

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-1372/77-17
«08» ноября 2017 года г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве <...>, рассмотрев Протокол от 25.10.2017 и материалы дела об административном правонарушении № 4-14.3-1372/77-17, возбужденного в отношении

юридического лица — акционерного общества «ОТП Банк» (далее — АО «ОТП Банк») (ОГРН 1027739176563, ИНН 7708001614, КПП 774301001, дата регистрации: 11.09.2002, место нахождения: г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 16А, стр. 1) по факту распространения 22.11.2016 в 15:46 на телефонный номер +7-925-865-24-32 посредством смс-сообщения рекламы следующего содержания: «30000

rub. Bez 15 minut Vashi! Neobhodim tol'ko Pasport RF I SNILS. Individual'noe predlozhenie deistvuet do 01.01.2017 Podrobnnee 88001005555, +7-495-332-26-10, +7-499-744-63-30. Promokod: KH2022006. OTP Bank» с нарушением ч. 1 ст. 18 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

выразившимся в распространении рекламы посредством использования телефонной связи

без предварительного согласия абонента на получение рекламы, в присутствии защитника

АО «ОТП Банк» по доверенности от 05.12.2016 № 497-2 <...>, УСТАНОВИЛ:

Решением комиссии Московского УФАС России от 28.03.2017 по делу № 3-18-41/77-17 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, в

действиях юридического лица — АО «ОТП Банк», на основании обращения физического

лица по факту распространения на телефонный номер <...> -925-865-24-32 посредством смс-

сообщения рекламы следующего содержания: «30000 rub. Bez 15 minut Vashi! Neobhodim tol'ko Pasport RF I SNILS. Individual'noe predlozhenie deistvuet do 01.01.2017 Podrobnnee 88001005555, +7-495-332-26-10, +7-499-744-63-30. Promokod: KH2022006. OTP Bank», поступившей 22.11.2016 в 15:46, установлен факт нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы посредством использования телефонной связи без предварительного согласия абонента на получение рекламы.

Согласно материалам дела № 4-14.3-1372/77-17 рассматриваемая реклама поступила на номер телефона +7-925-865-24-32 22.11.2016 в 15:46 от отправителя «ОТП Банк».

Поступление указанной рекламы на номер телефона +7-925-865-24-32 подтверждается фотографиями экрана мобильного телефона, содержащими текст

рассматриваемых сообщений, а также детализированной выпиской от оператора связи, представленной заявителем в материалы дела.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на

привлечение

2

внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ

«О связи», абонент - пользователь услугами связи, с которым заключен договор об оказании таких услуг при выделении для этих целей абонентского номера или уникального кода идентификации; электросвязь - любое излучение, передача или прием знаков, сигналов, голосовой информации, письменного текста, изображений,

звуков или сообщений любого рода по радиосистеме, проводной, оптической и другим электромагнитным системам.

Информация, передаваемая посредством использования сетей электросвязи, является индивидуализированной по способу распространения, так как направляется

определенным абонентам.

В силу специфики способа распространения по сетям электросвязи, такая индивидуализация, а именно направление рекламы на конкретный номер лица, предполагается диспозицией части 1 статьи 18 Закона о рекламе и не является обстоятельством, исключающим рекламный характер распространенного смс-сообщения.

Кроме того, под неопределенным кругом лиц применительно к Закону о рекламе следует понимать тех лиц, которые не могут быть заранее определены в качестве получателей рекламной информации.

При этом исходя из буквального толкования упомянутой нормы права, следует, что квалифицирующим признаком информации как рекламной является именно ее адресованность неопределенному кругу лиц, но не факт непосредственного доведения названной информации до ее получателей.

В этой связи при разрешении вопроса относительно рекламного характера той или иной информации необходимо исходить, в том числе из наличия либо отсутствия в тексте такой информации указания на ее конкретного получателя.

Отсутствие в тексте информации какого-либо указания на средства индивидуализации, позволяющие идентифицировать ее получателя, позволяет говорить о том, что названная информация адресована неопределенному кругу лиц,

вне зависимости от того, каким количеством лиц она была получена.

