

ПАО «МТС»

Руководителю Центра по digital-маркетингу

Блока по клиентскому опыту и

маркетингу Корпоративного центра

Группы «МТС»

<...>

Марксистская ул., д.4

г. Москва, 109147

<...>

г. Москва, 115191

Заявителю (потерпевшему лицу)

ПОСТАНОВЛЕНИЕ №20

о назначении административного наказания

по делу №022/04/14.3-130/2021 об административном правонарушении

28 апреля 2021г. г. Барнаул

Я, врио руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю <...>, рассмотрев протокол №16 от 14.04.2021 об административном правонарушении, составленный начальником отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю <...>, а также материалы дела об административном правонарушении №022/04/14.3-130/2021 в отношении руководителя Центра по digital-маркетингу Блока по клиентскому опыту и маркетингу Корпоративного центра Группы «МТС» ПАО «МТС» <...> (далее - <...>),,

УСТАНОВИЛ:

заявитель (потерпевшее лицо) на рассмотрение дела об административном правонарушении не явился, уведомлен надлежащим образом по электронной почте 15.04.2021г.,

на рассмотрение дела <...> не явилась, уведомлена надлежащим образом по месту работы 19.04.2021г.

В соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных ч.3 ст.28.6 КоАП РФ, либо если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступало ходатайство об отложении

рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

В соответствии со ст.29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях принято решение о рассмотрении дела в отсутствие потерпевшего лица и лица, привлекаемого к административной ответственности.

Согласно протоколу об административном правонарушении №16 от 14.04.2021г. руководителем Центра по digital-маркетингу Блока по клиентскому опыту и маркетингу Корпоративного центра Группы «МТС» ПАО «МТС» <...> допущено нарушение ч.1 ст.18 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), что указывает на событие и состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Данное обстоятельство выразилось в следующем.

20.07.2020г. в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю на рассмотрение поступило заявление гражданина Российской Федерации о получении на абонентский номер: <...>, 17.07.2020г. в 11 часов 01 минут посредством СМС-сообщения с абонентского номера под буквенным обозначением «Promo» рекламной информации: «Дизайнерские всесезонные загородные модульные дома из контейнеров, дешево и быстро. По промокоду «U2020» весь июль 2020г. СКИДКИ! Подробности на сайте <...> ООО «Дом Энергии», г. Москва, ул. Ленинская Слобода, дом №19, ОГРН 1177746501668».

В соответствии со ст.3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Распространенная информация подпадает под понятие "реклама", поскольку обладает признаками рекламы – распространена по сетям электросвязи и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования. Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе выступает услуга по продаже домов из контейнеров, условия продажи продавца ООО «Дом Энергии».

ПАО «МТС» представлена информация, согласно которой 02.02.2009г. между компанией МТС и гр. Болдыревым В.Р. был заключен договор на оказание услуг связи МТС с выделением в пользование абонентского номера <...>. На момент заключения договора с гр.<...> действовали Правила оказания услуг связи МТС в редакции от 28.05.2008г. Подписанием договора абонент выразил безусловное согласие с Правилами оказания услуг подвижной и радиотелефонной связи «МТС».

Согласно п. 7.6 Правил оказания услуг связи в редакции от 28.05.2008г. абонент имеет право выразить свой отказ от возможности получения рекламы, распространяемой по сетям связи, когда возможность такого отказа предусмотрена нормативно-правовыми актами о рекламе, путем направления оператору соответствующего письменного уведомления.

В силу ч.1 ст.18 Федерального 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.

В Договоре о предоставлении услуг связи МТС от 02.02.2009г., заключенном ПАО «МТС» с заявителем, отсутствует отметка о «согласии» или «несогласии» на получение рекламной информации.

Пункт 21.1 статьи 2 Федерального закона "О связи" закрепляет понятие рассылки по сети подвижной радиотелефонной связи, под которой понимается автоматическая передача абонентам коротких текстовых сообщений (сообщений, состоящих из букв и (или) символов, набранных в определенной последовательности) по сети подвижной радиотелефонной связи или передача абонентам коротких текстовых сообщений с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи.

Поскольку Федеральный закон "О связи" не содержит исключений из информации, которая может распространяться с помощью рассылки, указанное понятие рассылки включает в себя в том числе рассылку сообщений рекламного характера.

При этом понятие рассылки включает в себя только сообщения, направляемые с использованием нумерации, не соответствующей российской системе и плану нумерации, а также сообщений, передача которых не предусмотрена договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи (то есть, например, с использованием "коротких" или "буквенных" номеров) и сообщения, направляемые автоматически. Сообщения, рассылаемые с номеров, входящих в российскую систему и план нумерации или предусмотренные договором о межсетевом взаимодействии с иностранными операторами связи, и не являющиеся автоматическими, не подпадают под указанное понятие рассылки.

