

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания по делу № 036/04/14.3-177/2019 об административном правонарушении

«10» июля 2019 года

город Воронеж

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Воронежской области (далее – Воронежское УФАС России) Виталий Геннадьевич Попов, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 036/04/14.3-177/2019, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью специализированного застройщика «Воронежское монтажное управление-2» (394033, г. Воронеж, ул. Витрука, д. 15, зарегистрировано 27.01.2015 года межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 12 по Воронежской области за ИНН/ОГРН 3661039235/1153668002388) (далее – ООО специализированный застройщик «ВМУ-2»), в связи с непосредственным обнаружением специалистом-экспертом отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Воронежского УФАС России Н. М. Федирчуком, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения в сфере предпринимательской деятельности (ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях),

в отсутствие законного представителя ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» (Общество уведомлено надлежащим образом),

в присутствии представителя ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» по доверенности от 27.11.2017 года <...> (далее – <...>),

УСТАНОВИЛ:

Решением от 08 июля 2019 года № 400-132р Комиссии Воронежского УФАС России, реклама «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% www.vmu-2.ru 300-3-222 /.../», распространяющуюся по адресу: (51.682138, 39.278997) г. Воронеж, ул. Остужева (рекламный щит, размещенный над участниками дорожного движения после перекрестка улиц Минская и Остужева г. Воронежа в направлении из центра г. Воронежа, (сторона рекламного щита, обращенная к участникам дорожного движения, направляющимся из центра г. Воронежа), признана ненадлежащей (далее – ненадлежащая реклама), поскольку в ней нарушены требования п. 1 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе» Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

Решением от 08 июля 2019 года № 400-132р установлено следующее.

17.07.2018 г. в рамках мониторинга объектов наружной рекламы, сотрудниками Воронежского УФАС России был совершен осмотр объекта наружной рекламы (рекламной конструкции), расположенного по адресу: (51.682138, 39.278997) г. Воронеж, ул. Остужева (рекламный щит, размещенный над участниками дорожного движения после перекрестка улиц Минская и Остужева г. Воронежа в направлении из центра г. Воронежа, (сторона рекламного щита, обращенная к участникам дорожного движения, направляющимся из центра г. Воронежа).

Актом осмотра от 17.07.2018 г. установлено распространение информации следующего содержания: «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% www.vmu-2.ru 300-3-222 /.../» (далее – рассматриваемая информация).

Текст: «КВАРТИРЫ в УНИКАЛЬНОМ РАЙОНЕ новый микрорайон БОРОВОЕ поз. 14 летняя цена -17% www.vmu-2.ru 300-3-222» выполнен крупным шрифтом, в то время как иная существенная информация, расположенная в правом нижнем углу рекламного щита является нечитаемой без использования специальных

технических средств.

В соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «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 п. 2 ст. 3 ФЗ «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.

Рассматриваемая информация в соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (квартиры ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» в микрорайоне «Боровое» города Воронежа, акция «Летняя цена -17%»), поддерживает интерес к ним и способствует продвижению товара на рынке (далее – рассматриваемая реклама).

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «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.

Существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости у ООО специализированного застройщика «ВМУ-2», в том числе в рамках проведения акции «Летняя цена -17%», напечатанная мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Кроме того информация, выполненная мелким шрифтом является недоступной для потребителей вследствие отсутствия у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, а также ограниченного времени считывания указанной информации из проезжающего по полосе движения транспорта, в связи с чем, потребитель фактически не может получить предусмотренную законом информацию.

Вместе с тем, в соответствии с ч. 3 ст. 16 Жилищного кодекса РФ от 29.12.2004 №188-ФЗ (далее – ЖК РФ), квартирой признается структурно обособленное помещение в многоквартирном доме, обеспечивающее возможность прямого доступа к помещениям общего пользования в таком доме и состоящее из одной или нескольких комнат, а также помещений вспомогательного использования, предназначенных для удовлетворения гражданами бытовых и иных нужд, связанных с их проживанием в таком обособленном помещении.

Объектом рекламирования в спорной рекламе являются именно квартиры (т.е. обособленные помещения, предназначенные для удовлетворения гражданами бытовых и иных нужд, связанных с их проживанием).

