоаппарата рекламный баннер и составила акт осмотра рекламы в присутствии понятой.

Согласно Акту осмотра рекламы от 17.09.2015, рекламный баннер размером 18м.кв. размещен на рекламной конструкции высотой 6-8 метров, за тротуарной частью в зоне зеленых насаждений вдоль проезжей части в г. Мурманске на улице Ломоносова, вблизи остановочного комплекса «Лыжный проезд».

В центре рекламного поля изображены два автомобиля KIA RIO красного и синего цвета. В верхней части рекламы на красном фоне привлекательная информация выполнена крупным шрифтом «Выгода до 150000 р.*» в продолжение фразы крупно на сером фоне «Кредит от 0%**». Нижняя часть рекламного поля заполнена текстом, выполненным мелким не читаемым шрифтом, который занимает третью часть всей рекламы.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а также свойств человеческого зрения, восприятие объемного текста рекламы условий акции и

кредитования, исполненного мелким шрифтом - затруднено, что было отмечено Комиссией Мурманского УФАС России и понятой при осмотре рекламной конструкции и отражено в акте.

Реклама: «Выгода до 150000 р./кредит от 0%** KIA RIO www.kia.ru...» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и поддерживает интерес к марке «KIA», её товарам и предложению «Выгода до 150000 р./кредит от 0%**»; преследует строго заданные цели продвижение товаров марки «KIA» и проводимой акции, побуждают приобрести автомобиль KIA RIO по привлекательной выгодной цене.

Объектами рекламирования являются:

-марка «KIA»,

-автомобиль KIA RIO ;

-предложение «Выгода до 150000 р./кредит от 0%**».

Согласованный ООО «КИА Моторс РУС» макет, имеющийся в материалах дела, полностью соответствует распространявшейся рекламе.

Согласно Уставу, общество с ограниченной ответственностью «Киа Моторс РУС» (ОГРН 5087746291760 от 22.10.2008г, ИНН 7728674093, РФ, 115054, г. Москва, ул. Валовая, д.26) является юридическим лицом и осуществляет деятельность по продаже оптом и в розницу автотранспортных средств, техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств и т.п.

ООО «КИА Моторс РУС» (Принципал) заключило с ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» (Агент) агентские договоры № 82/2010 от 01.03.2010года, 597 от 11.01.2009г и приложение к договору 236 адаптация рекламных материалов для рекламной кампании «KIA RIO сентябрь 2015» от 21.07.2015 по условиям которых, Агент совершает от своего имени юридические и иные (фактические) действия направленные на продвижение бренда KIA, в рамках рекламной кампании «KIA RIO сентябрь 2015» путем организации изготовления и размещения рекламно-информационных материалов Принципала в СМИ, проводимой в период с 01.09. по 30.09.2015года, в том числе наружная реклама.

Из терминологии Договора № 82/210 от 01.03.2010 и договора №597 от 11.01.2009 года следует, что

РИМ – рекламно-информационные материалы, содержащие информацию, подпадающую под определение «Рекламы» в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Медиа-план – разрабатываемый Агентом план РИМ Принципала, подписанный обеими сторонами Медиа-план является официальным поручением Принципала Агенту на выполнение действий, предусмотренных Медиа-планом.

Предметами двух договоров является обязанность Агента действовать в интересах Принципала по выполнению работ на создание творческих материалов на производство и размещение РИМ.

Согласно Приложению № 618 (Медиа – План) от 01.09.2015г. к Агентскому договору № 82/2010 от 01.03.2010, по согласованию сторон, производство баннера 3х6 Мурманск (п.30) и распространение баннера в г. Мурманске по ул. Ломоносова (п.511), осуществлялось Агентом ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» за вознаграждение.

В соответствии с пунктом 1.1 Приложения №236 к договору №597 от 11.01.2009 Агент обязуется, в рамках рекламной кампании «KIA RIO сентябрь 2015», проводимой в период с 01 по 30 сентября 2015г, организовать разработку креативной концепции для рекламной кампании, включая слоган рекламной кампании и ключевое изображение, в том числе макет для наружной рекламы, на основе утвержденной креативной концепции (п.1.1 Приложения).

Согласно пункту 4.6 Договора №597 от 11.01.2009 года Принципал обязан предоставлять агенту РИМ и всю необходимую информацию по предмету Приложений в сроки, установленные в Приложении.

В соответствии с пунктом 3.11 Договора № 597 от 11.01.2009 года Принципал письменно утверждает предоставленные Агентом, материалы в соответствии со сроками, указанными в графиках работ, либо направляет Агенту в письменной форме мотивированный отказ от одобрения документов с перечнем замечаний в срок не позднее 3-ех рабочих дней с даты получения указанных документов. Если в течении срока Агентом не будет получен мотивированный отказ Принципала от одобрения документов, соответствующие документы считаются принятыми Принципалом и утвержденными по умолчанию.

Пунктом 4.5 Договора №597 от 11.01.2009 года определено, что Принципал обязуется соблюдать требования, предъявляемые действующим законодательством РФ к РИМ, предоставлять одновременно с РИМ документальные свидетельства достоверности рекламной информации.