Статьей 44.1 Федерального закона «О связи» устанавливается порядок осуществления рассылки сообщений рекламного характера.

Соответственно, при осуществлении рассылок по сетям электросвязи сообщений рекламного характера с "коротких" и "буквенных" номеров, а также автоматических рассылок должны соблюдаться требования статьи 44.1 Федерального закона "О связи".

Согласно ч.1 ст.44.1 Федерального закона «О связи» рассылка по сети подвижной радиотелефонной связи (далее также - рассылка) должна осуществляться при условии получения предварительного согласия абонента, выраженного посредством совершения им действий, однозначно идентифицирующих этого абонента и позволяющих достоверно установить его волеизъявление на получение рассылки. Рассылка признается осуществленной без предварительного согласия абонента, если заказчик рассылки в случае осуществления рассылки по его инициативе или оператор подвижной радиотелефонной связи в случае осуществления рассылки по инициативе оператора подвижной радиотелефонной связи не докажет, что такое согласие было получено.

По информации, представленной ПАО «МТС», сервисный номер «Promo», с которого поступило рекламное сообщение, выделен в пользование ООО «Дом Энергии» (ИНН 7714994216) в рамках услуги «Рекламная кампания» в сервисе «МТС Маркетолог».

Услуга «Рекламная кампания» - услуга ПАО «МТС» по реализации рекламных кампаний. Информация об условиях оказания данной услуги, представления сервиса размещена в свободном доступе в круглосуточном режиме на официальном сайте ПАО «МТС» в информационно-телекоммуникационной сети интернет.

Указанная услуга представляет собой технологическую платформу для самостоятельной настройки клиентами своих рекламных компаний в формате единого окна. С помощью «МТС Маркетолог» возможно самостоятельно, без привлечения дополнительных сотрудников и обращения в ПАО «МТС» настроить рекламную кампанию и осуществлять рассылки SMS, PUSH уведомлений, сообщений в Viber и электронных писем потенциальным клиентам.

ООО «Дом Энергии» самостоятельно, путем принятия Оферты на сайте <http://marketolog.mts.ru/>, воспользовалось услугой в рамках указанного сервиса.

Осуществление смс-рассылки в рамках услуги «Рекламная кампания» осуществляется ПАО «МТС» только тем абонентам, которые предоставили оператору свое согласие на получение рекламной информации.

По мнению ПАО «МТС» согласие абонента <...> на получение рекламных сообщений было получено ПАО «МТС» при заключении с ним договора 02.02.2009г.

Неотъемлемой частью заключенного договора являются Условия оказания подвижной и радиотелефонной связи «МТС», представляющие собой публичную оферту и размещаемые на официальном сайте оператора [www.mts.ru](http://www.mts.ru) и выбранный абонентом тарифный план. Заключая договор о предоставлении услуг подвижной радиотелефонной связи МТС абонент-заявитель по данному делу, присоединился к условиям МТС, выразив безусловное согласие с данными условиями и иными частями договора. Согласно п.7.6 Условий МТС, заключая договор, абонент, тем самым, выражает свое согласие на возможность получения рекламной информации, распространяемой по сетям связи в целях и случаях, когда необходимость такого согласия предусмотрена нормативно-правовыми актами о рекламе.

Отказа от получения рекламы, распространяемой по сетям связи от абонента <...>

в соответствии с п.7.6 условий МТС и ч.6. ст.45 Федерального закона «О связи» в ПАО «МТС» не поступало, в связи с чем ПАО «МТС» считает, что на момент отправки спорного сообщения располагало согласием <...> на получение рекламной информации.

Антимонопольный орган, проанализировав содержание Оферты на оказание услуги «Рекламная Кампания» в сервисе «МТС Маркетолог», установил, что в соответствии с п.5.2.4 МТС обязуется до начала оказания услуги получить от получателя согласие на получение рекламных материалов.

Исходя из 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 рекламодателя. 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.

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.

Из содержания ч.1 ст.18 Федерального закона «О рекламе» следует, что абонент должен совершить активное действие по выражению своего желания на получение рекламной информации от конкретных лиц по сетям электросвязи.