В тексте рекламы отсутствуют персональные данные лица, на восприятие которого направлена распространенная информация. Реклама не содержит в себе

указания на конкретного адресата, в связи с чем реклама не имеет ограничений по

распространению исходя из ее содержания.

В материалы дела не представлено доказательств направления спорного смс-сообщения исключительно в адрес одного физического лица — заявителя.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе, объектом рекламирования является 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.

Согласно пункту 3 статьи 3 Закона о рекламе, под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена

3

или иного введения в оборот.

Исходя из текста сообщения, в котором содержатся информация о возможности воспользоваться финансовой услугой банка, следует, что спорная информация направлена на привлечение внимания потенциального потребителя к объекту рекламирования.

Таким образом, информация, распространенная посредством отправки смс-сообщений на номер телефона +7-925-865-24-32, отвечает всем признакам рекламы:

распространена посредством смс-сообщения; адресована неопределенному кругу

лиц, поскольку из текста информационного сообщения не представляется возможным установить, для кого именно создано данное сообщение и на восприятие

кого оно направлено; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 18 Закона о рекламе, распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только

при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Необходимо иметь в виду, что в данном случае под абонентом или адресатом надлежит понимать лицо, на чей адрес электронной почты или телефон поступило соответствующее рекламное сообщение.

Однако Закон о рекламе не определяет порядок и форму получения предварительного согласия абонента на получение рекламы по сетям электросвязи.

Согласно правовой позиции Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации, изложенной в пункте 15 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», согласие абонента может быть выражено в любой форме, достаточной

для его идентификации и подтверждения волеизъявления на получение рекламы от конкретного рекламораспространителя. Вместе с тем, согласие на получение от конкретного лица информации справочного характера, например, о прогнозе погоды,

курсах обмена валют, не может быть истолковано как согласие на получение от этого

лица рекламы.

Буквальное толкование указанных положений позволяет сделать вывод о том, что согласие адресата должно быть получено на распространение именно

рекламы, а

обязанность доказывать наличие такого согласия возложена на рекламодателя.

Согласно материалам, представленным в рамках рассмотрения дела № 3-18-41/77-17, АО «ОТП Банк» ссылается на то, что согласие было получено от клиента банка в рамках договора о выпуске и обслуживании банковской карты № 2694888685 (далее-Договор), а также в рамках договоров срочного вклада: № 001/055179 от 26.12.2014;

4
№ 001/055209 от 26.12.2014 (далее — Договоры срочного вклада).

В соответствии с заявлением о заключении договора о выпуске и обслуживании банковской карты АО «ОТП Банк» к договору № 2694888685 от 04.04.2015, Договор между Банком и Клиентом состоит из заявления, правил и тарифов. Действия банка по открытию Клиенту банковского счета считаются акцептом банка оферты Клиента об открытии банковского счета.

Ознакомившись и согласившись с полным текстом «Правил дистанционного банковского обслуживания физических лиц посредством системы «ОТПдирект» в АО «ОТП Банк», а также «Тарифами на услуги дистанционного банковского обслуживания физических лиц посредством системы «ОТПдирект» в АО «ОТП Банк», содержание которых клиенту полностью понятны, клиент просит заключить с ним договор дистанционного банковского обслуживания физического лица посредством системы «ОТПдирект» в АО «ОТП Банк» в соответствии с Правилами ДБО, при условии, если между клиентом и банком на момент регистрации учетных данных клиента в системе «ОТПдирект» уже не заключен такой договор ДБО.

Клиент заявляет, что подписанное им заявление с просьбой о заключении Договора ДБО следует рассматривать как оферту на заключение договора ДБО, направленную клиентом в банк. Клиент присоединяется к правилам ДБО и Тарифам

ДБО, составляющим неотъемлемую часть Договора ДБО.