В то же время, по состоянию на 17.07.2018 года (дата фиксации антимонопольным органом распространения спорной рекламы), объект капитального строительства, расположенный по адресу г. Воронеж, ул. Сельская, 2М, находился в стадии возведения (строительства).

Таким образом, рассматриваемая реклама имеет признаки нарушения требований части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» поскольку, существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости у ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» и об условиях акции «Летняя цена -17%», является нечитаемой без использования специальных технических

средств, а также не содержит указания на способ приобретения квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом строительстве, что искажает смысл информации, вводит в заблуждение потребителя рекламы, в том числе, в части возможности приобретения готовых квартир на основании договоров купли-продажи.

В соответствии с частью 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе», реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

Согласно статье 19 ФЗ «Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» проектная декларация включает в себя информацию о застройщике и информацию о проекте строительства. Проектная декларация публикуется застройщиком в средствах массовой информации и (или) размещается в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети «Интернет»).

В рассматриваемой рекламе не содержится указания на способ приобретения квартир – возникновение права собственности у граждан на жилые помещения в многоквартирном доме на основании договора участия в долевом строительстве, а также отсутствует информация о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение, что искажает смысл информации, вводит в заблуждение потребителя рекламы, в том числе, в части возможности приобретения готовых квартир на основании договоров купли-продажи, тем самым рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 7 статьи 5 и части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 29 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012г. №58 о некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе» при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "уникальный", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»).

В рассматриваемой рекламе для характеристики объектов рекламирования использовано слово «УНИКАЛЬНЫЙ» без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и которое имеет объективное подтверждение, таким образом, рассматриваемая реклама содержит, в том числе признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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.

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

То обстоятельство, что в положениях ФЗ «О рекламе» не указан размер шрифта текста, не свидетельствует о том, что размер шрифта на распространяемой рекламе может быть любым. Основным условием размещения рекламы является предоставление добросовестной и достоверной информации.

По смыслу данной 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 случае если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемым на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие, свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Так как рассматриваемая реклама является наружной и размещена на рекламной конструкции (щитовой установке) 3 x 18 м. (S общ. – 108 кв.м.), следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание).

Вместе с тем, необходимо принимать во внимание факты, снижающие уровень

восприятия информации, выполненной в рекламе мелким шрифтом: рекламная конструкция установлена над автомобильной дорогой; отсутствует возможность более тщательного знакомства потребителя с информацией, ввиду отсутствия зоны стоянки/остановки транспортных средств / пешеходной зоны вблизи рекламного щита; текст рекламы находится не на уровне глаз потребителя, а на определенной высоте от уровня земли (5-8 метров), что снижает уровень восприятия информации, выполненной мелким шрифтом, для потребителей-водителей и пассажиров автотранспорта.

В данном случае, отрезок улицы Остужева города Воронежа, на которой расположен рекламный щит, предназначен только для движения автотранспорта. Следовательно, спорная реклама направлена для привлечения внимания, потребителей- водителей и пассажиров автотранспорта. Спорная реклама размещена на стороне рекламного щита по направлению движения транспортного потока, что в свою очередь также свидетельствует о намерении Общества привлечь внимание водителей и пассажиров транспорта. Информация, выполненная мелким шрифтом, является недоступной для потребителей вследствие отсутствия у потребителя возможности приблизиться к рекламной конструкции, а также ограниченного времени считывания указанной информации из проезжающего по полосе движения транспорта, в связи с чем, потребитель фактически не может получить предусмотренную законом информацию.

Между тем, существенные условия предложения занимают 1/16 часть рекламного полотна площадью 108,0 кв. м и требуют значительного времени для ее прочтения, что невозможно по определению при движении на транспортном средстве ни в качестве пассажира, ни тем более водителя транспортного средства. При этом значительная высота, на которой размещен рекламный щит, а также мелкий шрифт затрудняют прочтение, а равно восприятие рекламы.

Таким образом, формальное присутствие в рекламе существенной информации, приведенной мелким нечитаемым шрифтом не свидетельствует о доведении до неопределенного круга лиц требуемой информации надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию и вводится в заблуждение относительно предлагаемой услуги.

