

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 165р-17/59-04-2017р

о наложении штрафа по делу об административном правонарушении

«02» ноября 2017 года

г. Киров

Заместитель руководителя управления - начальник отдела контроля закупок Управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 165р-17/59-04-2017р от 02.11.2017, в отношении должностного лица – Кировского областного государственного автономного учреждения «Издательский дом «Родная земля» <...> в связи с нарушением части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38 «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 59/04-2017р (резольютивная часть решения оглашена 12 октября 2017 года; в полном объеме изготовлено 16 октября 2017 года) признана ненадлежащей реклама: «Слуховые аппараты. г.п. Нема 21 февраля с 10 до 11ч. Германия, Швейцария, Россия . Батарейки, шнуры, вкладыши, запчасти. Выезд на дом бесплатно<...>», размещенная в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года, поскольку она нарушает требования ч.7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» и реклама следующего содержания: «21 февраля в ООО фирма Меховой дворик представляет выставку –распродажу шуб, головных уборов по оптовым ценам от производителя. Куртки и пальто <...>», размещенная в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года, поскольку она нарушает требования ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» Кировским УФАС России было установлено, что в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года размещена рекламная информация следующего содержания:

-на 11 странице: «21 февраля в с 9 до 15 часов ООО фирма Меховой дворик г. Слободской представляет выставку –распродажу шуб, головных уборов по оптовым ценам от производителя. <...>»;

-на 12 странице: «Слуховые аппараты. 21 февраля с 10 до 11ч. Германия, Швейцария, <...>».

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга),

предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация в газете «Вестник труда Нема» следующего содержания: «21 февраля в ДК п. Нема с 9 до 15 часов ООО фирма Меховой дворик представляет выставку –распродажу шуб, головных уборов по оптовым ценам от производителя. Куртки <...>». Реклама», адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты «Вестник труда Нема»), направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (товарам, реализуемым ООО фирма «Меховой дворик»), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

В соответствии со ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, к которым в том числе относится и банки.

Финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

В рассматриваемом случае из содержания рекламной информации следует, что банк «Ренессанс» предоставляет финансовую услугу- кредит.

В силу статьи 819 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ) под кредитом понимается предоставление банком или иной кредитной организацией денежных средств заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором.

Согласно статье 1 Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" (далее Федеральный закон "О банках и банковской деятельности") под кредитной организацией понимается юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные настоящим Федеральным ЗАКОНОМ. Банком является кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

В соответствии со статьей 13 Федерального закона "О банках и банковской деятельности" осуществление банковских операций производится только на основании лицензии, выдаваемой Банком России.

Таким образом, правом на заключение кредитного договора обладает исключительно кредитная организация, имеющая соответствующую лицензию.

В соответствии с Федеральным законом "О банках и банковской деятельности" ООО КБ «Ренессанс Кредит» выдана лицензия на осуществление банковских операций № 3354 от 26.04.2013г.

Статьей 7 Федерального закона "О банках и банковской деятельности" определено, что кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь

сокращенное фирменное наименование на русском языке. Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов "банк" или "небанковская кредитная организация".

В силу [ч. 4 ст. 7](#) Федерального закона "О банках и банковской деятельности" иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются ГК РФ.

Согласно [части 1 статьи 54](#) ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

На основании статьи 1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Указанное в рассматриваемой рекламе наименование *банк Ренессанс* не соответствует полному наименованию юридического лица - Общество с ограниченной ответственностью Коммерческий банк «Ренессанс Кредит» (сокращенное наименование ООО КБ «Ренессанс Кредит»), в соответствии с выпиской из Единого государственного реестра юридических лиц. Доказательства того, что наименование *банк Ренессанс* является сокращенным фирменным наименованием, право на наличие которого предусмотрено статьей 7 Федерального закона «О банках и банковской деятельности», в материалах дела отсутствуют.

В соответствии с пунктом 24 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» согласно части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» в рекламе должны быть указаны наименование или имя лица, оказывающего банковские, страховые и иные финансовые услуги.

Целью введения данной статьи является защита прав потребителей рекламы на получение достоверной информации о рекламе финансовых услуг.

Исходя из анализа приведенных нормативных положений, целью рекламы является не просто продвижение соответствующего товара (работы, услуги), а доведение до потребителя всех необходимых сведений, в части обязательного указания наименования лица, оказывающего финансовую услугу с целью соблюдения информационного права потребителей.

