

Заместитель руководителя Управления Федеральной Антимонопольной Службы России по Волгоградской области Никуйко Ирина Борисовна, рассмотрев материалы дела № 17-03-14.3-02/423 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (ФГУП «ВГТРК») (ИНН/КПП 7714072839/771402001, ОГРН 1027700310076 адрес: 5-я ул. Ямского Поля, д. 19-21, г. Москва, 125040),

в присутствии представителя по доверенности Кабичевой Н.А. (доверенность от 26.10.2015 №01-13/304/1225, сроком доверенности по 30.11.2017 года)

УСТАНОВИЛ:

17 июля 2017 г. заместителем начальника отдела контроля муниципального и государственного заказа, недобросовестной конкуренции и рекламы Волгоградского УФАС России в отсутствие представителя ФГУП «ВГТРК» был составлен протокол.

О дате и месте составления протокола лицо было уведомлено по почте 11.07.2017 номер почтового уведомления 40000510755184.

Рассмотрев протокол об административном правонарушении и изучив материалы административного дела № 17-03-14.3-02/423, должностное лицо Волгоградского УФАС России, рассматривающее дело, установило следующее.

В соответствии с п. 12 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 N 508 (ред. от 20.12.2014) (далее – Правила) дело о нарушении рекламного законодательства может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

В Волгоградское УФАС России поступило заявление (вх. № 5867 от 27.06.2016) от гражданки С.В.М. с жалобой на нарушение Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) в рекламе комплекса для поддержания здоровья глаз «Офтальмин» на «Радио России».

Заявительница в своём обращении указала, что 02.04.2016 по радиоканалу

«Радио России» услышала рекламу комплекса для поддержания здоровья глаз «Офтальмин»,

По мнению заявителя, данная реклама указывала, что комплекс «Офтальмин» предназначен именно для лечения глазных заболеваний, то есть в спорной рекламе содержалось указание на лечебные свойства комплекс «Офтальмин». Кроме того, в рекламе, имелось указание, что комплекс распространяется, так называемым, «научно-исследовательским» центром здоровья.

Реклама заинтересовала заявителя, так как она является инвалидом по зрению и, привлеченная рекламой, она приобрела данный товар. Заявителем также представлено описание «Офтальмина» (получено вместе с товаром), в котором указывается, что комплекс применим для профилактики возрастных изменений глаз, улучшения обмена веществ в тканях глаза, профилактике таких заболеваний как: катаракта, помутнение роговицы, дистрофии сетчатки и т.д.

В ответ на запрос Волгоградского УФАС России (исх. № 02-13/4845 от 10.08.2016) филиал ФГУП «ВГТРК» «Государственная радиовещательная компания «Радио России» (далее – ГРК «Радио России») сообщил (исх. № 605/903-120/1 от 23.09.2016), что в период с **11.02.2016 по 04.08.2016** в федеральном эфире «Радио России» размещалась реклама таблетированных конфет «Офтальмин» на основании договоров, заключенных ЗАО «ВИ-Радио» (ОГРН 1027700293390) - комиссионером ГРК «Радио России», уполномоченным на размещение рекламы.

Рекламодателями рекламы «Офтальмин» выступили:

- ООО «ФОРУМ СИТИ-М»; ООО «МаркетКреатив»; ООО «Стиль Арт».

ГРК «Радио России» были также представлены график подтвержденных выходов рекламы таблетированных конфет «Офтальмин» в период с 11.02.2016 по 04.08.2016 (три ролика «Офтальмин», «Офтальмин 2», «Офтальмин 4») и аудиозаписи 3х близких по содержанию 6-минутных рекламных ролика, построенных в виде диалога корреспондента со «специалистом».

Рекламные ролики содержат, в том числе, следующую информацию:

-...Для того чтобы с нами не происходило разного рода казусов, нужно чтобы глаза работали и все-все видели и помечали и специально для этого был разработан «Офтальмин». Звоните скорее, потому что только в течение часа на «Офтальмин» действует скидка 20% 8-800-500-14-48.