Клиент дает согласие на обработку Банком своих персональных данных (любой информации, относящейся к клиенту, в том числе фамилии, имени, отчества, года, месяца, даты и места рождения, адреса, семейного, социального, имущественного положения, образования, профессии, доходов, состояния здоровья,

привлечения к уголовной или административной ответственности, наличие непогашенной/неснятой судимости, биометрических персональных данных), в том числе на их передачу иным организациям (привлекаемым банком для обработки персональных данных Клиента, включая организации, осуществляющие деятельность по взысканию/сбору задолженности на основании договоров/соглашений, заключенных с банком, в целях открытия и ведения банковского счета, выпуска и обслуживания карты, предоставления овердрафта, заключения и исполнения договора банковского счета, договора о выдаче и обслуживании карты, кредитного договора, договора ДБО, иных договоров, заключаемых в соответствии с порядком и условиями, содержащимися в правилах ДБО, а также в целях продвижения Клиенту услуг банка и иных организаций, в том числе путем осуществления прямых контактов с клиентом с помощью средств связи.

Исходя из вышеперечисленного, данный Договор по своей природе является договором присоединения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 428 ГК РФ, договором присоединения признается договор, условия которого определены одной из сторон в формулярах

или иных стандартных формах и могли быть приняты другой стороной не иначе как путем присоединения к предложенному договору в целом.

Таким образом, у потенциального клиента банка нет объективной возможности каким-либо образом повлиять на условия договора. Отказ лица от одного из условий такого договора приравнивается к отказу от заключения договора

в целом.

5

Подобное навязывание клиенту услуг, прямо не связанных с основным предметом договора, не может рассматриваться в качестве надлежащего согласия

абонента на получение рекламной информации.

В данном случае у лица, заключившего договор, возникает необходимость для отказа от получения рекламных сообщений совершить ряд дополнительных действий, в то время, как нежелание получать рекламные сообщения предполагает

бездействие абонента. Подобное положение прямо противоречит самой цели установленного частью 1 статьи 18 Закона о рекламе правила предварительного получения согласия абонента, и нарушает его право на возможность не соглашаться

на распространение на его телефон (электронную почту и т. п.) рекламы.

Следовательно, при подписании договора на оказание услуг, фактически его право на получение рекламы было заменено на его обязанность по получению рекламы, что не является надлежаще полученным согласием абонента на получение

рекламы.

Указанный подход создает условия, при которых рекламораспространитель своими действиями лишает абонента возможности пользоваться законодательно установленной защитой от получения рекламной корреспонденции в отсутствие прямого на то волеизъявления, одновременно вынуждая его дополнительно совершать действия для неполучения такой рекламы, а именно отзывать согласие, которое он фактически не выражал.

Включение обязательного условия о даче согласия на получение рекламы при заключении договора о выпуске и обслуживании банковской карты, противоречит принципу добровольности, на котором строятся гражданские правоотношения.

Положение законодательства Российской Федерации о рекламе относительно обязанности распространителя предварительно получить согласие абонента на распространение ему рекламных материалов, в первую очередь, направлено на защиту абонентов от получения нежелательной рекламы.

В дополнение к вышеизложенному, согласно поступившему заявлению физического лица, владельца телефонного номера +7-925-865-24-32, согласие на получение рекламы АО «ОТП Банк» было отозвано.

Исходя из материалов дела № 3-18-41/77-17, указанная реклама распространялась на основании последовательно заключенных договоров, в том числе договора № 60/16 от 01.02.2016, заключенного между ООО «СМС Трафик» и АО «ОТП Банк», (далее — Договор 1).

В соответствии с пунктом 2.1 Договора 1, ООО «СМС Трафик» обязуется оказать АО «ОТП Банк» услуги доступа к системе, а АО «ОТП Банк» обязуется оплачивать оказанные услуги.

Согласно пункту 1.2 Договора 1, под системой понимается принадлежащий ООО «СМС Трафик» комплекс оборудования и программного обеспечения,

который

позволяет обрабатывать сообщения.

