

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 054/04/14.3-1526/2022

о назначении административного наказания

«05» октября 2022г.

г. Новосибирск

Заместитель руководителя управления И.В. Волохина, рассмотрев протокол №054/04/14.3-1526/2022 от «20» сентября 2022г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «АльянсТорг» (ул.Писарева, д. 175, г.Новосибирск, 630015, ОГРН: 1095405013220, Дата присвоения ОГРН: 02.06.2009, ИНН: 5405394779), по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в присутствии законного представителя ООО «АльянсТорг» <...> (доверенность №5 от 19.09.2022г.),

УСТАНОВИЛ:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица (вх №20120э от 15.11.2021г.) по факту распространения недостоверной информации посредством SMS-сообщения следующего содержания: «-40% овощи, ягоды с/м; шоколад_11.11.21 -30% чай, кексы, рулет_11-12.11.21». Отправитель: BYSTRONOM. Дата распространения: 10.11.2021г.

Как указано в заявлении, скидка на кексы – 30%, в магазине «Быстроном» (г.Новосибирск, ул.Тюменская, 2) 11.11.21г. заявителю не предоставлена, что содержит в себе признаки нарушения требований, установленных ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

По результатам рассмотрения заявления (материалов) возбуждено дело №054/05/5-51/2022 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при изучении обстоятельств которого установлено следующее.

В соответствии со ст.3 ФЗ «О рекламе», реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с п.4 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

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.

Согласно кассовому чеку, представленному заявителем, лицом, осуществляющим деятельность в магазине по указанному адресу, является ООО «ГрандТорг» (ИНН 5405314830).

Общество сообщает, что условия акции размещены:

- 1) на главной странице сайта компании - www.быстроном.рф;
- 2) на входной группе магазина в форме информационных плакатов, содержащих существенные условия проходящей акции;
- 3) в форме шелфтокеров, выделенных желтым цветом, непосредственно под ценами на продукцию, участвующую в акции с указанием размера скидки в процентах;
- 4) в звуковом сопровождении в магазине, с перечислением всех существенных условий проводимой акции, указанных на плакате.

ООО «ГрандТорг» предполагает, что оснований для отказа в предоставлении скидки возникнуть не могло (при отсутствии указания конкретной позиции ассортиментного перечня проданного товара и цены, за которую был продан товар).

Как сообщает ООО «АльянсТорг», Общество занимается организацией рекламных кампаний Заказчика (ООО «ГрандТорг») по договору возмездного оказания услуг. В том числе разрабатывает, утверждает и направляет текст сообщения, которое транслируется посредством направления SMS-сообщений покупателям.

Требования к порядку формирования текста SMS-сообщения следующий: после согласования состава акции «Скидка на группу», текст формулируется исходя из заданных технических параметров, а именно: текст не должен превышать 70 символов, с учетом пробелов. Текст SMS-сообщения утверждается руководителем отдела маркетинга, в том числе и текст сообщения вышеуказанной акции был утвержден в редакции: «-40% овощи, ягоды с/м; шоколад_11.11.21 г -30% чай, кексы, рулет_11-12.11.21».

В SMS-сообщении, направленном покупателю, была указана группа товаров, участвующая в акции, однако более подробная информация находилась в условиях акции, максимально информативно размещенной на сайте компании «Быстроном», на плакатах магазинов, транслировалась в звуковом сопровождении магазинов.

Все товары, участвующие в акции, были ярко выделены шелфтокерами желтого цвета, которые визуально ярко отображают продукцию, которую можно приобрести со скидкой 30 (тридцать) процентов (в рассматриваемом случае по вышеуказанной акции).

ООО «ГрандТорг» представлена схема магазина, которая дополнительно

указывает, где был размещен товар, участвующий в акции и где был размещен продукт, который указан в заявлении покупателя. Из данной схемы следует, что данные товары находились на значительном расстоянии друг от друга.