Существенная информация о возможности приобретения строящегося объекта недвижимости (долевое строительство) у ООО специализированного застройщика «ВМУ-2», напечатанная мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать данные сведения и не может рассматриваться как их наличие.

Таким образом, при размещении спорной рекламы нарушены требования пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 7 статьи 28 ФЗ «О рекламе». В силу пункта 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 7 ст. 28 ФЗ «О рекламе». В соответствии с Договором возмездного оказания услуг № 111 от 01.06.2018 года, заключенным между ООО специализированным застройщиком «ВМУ-2» и ИП <...>, ООО специализированный застройщик «ВМУ-2» является рекламодателем рассматриваемой рекламы, так как реклама распространялась/распространяется в интересах заказчика – ООО специализированного застройщика «ВМУ-2», с которым по договору в

обязательном порядке должен согласовывать макет рекламы перед её размещением ИП <...>, являющийся по договору исполнителем.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных ч. 2 - 4 настоящей статьи, ст. 14.37, 14.38, 19.31 КоАП РФ, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц в размере от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Место совершения правонарушения – город Воронеж;

Время совершения правонарушения – 17 июля 2018 года.

10 июля 2019 года в отношении ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» составлен протокол № 036/04/14.3-177/2019 об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях. В связи с поступившим от Общества ходатайством, дело об административном правонарушении № 036/04/14.3-177/2019, возбужденное в отношении ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» по ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ назначено к рассмотрению на 10 июля 2019 года в 13 часов 45 минут (мск.) в помещении Воронежского УФАС России по адресу: г. Воронеж, пр-т Революции, д. 21, зал заседаний.

На рассмотрение дела 10 июля 2019 года представитель ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» по доверенности <...> сообщила об отсутствии у ООО специализированного застройщика «ВМУ-2» умысла нарушения законодательства о рекламе.

При вынесении Постановления учитываются все обстоятельства дела.

В соответствии с ч. 1 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.

Частью 2 указанной статьи предусмотрено, что 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.

ООО специализированный застройщик «ВМУ-2» имело возможность для соблюдения законодательства РФ о рекламе, поскольку 10 июля 2019 года в ходе рассмотрения настоящего дела не установлены факты, а в материалах административного дела отсутствуют доказательства, свидетельствующие о том, что обществом были приняты все зависящие от него меры, направленные на недопущение совершения вменяемого административного правонарушения.

Обстоятельств исключających, смягчающих или отягчающих административную ответственность, не установлено.

В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, 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.

В силу статьи 1068 Гражданского Кодекса Российской Федерации работниками признаются граждане, выполняющие работу на основании трудового договора (контракта), а также граждане, выполняющие работу по гражданско-правовому договору, если при этом они действовали или должны были действовать по заданию соответствующего юридического лица или гражданина и под его контролем за безопасным ведением работ.

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

- средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;

б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Постановлением Правительства РФ от 13.07.2015 N 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» установлены предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) за предшествующий календарный год без учета налога на добавленную стоимость для следующих категорий субъектов малого и среднего предпринимательства:

микропредприятия - 120 млн. рублей;

малые предприятия - 800 млн. рублей;

средние предприятия - 2 млрд. рублей.

В соответствии с единым реестром субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенным на сайте <https://rmsp.nalog.ru/>, ООО специализированный застройщик «ВМУ-2» (ИНН 3661039235) входит в категорию «малое предприятие».

Согласно ч. 2 ст. 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

ООО специализированный застройщик «ВМУ-2» впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание ООО специализированному застройщику «ВМУ-2» в виде административного штрафа, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением юридического лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

На основании изложенного, руководствуясь п. 1 ч. 3, ч. 7 ст. 5 и ч. 7 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», ст. 4.1.1, ст. 4.3, 14.3, 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью специализированного застройщика «ВМУ-2» (ИНН 3661039235) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со ст. 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить ООО специализированному застройщику «ВМУ-2» предупреждение за нарушение требований ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

3. Направить копию настоящего постановления ООО специализированному застройщику «ВМУ-2».

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 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.