При этом в целях соблюдения баланса частных и публичных интересов (постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 29.03.2011 № 2-П), стабильности публичных правоотношений, а также в целях защиты прав и законных интересов абонента как более слабой стороны в рассматриваемых правоотношениях, при получении такого согласия абоненту должна быть предоставлена возможность изначально отказаться от получения рекламных рассылок, а сама форма согласия должна быть прямой и недвусмысленно выражающей соответствующее согласие (абонент прямо выражает согласие на получение рекламы), а не опосредованной и обусловленной ознакомлением с правилами оказания (предоставления) услуг.

Предоставленное распространителю рекламы право на получение согласия абонента в любой форме не свидетельствует о его безграничном усмотрении в разрешении этого вопроса и оканчивается там, где начинаются права абонентов на выражение своего непосредственного согласия на получение рекламы. Обратное же приведет к злоупотреблениям со стороны распространителей рекламы, стремящихся любым способом навязать абоненту возможность

распространения со своей стороны рекламы с приданием своим действиям видимости законности, что недопустимо в контексте п.2 ст.10 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Вместе с тем, оценивая текст Договора о предоставлении услуг связи МТС от 02.02.2009г., заключенного между ПАО «МТС» и абонентом<...>, следует отметить, что заключая Договор, <...>. подтвердил, что выражает безусловное согласие с правилами оказания услуг связи МТС, являющимися неотъемлемой частью настоящего договора, путем проставления личной подписи в имеющейся графе для подписи. При этом бланк указанного Договора в принципе не оставляет абоненту права выбора на получение либо отказ от получения рекламной информации ввиду отсутствия в нем соответствующей графы для заполнения.

Таким образом, принимая условия оказания услуг связи, абонент фактически лишен возможности отказаться от распространения в его адрес рекламной информации в момент заключения Договора.

Доводы ПАО «МТС» о наличии у абонента возможности отказаться от получения рекламы путем направления соответствующего заявления оператору связи являются несостоятельными, поскольку такая возможность должна была быть предоставлена абоненту изначально, на этапе заключения Договора об оказании услуг связи.

Утверждение ПАО «МТС» о том, что выражая согласие со всеми условиями заключаемого Договора, абонент соглашается, в том числе и на получение рекламных сообщений от Общества, является неверным, поскольку включение обязательного условия о даче согласия на получение рекламы при заключении Договора на оказание услуг связи противоречит принципу добровольности, на котором строятся гражданские правоотношения.

Как видно из Договора о предоставлении услуг связи МТС от 02.02.2009г., в нем содержится указание на то, что абоненту известны и понятны Правила оказания услуг связи МТС и тарифный план (рядом проставлена подпись абонента). Однако, из указанного документа невозможно установить, что конкретно содержалось в тексте правил, на каком сайте и по какой ссылке можно ознакомиться с текстом правил оказания услуг связи МТС.

Таким образом, рассмотрев представленные ПАО «МТС» доказательства получения согласия абонента <...> на распространение в его адрес рекламной информации, Комиссия Алтайского краевого УФАС России пришла к выводу, что указанные доказательства не позволяют с достоверностью установить предоставление данным абонентом безоговорочного согласия на получение им именно рекламной информации.

Вопреки позиции ПАО «МТС» не совершение абонентом действий по отказу от рекламной информации не является согласием на ее получение.

В соответствии с п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно ст.38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение

требований, установленных ч.1 ст.18 настоящего Федерального закона несет рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с материалами дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ПАО «МТС» (ИНН 7740000076, ОГРН 1027700149124).

11.11.2020г. Комиссией управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, реклама «Дизайнерские всепогодные загородные модульные дома из контейнеров, дешево и быстро. По промокоду «U2020» весь июль 2020г. СКИДКИ! Подробности на сайте <...> ООО «Дом Энергии», г. Москва, ул. Ленинская Слобода, дом №19, ОГРН 1177746501668», распространенная 17.07.2020г. на абонентский номер заявителя посредством sms-сообщения с номера «Promo», признана ненадлежащей, не соответствующей требованиям ч.1 ст.18 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно статье 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.

В соответствии со ст.2.4 КоАП РФ административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, несут административную ответственность как должностные лица.

Из представленных ПАО «МТС» документов, установлено, что лицом, ответственным за совершенное правонарушение, является должностное лицо ПАО «МТС» - руководитель Центра по digital-маркетингу Блока по клиентскому опыту и маркетингу Корпоративного центра Группы «МТС» <...>.

В соответствии с приказом (распоряжением) о переводе работника на другую работу №004748-И-0000 от 29.11.2019г., <...> переведена на должность руководителя центра Корпоративный центр Группы МТС Блок по клиентскому опыту и маркетингу Центр продуктов digital рекламы и информирования.