-...«Офтальмин» разработан специалистами именно для того, чтобы снять это бесконечное напряжение, чтобы исчезла усталость. Звоните уже сейчас по бесплатному номеру 8-800-500-14-48, наши специалисты готовы ответить на

все ваши вопросы о свойствах «Офталмина» 8-800-500-14-48.

-...«Офталмин» обладает богатейшим составом, его микроэлементы проникают вглубь глазных капилляров. Самое главное, что «Офталмин» это источник активных и натуральных веществ, которые очень быстро усваиваются и сразу же начинают свою работу. Повторяю еще раз телефон горячей линии 8-800-500-14-48, по которой на «Офталмин» действует специальная 20-ти процентная скидка, только для слушателей «Радио России»

- ... дело в том, что прежде чем дать само питание глазам необходимо наладить поставки ценных микроэлементов по капиллярам и именно это трудное дело берет на себя «Офталмин», который начинает действовать сразу. Весь цикл по налаживанию питания органов глаза, роговицы, хрусталика, колбочек, палочек проходит очень быстро. Звоните по бесплатному номеру 8-800-500-14-48, наши специалисты подробно расскажут о комплексе для поддержки зрения «Офталмин». Я отмечу, что «Офталмин» - это новый продукт, однако он завоевывает популярность у людей самого разного возраста, мы ежедневно принимаем огромное количество звонков со всех концов России, поэтому торопитесь, набирайте номер <...> -800-500-14-48, пока «Офталмин» есть в наличии 8-800-500-14-48.

-... «Офталмин» - это комплекс именно натуральных экстрактов и веществ, действие которых направлено именно на поддержку зрения.

-...То есть получается такой очень удачный симбиоз последних научных разработок и матушки природы.

-...только Вам решать каким будет ваше зрение завтра, а натуральный комплекс для зрения поможет вам сделать правильный выбор. Звоните по бесплатному номеру 8-800-500-14-48 и получите праздничные скидки на «Офталмин». Будьте здоровы! Продукт не является БАДом и лекарственным средством.

На основании п. 3-6 Правил письмом ФАС России от 25.10.2016 №АК/72990/16 Волгоградское УФАС России было наделено полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении в том числе: ООО «ФОРУМ СИТИ-М»; ООО «МаркетКреатив»; ООО «Стиль Арт»; «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия»; ЗАО «ВИ-Радио».

Определением от 15 ноября 2016 года Волгоградским УФАС России в отношении ООО «ФОРУМ СИТИ-М»; ООО «МаркетКреатив»; ООО «Стиль Арт» и «Государственная радиовещательная компания «Радио Россия» было возбуждено производство по делу № 16-03-5-02/691 по признакам нарушения п. 2, п. 11 ч. 3, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#) Закона о рекламе.

В рамках рассмотрения указанного дела заявительница подтвердила, что

восприняла рекламу как информацию, в которой потребителям сообщалось о лечебных свойствах препарата. Она является инвалидом по зрению. Препарат дорогой, стоимость в комплексе с дополнительными препаратами составила 53200 руб., но она решила его приобрести, так как в надежде на улучшение зрения поверила рекламе. Так же заявитель указала, что в Тракторозаводском районном суде г.Волгограда рассматривается ее иск о нарушении прав потребителя в отношении продавца товара.

В рамках рассмотрения дела № 16-03-5-02/691 Волгоградским УФАС России были выявлены в рассматриваемой рекламе признаки нарушения также ч. 7 ст. 5, п. 7 ст. 7, ст. 8 Закона о рекламе.

В рассматриваемой рекламе указано, что товар не является ни лекарством, ни БАДом, но не указано чем именно является данный товар, что вводит потребителя в заблуждение относительно позиционирования рекламируемого товара.

В спорной рекламе содержатся признаки нарушения ст. 8 Закона о рекламе, согласно данной норме 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 спорной рекламе данные сведения отсутствуют.

ЗАО «Видео Интернешнл - Радио» в письме вх. 230 от 12.01.2017 сообщило, что представленные Волгоградскому УФАС России записи рекламы таблетированных конфет «Офтальмии» содержат описание объекта рекламирования, совпадающее с описанием, которое имеется в Сертификате соответствия и Декларации о соответствии на данный продукт.