Пунктом 4.6 Договора № 82/2010 от 01.03.2010 Принципал предоставляет Агенту РИМ, выполненные в полном соответствии с Законом РФ «О рекламе».

Согласно пункта 6.2 Договора № 82/2010 от 01.03.2010года Принципал несет полную ответственность за достоверность информации, содержащейся в предоставляемых им к размещению РИМ.

Из договорных отношений сторон следует, что определило содержание рекламы, а в последствии согласовало изготовленные ООО«ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» рекламно-информационные материалы ООО «КИА Моторс РУС», которое и является рекламодателем.

Согласно письменным пояснениям ООО «КИА Моторс РУС» рекламодаделец, рекламопроизводитель и рекламораспространитель действовали добросовестно и обеспечили видимость информации на дорогах издалека. В подтверждении своей добросовестности ООО «КИА Моторс РУС» обратило внимание антимонопольного органа на то, что в рекламе имеется информация о интернет-сайте компании, где можно было узнать полную информацию о проводимой рекламной акции, а также из условий кредитного договора при обращении в компанию «КИА Моторс РУС».

В своих пояснениях ООО «КИА Моторс РУС» указывает, что законы и иные нормативные акты Российской Федерации не устанавливают нормативы, касающиеся размера шрифта, которым должна быть приведена в рекламе обязательная информация, отсутствует законодательно установленная методика расчета читаемости текста.

ООО «КИА Моторс РУС» в качестве аналогии закона приводит ГОСТ Р 52044-2003 «Государственный стандарт Российской Федерации Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», пунктом 5.10 которого определено, что размер текста наружной рекламы должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

Кроме того, ООО «КИА Моторс РУС» сравнивает шрифт текста рекламы с требованиями ГОСТ Р 50577-93 «Государственный стандарт Российской Федерации. Знаки государственные регистрационные транспортных средств Типы и основные размеры. Технические требования». В соответствии с пунктом 3.8 ГОСТ Р 50577-93 толщина линий цифр и букв данного типа регистрационных знаков должны соответствовать значениям, приведенным в таблице 1: минимальная высота цифр и букв 20мм, толщина линий и букв- не менее 3 мм. По информации ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» буквы в тексте рекламы выполнены высотой 56 мм при толщине линий цифр и букв-3,6мм. ООО «КИА Моторс РУС» также пояснило, что автомобили марки КИА, произведенные в Российской Федерации имеют VIN-номера начинающиеся с XWE и Z94.

В рекламе объем мелкого печатного текста весьма значителен и требует времени для прочтения.

Потенциальными потребителями рекламы являются пешеходы, водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в потоке движения, что также усложняет прочтение мелкого шрифта объемного текста условий акции и кредитования в короткий промежуток времени.

Привлекательная информация ««Выгода до 150000 р./кредит от 0%** KIA RIO www.kia.ru....» выполнена крупным шрифтом в 20 раз превышающим мелкий шрифт в этой же рекламе.

Именно информация выполненная мелким шрифтом и раскрывает полные неоднозначные условия приобретения автомобиля.

В данном случае размер и способ доведения до потребителей выгодных условий приобретения автомобиля, условий скидок и кредитования в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным человеком естественным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на сумму доходов или расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, воспринимается потребителями указанным образом. В рассматриваемом случае, такими условиями является «Выгода до 150 000 рублей, кредит от 0%».

Пункт 5.10 ГОСТ Р 52044-2003 устанавливает, что размер текста наружной рекламы должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных

средств.

Пунктом 4.2 ГОСТ Р 52044-2003 определено, что наружная реклама не должна ограничивать видимость, мешать восприятию водителем дорожной обстановки или эксплуатации транспортного средства.

Из чего следует, что реклама должна быть лаконичной и выполнена шрифтом доступным для прочтения участникам дорожного движения, чтобы не отвлекать их от дорожной обстановки. В рассматриваемом случае текст рекламы перегружен разноречивой информацией и требует внимательного прочтения для полного его осознания, что не соответствует требованиям ГОСТа.

Не допустимо применение требований ГОСТ Р 50577-93 к шрифтом текста рекламы т.к. пунктом 1 ГОСТ Р 50577-93 установлено, что областью применения настоящего стандарт является определение типа и основных размеров, а также технических требований к государственным регистрационным знакам (далее - регистрационным знакам), устанавливаемым на транспортные средства.

Объемный текст рассматриваемой рекламы не сравним с шестизначным буквенно-цифровым обозначением государственного регистрационного знака, устанавливаемого на транспортные средства.

Следует отметить, что в рассматриваемой рекламе, выполненный мелким шрифтом текст, не является знаком дорожного движения, а по содержанию и смыслу является одинаково значимым для потребителя, как и тот текст, который выполнен в рекламе крупно, только полный текст даст потребителю истинное представление о рекламируемом товаре, условиях акции и кредита.