Учитывая изложенное, в рекламе, размещенной в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года на 11 странице, следующего содержания: *«21 февраля в с 9 до 15 часов ООО фирма Меховой дворик представляет выставку –распродажу шуб, головных уборов по оптовым ценам от производителя. Куртки и пальто <...>»*, отсутствуют сведения о наименовании или имени лица, оказывающего финансовые услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилия, имя и (если имеется) отчество), следовательно, она размещена с нарушением части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Информация в газете «Вестник труда Нема» следующего содержания: *«Слуховые аппараты. 21 февраля с 10 до 11ч. <...>»* адресована неопределенному кругу лиц (читателям газеты «Вестник труда Нема»), направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (товарам –слуховым аппаратам), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных

препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которое должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Требования статьи 24 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются медицинские изделия.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации соответствия» слуховые аппараты относятся к приборам и аппаратам для лечения, устройствам для замещения функций органов.

Слуховой аппарат - электроакустическое устройство, носимое человеком и предназначенное для компенсации ослабленного слуха. Его основное назначение - преобразование сигнала, создаваемого источником звуковой информации, таким образом, чтобы этот сигнал смог быть воспринят слабослышащим человеком с достаточно высокой степенью слухового ощущения.

В соответствии с [пунктом 9444](#) постановления Правительства Российской Федерации от 01.12.2009 N 982 "Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации соответствия" слуховые аппараты относятся к приборам и аппаратам для лечения, устройствам для замещения функций органов и систем организма.

Учитывая изложенное, слуховые аппараты являются изделиями медицинского назначения, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», в размере не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Кировским УФАС России установлено, что спорный рекламный модуль в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года на 12 странице следующего содержания: «Слуховые аппараты. 21 февраля с 10 до 11ч. РДК <...>», содержит необходимое предупреждение, но оно составляет менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства), а именно 3 %, следовательно, информация размещена с нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Средство массовой информации газета «Вестник труда Нема» зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Кировской области, свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ43-00614 от 15.03.2016, форма периодического распространения: периодическое печатное издание, газета, тематика образовательная,

публицистическая, культурно-просветительская, информационная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе, учредитель Министерство внутренней информационной политики Кировской области.

Согласно п.1.6 Устава Редакции газеты «Вестник труда Нема» осуществляет деятельность по производству и выпуску издания как структурное подразделение КОГАУ «ИД «Родная земля».

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: заявки, счета на оплату № 21 от 13.02.2017, акта № 18 от 28.02.2017, счет-фактуры № 18 от 28.02.2017, платежного поручения № 70 от 15.02.2017, а также письменных объяснений следует, что лицом, распространившим спорную рекламу следующего содержания: «21 февраля с 9 до 15 часов ООО фирма Меховой дворик <...>», в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года является КОГАУ «ИД «Родная земля».

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: счета на оплату № 19 от 09.02.2017, акта № 16 от 27.02.2017, счет-фактуры № 16 от 27.02.2017, платежного поручения № 807454 от 13.02.2017, а также письменных объяснений следует, что лицом, распространившим спорную рекламу следующего содержания: «Слуховые аппараты. 21 февраля с 10 до 11ч. <...>», в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года является КОГАУ «ИД «Родная земля».

Из анализа имеющихся в деле документов следует, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине КОГАУ «ИД «Родная земля» (рекламораспространителя).

Решением установлено, что КОГАУ «ИД «Родная земля», являясь лицом, распространившим спорную рекламу, является рекламораспространителем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

На основании ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола должностное лицо - КОГАУ «ИД «Родная земля» <...> уведомлена надлежащим образом.

Протокол составлен и рассмотрен в присутствии директора –главного редактора <...>.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 16.02.2017 (дата размещения рекламы в газете «Вестник труда Нема»).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 и ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях должностного лица КОГАУ «ИД «Родная земля» <...>, выразившийся в распространении ненадлежащей рекламы в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года, нарушающей требования части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 и ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица КОГАУ «ИД «Родная земля» <...> по распространению рекламы в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года следующего содержания: «Слуховые аппараты 21 февраля с 10 до 11ч. <...>» и рекламы: «21 февраля в с 9 до 15 часов ООО фирма Меховой дворик представляет выставку –распродажу шуб, головных уборов по оптовым ценам от производителя. Куртки и пальто (на верблюжьей шерсти) в большом ассортименте. <...>», в нарушение части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях <...> несет административную ответственность, как должностное лицо – <...>, в случае совершения административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Поэтому, именно <...> должна была предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако его допустила.