К письму были приложены копии Сертификата соответствия и Декларации о соответствии на таблетированные конфеты «Офтальмин».

Также в материалах дела имеется представленное заявителем заочное решение Тракторозаводского районного суда г. Волгограда от 14.11.2016 по делу №2-4239/2016 о признании недействительным договора купли-продажи, заключенного между заявителем и ООО «СибЭкстракт», возврате денежных средств заявителю и компенсации морального вреда заявителю на общую сумму 94800 руб. Решением суда установлено, что начиная с 08 апреля 2016 года в результате приема купленных препаратов в истца произошло ухудшение здоровья, что привело к обращению к терапевту и постановке диагноза - аллергическая реакция. Данный вывод подтвердил в суде представитель государственного органа, дающего заключение.

Имеющимися материалами дела подтверждается следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы. Объектом рекламирования фактически выступает товар – пищевая продукция таблетированные конфеты «Офтальмин», при это в рекламе товар именуется как некий комплекс «Офтальмин» и новый продукт «Офтальмин».

При этом рекламируемый товар не является лекарственным средством, а также не является биологически-активной добавкой.

В соответствии с п. 6 ч. 5 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

В рекламных роликах, представленных в виде диалога со «специалистами», до потребителя доносится, в том числе следующая информация:

- «...нужно чтобы глаза работали и все-все видели и подмечали и специально для этого был разработан «Офтальмин»;

- «Офтальмин» разработан специалистами именно для того, чтобы снять это бесконечное напряжение, чтобы исчезла усталость... «Офтальмин», который начинает действовать сразу. Весь цикл по налаживанию питания органов глаза, роговицы, хрусталика, колбочек, палочек проходит очень быстро...это удачный симбиоз последних научных разработок и матушки природы»;

- «Офтальмин» обладает богатейшим составом, его микроэлементы проникают вглубь глазных капилляров. Самое главное, что «Офтальмин» это источник активных и натуральных веществ, которые очень быстро усваиваются и сразу начинают свою работу»;

- «...Если не питать органы глаза веществами, такими например, которые содержатся в «Офтальмине», могут возникнуть более серьезные проблемы...»;

- «...необходимо наладить поставки ценных микроэлементов по капиллярам во всем цикле от очищения капилляров до непосредственного питания органов глаза: роговицы, хрусталика, колбочек, палочек...»

Из смыслового содержания рекламы следует, что комплекс «Офтальмин» обладает лечебными свойствами.

В рекламе имеются указания на то, что продукция «Офтальмин» оказывает положительное влияние на здоровье глаз, сохраняет и поддерживает зрение.

При этом рекламируемый товар не является лекарственным средством.

При оценке содержания рекламы необходимо учитывать также позицию заявителя. Из содержания заявления следует, что С.В.М. восприняла рекламу как информацию, в которой потребителям сообщалось о лечебных свойствах препарата. Именно поэтому она и решила приобрести столь дорогостоящий препарат.

Таким образом рассматриваемая реклама не соответствует требованиям [п. 6 ч. 5 ст. 5](#) Закона о рекламе.

Согласно 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.

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 завершении 6-минутного рекламного ролика, указано, что товар не является ни лекарством, ни БАДом, вместе с тем общее смысловое содержание рекламы указывает на наличие такой характеристики товара как его лечебные свойства для здоровья глаз, при этом не указано чем именно является данный товар (используются наименования - комплекс, новый продукт «Офтальмин»). То, что рекламируемый товар является просто «таблетированной конфетой» (пищевой продукцией) в рекламе не говорится. Данная информация о товаре является существенной для потребителя, ее отсутствие искажает смысл информации и вводит потребителя в заблуждение.

Таким образом, реклама не соответствует ч. 7 ст. 5, а также п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно п. 11 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

В рассматриваемой рекламе имеются указания на наличие неких научных исследований, а также использование биотехнологий производства. Данные сведения материалами дела не подтверждаются, доказательств проведения исследований и испытаний рекламируемого товара не представлено.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает п. 11 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно 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. В спорной рекламе в начале рекламного ролика содержится следующая информация: «На правах рекламы, программу представляет ООО "Гермес" ОГРН 1145476109481, г. Новосибирск, улица Геодезическая 2/1».