В соответствии с пунктом 2.3 Договора 1, АО «ОТП Банк», пользуясь услугами, заказывает тем самым ООО «СМС Трафик» обеспечить, в частности:

- комплекс необходимых технических и организационных мероприятий, обеспечивающих рассылку сообщений, в том числе по сети подвижной радиотелефонной связи (то есть массовую отправку одинаковых сообщений абонентам с целью распространения какой-либо информации);

6

- комплекс необходимых технических и организационных мероприятий, обеспечивающих передачу абонентам индивидуальных сообщений, содержащих цифровые, буквенные или буквенно-цифровые сочетания (например, коды, пароли), а также иных адресных сообщений, содержащих различную информацию.

Согласно пункту 3.2.2 Договора 1, АО «ОТП Банк» обязан получить от абонента, на телефонный номер которого АО «ОТП Банк» планирует осуществлять отправку сообщений с информацией АО «ОТП Банк», предварительное согласие, выраженное посредством совершения абонентом действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение сообщений. Рассылка признается осуществленной без

предварительного согласия абонента, если АО «ОТП Банк» не докажет, что такое согласие было получено.

В соответствии с пунктом 3.3.3 Договора 1, ООО «СМС Трафик» вправе потребовать у АО «ОТП Банк» подтверждения получения согласия абонента на обработку его персональных данных и передачу их третьим лицам.

Таким образом, АО «ОТП Банк» осуществляло фактическое распространение рассматриваемой рекламы с целью дальнейшего доведения до сведения абонента.

При этом у АО «ОТП Банк» имелось обязательство предварительно удостовериться

в наличии согласия абонента на получение рекламы посредством смс-сообщений.

Таким образом, из упомянутых положений договоров представляется возможным сделать вывод о том, что распространение смс-сообщений осуществляется путем их передачи последовательно от АО «ОТП Банк» к ООО «СМС Трафик», АО «МегаЛабс», ПАО «Мегафон» в целях непосредственного доведения таких сообщений до их конечных получателей.

Таким образом, каждое лицо, участвующее в деле, является субъектом правоотношений, складывающихся в процессе передачи смс-сообщений конечным

потребителям. Отсутствие любого из них в этих правоотношениях сделает распространение указанных сообщений невозможным.

Согласно статье 309 ГК РФ, обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов, а при отсутствии таких условий и требований — в соответствии с обычаями делового оборота или иными обычно предъявляемыми требованиями.

АО «ОТП Банк» в настоящем случае не предприняло достаточных мер, направленных на соблюдение требований действующего законодательства о рекламе.

Кроме того, исходя из положений договоров, следует, что АО «ОТП Банк» приняло на себя обязанность по соблюдению требований законодательства

Российской Федерации, в том числе законодательства о рекламе, при распространении рекламных сообщений, а также по осуществлению отправки сообщений только тем пользователям, которые выразили свое согласие на их получение.

Обратного АО «ОТП Банк» не доказано, в связи с чем не представляется возможным говорить о том, что на АО «ОТП Банк» не могут быть возложены

7

обязанности, предъявляемые к рекламодателем. Дополнительным квалифицирующим признаком является также и то, что абонентом телефонного номера +7-925-865-24-32 направлялось заявление в адрес рекламодателя

с требованием прекратить рекламную рассылку на его телефонный номер.

Названный правовой подход наиболее полно отвечает соблюдению баланса частных и публичных интересов, поскольку направлен на повышенную защиту граждан как наиболее слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях от получения нежелательной рекламы, а также способствует усилению контроля за соблюдением законодательства со стороны всех лиц, принимающих участие в передаче соответствующих сообщений, на всех этапах распространения.

Кроме того, согласно части 1 статьи 2 Гражданского кодекса Российской Федерации, предпринимательская деятельность направленная на систематическое

извлечение прибыли осуществляется субъектом на свой риск. Право общества на осуществление предпринимательской деятельности не должно нарушать права и интересы лица, не изъявившего желание получать рекламные сообщения.

На основании изложенного, учитывая то обстоятельство, что действия по непосредственному доведению смс-сообщений до их конечных получателей осуществлены АО «ОТП Банк», в данном случае имеются все основания считать АО «ОТП Банк» рекламодателем в понимании пункта 7 статьи 3 Закона о

рекламе.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Таким образом, распространение на телефонный номер <...> -925-865-24-32 посредством смс-сообщений рекламы, поступившей 22.11.2016 в 15:46 от отправителя «ОТП Банк» с нарушением части 1 статьи 18 Закона о рекламе является

ненадлежащим.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение

требований, установленных статьей 18 Закона о рекламе, несут рекламодатель.