В силу части 2 ст. 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Субъективная сторона административного правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку директор –<...> не предвидела возможности наступления вредных последствий, хотя должна была и могла их предвидеть. Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законодательством требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, рассматриваемое правонарушение совершено по вине должностного лица – <...> в форме неосторожности.

Место совершения административного правонарушения: место размещения рекламной информации: газета «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года, адрес редакции: <...>.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 165р-17/59-04-2017р от 02.11.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 59/04-2017р.

В соответствии со ст. 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.

Совершенные должностным лицом – <...> действия по распространению в газете «Вестник труда Нема» № 7 (10599) от 16 февраля 2017 года ненадлежащей рекламы в нарушение требований части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»,

содержат состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 и ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в п. 18 Постановления от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Кроме того, основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля хозяйствующего субъекта, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

Следует принять во внимание и тот факт, что <...>, которое является профессиональным участником рекламного рынка, выступая в качестве рекламодателем, поэтому должна знать требования рекламного законодательства, и реальная возможность их соблюдения у нее имелась.

Однако каких-либо доказательств, свидетельствующих о принятии должностным лицом – <...> мер по исполнению публично-правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, связанных с недопущением правонарушения и невозможностью его предотвращения, представлено не было.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которое выразилось в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения должностного лица <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного правонарушения, его длительность, форма вины лица, привлеченного к административной ответственности, отягчающие и смягчающие административную ответственность обстоятельства.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих обстоятельств установлено оказание лицом содействия органу, уполномоченному осуществлять производство по делу об административном правонарушении в выявлении обстоятельств, подлежащих установлению по делу об административном правонарушении, совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей [раздела II](#) настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных [частью 2](#) настоящей статьи.

КОГАУ «ИД «Родная земля» не является субъектом малого и среднего предпринимательства, следовательно, нормы части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ в рассматриваемом случае к должностному лицу <...> не могут быть применены.

По общему правилу, предусмотренному [ч. 1 ст. 4.4](#) КоАП РФ при совершении лицом двух и более административных правонарушений административное наказание назначается за каждое совершенное административное правонарушение.

Вместе с тем согласно [ч. 2 ст. 4.4](#) КоАП РФ при совершении лицом одного действия (бездействия), содержащего составы административных правонарушений, ответственность за которые предусмотрена двумя и более статьями (частями статей) настоящего [Кодекса](#) и рассмотрение дел о которых подведомственно одному и тому же судье, органу, должностному лицу, административное наказание назначается в пределах санкции, предусматривающей назначение лицу, совершившему указанное действие (бездействие), более строгого административного наказания.

В рассматриваемом случае обществом совершено одно противоправное деяние - определение содержание рекламы с нарушением требований рекламного законодательства, содержащее 2 состава административных правонарушений; рассмотрение административных дел подведомственно одному органу. Следовательно, административный штраф обществу надлежит определить по правилам [ч. 2 ст. 4.4](#) КоАП РФ в минимальном размере санкции по [ч. 5 ст. 14.3](#) КоАП РФ, предусматривающей более строгое наказание.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

С учетом изложенного, исходя из характера совершенного должностным лицом <...> правонарушения и соразмерности его тяжести, наложение административного штрафа осуществляется в минимальном размере санкции, предусмотренном [ч. 5 ст. 14.3](#) Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Руководствуясь ст. 3, ч. 7 ст. 24, ч.1 ст. 28 ст. 33, ст. 38 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

П О С Т А Н О В И Л:

1. Признать должностное лицо - <...> виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3, частью 5 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу - <...> меру ответственности в виде административного

штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 10 000 (десять тысяч) рублей.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе,

зачисляются в соответствующие бюджеты в следующем соотношении:

40 процентов – в федеральный бюджет;

60 процентов – в бюджет субъекта Российской Федерации.

Получатель: ИНН 4347021540

КПП 434501001 УФК по Кировской области

(Кировское УФАС России) л/с 04401233690

Банк получателя Отделение Киров
 № 40101810900000010001

Расчетный счет: БИК 043304001

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

Плательщик: <...>

161 1 16 26000 01 6000 140 Штраф за нарушение законодательства о рекламе
ОКТМО 33701000

К оплате: 10 000 (десять тысяч) рублей

УИН 16120110200000993417

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных [статьей 31.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа должностному лицу <...> надлежит представить в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области копии платежных документов. В соответствии с ч. 1 ст. 20.25 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях 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 частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Заместитель руководителя управления-

начальник отдела контроля закупок

<...>