Доводы ООО «КИА Моторс РУС» о том, что полную информацию о кредите и условиях приобретения автомобиля «КИА» можно уточнить на сайте, указанном в рекламе, и в банке при оформлении кредита, не состоятельны, т.к. норма части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает в рекламе умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре(услуге), об условиях его приобретения или использования.

По смыслу комментируемой нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

В данном случае размер и способ доведения до потребителей выгодных условий приобретения автомобиля, условий скидок и кредитования в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным человеком естественным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на сумму доходов или расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, воспринимается потребителями указанным образом. В

рассматриваемом случае, такими условиями является

«Выгода до 150 000 рублей, кредит от 0%».

Утверждение рекламодателя о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (услуге).

Реклама: «Выгода до 150000 р.* «Кредит от 0%**www.kia.ru.... далее идет мелкий шрифт», размещённая 17.09.2015г в городе Мурманске, на улице Ломоносова, признана ненадлежащей, не отвечающей требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 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.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а именно реклама размещена в виде баннера размером 18 кв.м на высоте 6 метров, вдоль проезжей части, потребитель находится в месте демонстрации рекламы не длительное время, картинку баннера не остановить и не озвучить, а также свойств человеческого зрения, восприятие объемного текста многочисленных условий, программ и критериев для получения «выгоды», исполненных мелким шрифтом, было невозможно.

Несмотря на формальное наличие в рекламе условий «выгодного» предложения, условий кредитования, наименования Банка; форма и способ представления сведений была такова, что они не воспринимались потребителями и фактически в рекламе отсутствовали. А расставленные в рекламе акценты в виде крупно выделенных фраз: «Выгода до 150000 р.* «Кредит от 0%**...» создавали представление у потребителей о том, что автомобиль KIA RIO можно приобрести с выгодой до 150000 рублей и в кредит под 0% в компании KIA.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Отсутствие в рекламе существенной части информации об условиях приобретения товара, позволяющей покупателю определить фактические расходы и оценить свои риски, приобретая товар по многочисленным условиям, путем банковского кредитования, приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей.

В соответствии с пунктом 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламодателя.

Лицо, совершившее противоправные действия (Субъект административного правонарушения): рекламодатель - общество с ограниченной ответственностью «Киа Моторс РУС» (ОГРН 5087746291760 от 22.10.2008г, ИНН 7728674093, РФ, 115054, г. Москва, ул. Валовая, д.26).

Место совершения административного правонарушения: Российская Федерация, г. Мурманск, улица Ломоносова.

Время совершения административного правонарушения: дата размещения рекламы - 17.09.2015.

Объект данного административного правонарушения: общественные отношения, возникающие в связи необходимостью соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП).

Санкцией за данное административное правонарушение является наложение административного штрафа на юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Вина ООО «Киа Моторс РУС» заключается в том, что иницируя размещение рекламы, Общество не предприняло всех мер и разместило рекламу с нарушением части 7 статьи 5 Закона о рекламе, при этом имея условия для соблюдения требований Закона о рекламе.

Доказательства Общества, подтверждающие отсутствие реальной возможности соблюдать требования действующего законодательства о рекламе с целью предотвращения совершения административного правонарушения, в материалах дела отсутствуют.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, предусмотренных статьями 4.2 и 4.3 КоАП РФ не установлено.

При назначении административного наказания должностным лицом учтены

фактические обстоятельства дела, отсутствие отягчающих и смягчающих ответственность обстоятельств.

С учётом приведённых обстоятельств, в рассматриваемом случае существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в пренебрежительном отношении ООО «Киа Моторс РУС» к формальным требованиям публичного права, а именно, к исполнению своих публично-правовых обязанностей в сфере соблюдения требований действующего законодательства в области рекламы.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу полных сведений и условий приобретения товара.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его стоимости и приобретении, качестве и потребительских свойствах.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Соблюдение требования законодательства о рекламе направлено, прежде всего, на защищенность граждан, как одного из основных конституционных принципов, закрепленных в статье 2 Конституции Российской Федерации.

ООО «Киа Моторс РУС» уведомлено о рассмотрении дела надлежащим образом, Определение о времени и месте рассмотрения дела получено Обществом 04.05.2016 (почтовое уведомление о вручении № 18301697437292), письменных ходатайств и дополнительных пояснений в адрес антимонопольного органа не поступало.

В соответствии с частью 1 статьи 25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях лицо, в отношении которого ведётся производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь статьями 4.2, 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ

Признать виновным ООО «Киа Моторс РУС» в совершении нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ наложить на ООО «Киа Моторс РУС» штраф в размере 110 000 (ста десяти тысяч) рублей.

Сумму штрафа надлежит уплатить в соответствующий бюджет:

Получатель УФК по Мурманской области (Мурманское УФАС России л/с04491195250) ИНН/КПП 5191501854/519001001.

Расчетный счет 40101810000000010005 в ОТДЕЛЕНИЕ МУРМАНСК Г.МУРМАНСК БИК 044705001.

Код платежа 16111626000016000140 «Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе».

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ 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 РФ.

Согласно части 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подаётся в суд в порядке, предусмотренном главой 30 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Заместитель руководителя управления Попова И.Н.