Вместе с тем, материалами дела подтверждается, что продавцом таблетированных конфет «Офтальмии» заявителю является ООО «СибЭкстракт» (товарный чек от 04.04.2017, бланк – заказа от 04.04.2017, судебное решение от 14.11.2017 о расторжении договора купли-продажи заявителя и ООО «СибЭкстракт»). Изготовителем товара согласно декларации о соответствии №ТС N RU Д-RU. АИ 42.В.01547 является ООО Научно-производственная фирма «МедБиоСфера».

Информация, озвученная в рекламе - «программу представляет ООО «Гермес» ОГРН 1145476109481» не свидетельствует об указании именно на продавца рекламируемого товара. Тем более при тех обстоятельствах, что данное лицо не является продавцом рекламируемого товара.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе нарушена также ст. 8 Закона о рекламе.

Рассматриваемая реклама содержит нарушения п. 2, п. 11 ч. 3 ст. 5, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ч. 7 ст. 5, ст. 8 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе **ответственность за нарушение [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ст. 8 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.**

Пунктом 7 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В данном деле рекламодателем выступило ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (ИНН/КПП 7714072839/771402001, ОГРН 1027700310076, адрес: г. Москва, 5-я ул. Ямского поля, 19-21).

По результатам рассмотрения дела № 16-03-5-02/691, возбужденного и рассмотренного по результатам рассмотрения заявления, реклама таблетированных конфет «Офтальмин», распространяемая в период с 11.02.2016 по 04.08.2016 в федеральном эфире радиоканала «Радио России» признана ненадлежащей, нарушающей требования п. 2, п. 11 ч. 3 ст. 5, [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ч. 7 ст. 5, ст. 8 Закона о рекламе.

Нарушение рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч. 4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [ч.ч. 2 - 6](#) ст. КоАП РФ, [ч. 4 ст. 14.3.1](#), [ст. ст. 14.37, 14.38, 19.31](#) КоАП РФ, влечёт 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.

В связи с изложенным, в действиях ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» содержится событие административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Объектом правонарушения является нарушение требований регламентированного порядка осуществления предпринимательской деятельности, в частности, порядка распространения рекламы.

Объективную сторону состава административного правонарушения образует распространение рекламы, нарушающей требования законодательства о рекламе.

Субъектом правонарушения является ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания», выступивший в качестве рекламодателя ненадлежащей рекламы. Ответственность за деятельность филиала несет юридическое

лицо.

В соответствии с 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.

При рассмотрении административного дела представитель ФГУП «ВГТРК» по доверенности письменных объяснений не представил, устно пояснил, что с наличием правонарушения не согласен, не усматривает в рассматриваемой в деле рекламе нарушения рекламного законодательства, в том числе [п. 6 ч. 5 ст. 5](#), ст. 8 Закона о рекламе.

Должностное лицо, рассматривающее дело об административном правонарушении пришло к выводу о том, что у ФГУП «ВГТРК» имелась возможность для соблюдения требований рекламного законодательства при осуществлении предпринимательской деятельности. Юридическое лицо обязано осуществлять свою предпринимательскую деятельность добросовестно, не нарушая требований закона. Ненадлежащее выполнение юридическим лицом своих обязанностей, а именно распространение ненадлежащей рекламы, повлекло за собой возникновение оснований для привлечения к административной ответственности.

Таким образом, факт совершения административного правонарушения и вина ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» являются установленными и доказанными.

Часть 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях устанавливает, что 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 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.

В соответствии с пунктом 1 статьи 4.1 КоАП РФ, определяющей общие правила назначения административного наказания, административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное правонарушение.

При назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного

правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность (ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ).

Должностное лицо не усматривает смягчающих и отягчающих обстоятельств.