В силу части 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, ответственным за распространение рассматриваемой рекламы с нарушением статьи 18 Закона о рекламе является АО «ОТП Банк».

Местом совершения административного правонарушения — г. Москва.

Время совершения административного правонарушения — 22.11.2016.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов

Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В соответствии с частью 2 статьи 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

КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная

ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их

8
соблюдению.

Вина АО «ОТП Банк» состоит в распространении 22.11.2016 в 15:46 на телефонный номер <...> -925-865-24-32 посредством смс-сообщения рекламы следующего содержания:

«30000 rub. Bez 15 minut Vashi! Neobhodim tol'ko Pasport RF I SNILS. Individual'noe predlozhenie deistvuet do 01.01.2017 Podrobnnee 88001005555, +7-495-332-26-10, +7-499-744-63-30. Promokod: KH2022006. OTP Bank», с нарушением требований части 1 статьи 18 Закона о рекламе. Должностным лицом УФАС России не

установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

При составлении протокола защитник АО «ОТП Банк» с вменяемым АО «ОТП Банк» административным правонарушением не согласился, указал на то, что в действиях

АО «ОТП Банк» отсутствуют вменяемые административным органом нарушения, однако

каких-либо доказательств, опровергающих позицию должностного лица административного органа не представил.

Доказательств, свидетельствующих о принятии АО «ОТП Банк» каких-либо мер по соблюдению законодательства Российской Федерации в сфере рекламы в данной части,

не представлено.

Вина АО «ОТП Банк» в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, доказана.

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ 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.

Согласно пункту 7 части 1 статьи 4.2 КоАП РФ, к обстоятельствам, смягчающим административную ответственность относится добровольное исполнение до вынесения

постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

08.09.2017 АО «ОТП Банк» представлена информация об исполнении предписания по делу № 3-18-41/77-17.

Таким образом, установлено обстоятельство, смягчающее административную ответственность АО «ОТП Банк».

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность АО «ОТП Банк», не установлено.

Обстоятельств, свидетельствующих о возможности применения статьи 2.9 КоАП РФ, должностным лицом административного органа не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на

граждан - от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц – от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, штраф, подлежащий взысканию составляет

9

100 000,00 рублей.

Руководствуясь статьями 33, 38 Закона о рекламе, статьями 4.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать юридическое лицо — АО «ОТП Банк» (далее — АО «ОТП Банк») (ОГРН 1027739176563, ИНН 7708001614, КПП 774301001, дата регистрации: 11.09.2002, место нахождения: г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 16А, стр. 1) виновным в совершении правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

2. Назначить юридическому лицу — АО «ОТП Банк» (далее — АО «ОТП Банк») (ОГРН 1027739176563, ИНН 7708001614, КПП 774301001, дата регистрации: 11.09.2002, место нахождения: г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 16А, стр. 1) наказание в виде административного штрафа в размере — 100 000,00 (Ста тысяч рублей) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ, 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 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ, 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 срока, указанного в части 1 настоящей статьи, 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.

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

Суммы штрафов, уплаченных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, зачисляются в соответствующие бюджеты в соотношении:

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого

зарегистрировано АО «ОТП Банк», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

Реквизиты для уплаты административных штрафов, предусмотренных за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе (квитанция прилагается):

Получатель: УФК по г. Москве (для Московского УФАС России, л/с 04731324890)

ИНН/КПП: 7706096339 / 770101001
10

Банк получателя: ГУ Банка России по ЦФО

р/с 40101810045250010041

БИК 044525000

ОКТМО: 45375000

КБК 161 1 16 26000 01 6000140

Назначение платежа: Административный штраф, зачисляемый в федеральный бюджет по делу № 4-14.3-1372/77-17

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

неуплаченного административного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражном суде в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 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.

Приложение: квитанция на 1 листе.

Заместитель руководителя <...>