<...> в антимонопольный орган представлены письменные пояснения, согласно которым она, в соответствии с приказом и должностной инструкцией, является ответственным за заключение и исполнение договоров от имени ПАО «МТС» на распространение рекламы посредством sms-информирования абонентов ПАО «МТС».

<...> считает, что согласие заявителя на получение сообщений рекламного характера было получено в установленном законом порядке при заключении договора об оказании услуг подвижной связи МТС 02.02.2009г., следовательно, нарушения ч.1 ст.18 Федерального закона «О рекламе» допущено не было.

Также <...> считает, что вменяемое ей нарушение является малозначительным, так как никакой существенной угрозы охраняемым общественным отношениям не было.

Руководитель Центра по digital-маркетингу Блока по клиентскому опыту и маркетингу Корпоративного центра Группы «МТС» ПАО «МТС» <...> объективно имела возможность по недопущению нарушения требований ч.1 ст.18 Федерального закона «О рекламе», но данным лицом не были приняты все зависящие от нее меры по их соблюдению, что привело к нарушению Федерального закона «О рекламе», что образует состав административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Субъективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, характеризуется умышленной формой вины или совершенной по неосторожности. У <...> имелась возможность для соблюдения правил и норм, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, но не были приняты все зависящие от нее меры по их соблюдению, следовательно, в действиях <...> имеется вина в совершении правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Антимонопольным органом не установлено обстоятельств, находящихся вне контроля <...> и препятствующих исполнению обязанностей по соблюдению законодательства о рекламе.

Объективная сторона правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, составляет действия лица, выражающиеся в нарушении законодательства о рекламе.

Непринятие <...> должных мер по соблюдению требований ч.1 ст.18 Федерального закона «О рекламе» привело к нарушению законодательства РФ о рекламе, что образует окончанный состав административного правонарушения и влечет ответственность в соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в соответствии с которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

14.04.2021г. протокол об административном правонарушении был составлен в отсутствие <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте его составления. Копия протокола была направлена по месту жительства, а также по месту работы (ПАО «МТС», г. Москва, ул. Марксистская, д.4.) заказным письмом с уведомлением о вручении, получена <...> 19.04.2021г. по месту работы.



В соответствии с реестром субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенном на официальном сайте Федеральной налоговой службы, ПАО «МТС», должностным лицом которого является <...>, не является субъектом малого и среднего предпринимательства.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, в соответствии со ст.4.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст.4.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

**ПОСТАНОВИЛ:**

признать руководителя Центра по digital-маркетингу Блока по клиентскому опыту и маркетингу Корпоративного центра Группы «МТС» ПАО «МТС» <...>, виновной в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

В соответствии с ч.1 ст.32.2 КоАП РФ штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

**Административный штраф должен быть перечислен по следующим реквизитам:**

<...>

Получатель – УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО КАЗНАЧЕЙСТВА ПО АЛТАЙСКОМУ КРАЮ (АЛТАЙСКОЕ КРАЕВОЕ УФАС РОССИИ)

ИНН 2221022528

КПП 222501001

ОКТМО 01701000

Номер казначейского счета 03100643000000011700

Единый казначейский счет 40102810045370000009

Наименование банка – ОТДЕЛЕНИЕ БАРНАУЛ БАНКА РОССИИ//УФК по Алтайскому краю г. Барнаул

БИК ТОФК 010173001

Код дохода 161 1 16 01141 01 0003 140

Назначение платежа: штрафы за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с ч.5 ст.3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме. Согласно части 9 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», суммы штрафов за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе и неисполнение предписаний антимонопольного органа зачисляются в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации в следующем порядке:

- 1) в федеральный бюджет – 40 процентов;
- 2) в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрированы юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, допустившие нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе – 60 процентов.

Согласно ч.5 ст.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 шестидесяти дней со срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, 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 ч.1 ст.20.25 КоАП РФ, в отношении лица, не уплатившего административный штраф. Копия протокола об административном правонарушении направляется судье в течение трех дней со дня составления указанного протокола.

Согласно ч.1 ст.20.25 КоАП РФ 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 ч.4 ст.4.1 КоАП РФ назначение административного наказания не освобождает лицо от исполнения обязанности, за неисполнение которой административное наказание было назначено.

В соответствии со ст.30.1 и ст.30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в районный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно ч.1 ст.31.1 Кодекса Российской Федерации 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.

Дата вынесения постановления – 28 апреля 2021 года.

Дата направления копии постановления – 29 апреля 2021 года.

Срок предъявления постановления к исполнению – 2 года.

Врио руководителя управления

Советник ГГС РФ 1 класса <...>