Правонарушение, предусмотренное ч 1 ст. 14.3 КоАП РФ, представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям пренебрежительным отношением лица к исполнению своих публично-правовых обязанностей, к требованиям, предусмотренным Законом о рекламе, что посягает на установленный порядок в области распространения рекламы.

Состав административного правонарушения, указанный в [ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ](#), не предусматривает материально-правовых последствий содеянного, как обязательной составляющей объективной стороны правонарушения. Правонарушение считается оконченным независимо от наступления вредных последствий.

Вместе с тем, в данном деле, оценив все обстоятельства, должностное лицо приходит к выводу, что распространение ненадлежащей рекламы явилось одной из предпосылок причинения вреда здоровью заявителя по делу о нарушении рекламного законодательства, что подтверждается материалами дела № 2-4239/2016 Тракторозаводского районного суда г. Волгограда от 14.11.2016. Так, решением суда установлено, что начиная с 08 апреля 2016 года в результате приема купленных препаратов у истца произошло ухудшение здоровья, что привело к обращению к терапевту и постановке диагноза - аллергическая реакция. Данный вывод подтвердил в суде представитель государственного органа, дающего заключение.

Нарушение нормы о запрете на указание в рекламе на лечебные свойства товаров (в том числе продуктов питания), которые не являются лекарственными средствами несет угрозу причинения вреда здоровью и жизни граждан, имеет крайне опасные общественные последствия. Привлечение внимания к таким товарам посредством ненадлежащей рекламы и последующее введение в заблуждение потребителей при продаже товаров имеет крайне опасные общественные последствия.

Оценив имеющиеся материалы дела, представленные объяснения, характер совершенного правонарушения должностное лицо приходит к выводу о наличии достаточных оснований для применения в отношении ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» административного наказания в виде административного штрафа в размере 150 000 (сто пятьдесят тысяч) рублей, являющегося справедливым, соответствующим характеру правонарушения и обстоятельствам его совершения, учитывая то, что здоровью заявителя употреблением рекламируемого продукта был причинен вред.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 38 Федерального закона РФ «О рекламе», ст. 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Привлечь к административной ответственности ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (ИНН/КПП 7714072839/771402001, ОГРН 1027700310076 адрес: 5-я ул. Ямского Поля, д. 19-21, г. Москва, 125040) за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

2. Применить к ФГУП «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (ИНН/КПП 7714072839/771402001, ОГРН 1027700310076 адрес: 5-я ул. Ямского Поля, д. 19-21, г. Москва, 125040) меру наказания в виде административного штрафа в размере 150 000 (сто пятьдесят тысяч) рублей.

Реквизиты счета УФК по Волгоградской области:

Наименование получателя платежа: УФК МФ по Волгоградской области

(Управление ФАС по Волгоградской области);

ОКТМО: 18701000;

ИНН получателя: 3444051210;

КПП получателя: 344401001;

Номер счета получателя платежа: 40101810300000010003;

Банк получателя: Отделение Волгоград;

БИК: 041806001;

Код бюджетной классификации: 161 1 16 26000 01 6000 140

Место нахождения и фактический адрес взыскателя: 400005, г. Волгоград, ул. им. 7-ой Гвардейской Дивизии, д.12

Дата государственной регистрации в качестве юридического лица: 30.12.2002 г.

УИН 0319879668080400000892955

В поле платежного поручения «Назначение платежа» обязательно указывать: «Штраф за нарушение Федерального Закона «О рекламе», а также реквизиты настоящего документа (постановление № 17-03-14.3-02/423 от 03.08.2017 года).

Согласно ч. 1 ст. 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных ст. 31.5 КоАП РФ.

При отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, по истечении 60 суток со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, в течение 10 суток направляют соответствующие материалы судебному приставу-исполнителю для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо федерального органа исполнительной власти, его учреждения, структурного подразделения или территориального органа, а также иного государственного органа, уполномоченного осуществлять производство по делам об административных правонарушениях (за исключением судебного пристава-исполнителя), составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный настоящим Кодексом, - влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до пятнадцати суток (ст. 20.25 КоАП РФ).

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

По истечении этого срока не обжалованное и не опротестованное постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу и обращается к исполнению.