ООО «АльянсТорг» поясняет, что есть несколько активных механик, которые применяются Обществом. В данном случае – это «скидка на группу». В справочнике товаров сформированы различные группы. Для того, чтобы организовать эту активность, ООО «АльянсТорг» размещаются информационные плакаты и информационное сопровождение, в том числе, SMS-сообщения, в которых содержится минимум информации, но при этом условия акции раскрываются подробно в иных источниках: сайт и дополнительные информационные плакаты. Условия «скидка на группу» подразумевает, что дается скидка на некий ассортимент. При этом может возникнуть пересечение активностей, если на определенный товар уже есть долгосрочная скидка и в это же время организуется «скидка на группу». В этом случае двойная скидка не предоставляется.

В связи с этим есть ряд исключений. Одно из них – это ценники с желтой ценой. Это ценники долгосрочной активности. Они не участвуют в группе, везде присутствует информирование об этом. Второе: это выделение товара, участвующего в акции, дополнительной вкладкой – шелфтокером, который размещается непосредственно на полке за ценником, и четко сообщает покупателям о том, что этот товар участвует в акции, а другой товар с желтым ценником не участвует.

Таким образом, по мнению Общества, покупателю четко обозначено какие товары участвуют в акции, а какие не участвуют в акции.

При использовании механики «скидка на группу», определенная группа товаров в магазине размещается в одном месте.

В данной ситуации произошло совпадение названий. Кексы, приобретенные заявителем, находились в другом месте, произведены магазином, место специально не оборудовано дополнительным выделением, данный товар относится к другой категории товара.

Рассмотрев доводы ООО «ГрандТорг», ООО «АльянсТорг» Новосибирское УФАС России приходит к следующим выводам.

Исходя из материалов, представленных заявителем, 10.11.2021г. осуществлена рассылка информации, являющейся рекламой, т.к. содержание SMS-сообщения привлекает внимание к объекту рекламирования: магазинам «Быстроном» и проводимым в данных магазинах акциях, в т.ч. – предоставление скидки 30% на кексы 11-12.11.21.

Новосибирское УФАС России отмечает, что существуют различные способы распространения рекламы, в том числе цифровые по сетям электросвязи. В данном случае – это дистанционное информирование покупателей о проводимой акции по снижению цены на кексы в магазине «Быстроном». При этом из текста сообщения не следует, что информация, в нем содержащаяся, находится во взаимосвязи с информацией о подробностях проведения акции, размещенной в сети Интернет и на территории магазина.

Анализ схемы магазина свидетельствует о том, что товар, указанный в рекламе –

кексы, размещается в двух местах, которые не связаны друг другом, в том числе, визуально. Следовательно, покупатель не имеет возможности оценить и сравнить два различных ценовых предложения на данный товар.

При этом кексы, не участвующие в акции, размещены рядом с входной группой, что способствует приоритетному вниманию потребителей и формированию мнения, что именно о данном товаре информировалось в SMS-сообщении.

В рекламе, распространенной посредством SMS-сообщений, не раскрыта существенная часть предложения, которая подразумевает, распространение условия -30% только на группу товаров, размещенных в одном месте и обозначенных дополнительными средствами выделения.

В рекламе отсутствуют существенные условия о том, что:

- 1) акция действует только при предъявлении «Билета докупателя»,
- 2) скидка не распространяется на товары, выделенные желтым ценником и вкладышем «Акция».

Информация об источниках, содержащих подробные условия акции, в SMS-сообщении также отсутствует.

Реклама содержит лишь привлекательную для потребителя информацию о скидке, в то время как менее привлекательная, но существенная информация о наличии определенных ограничений, указанных выше, раскрывается в иных источниках, в связи с чем потребитель лишается возможности получить полную достоверную информацию из рекламы.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит нарушение ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, как следует из материалов, заявителю не была представлена скидка 30%, заявленная в рекламе.

Исходя из информации, указанной в кассовом чеке, сумма чека без скидки составляет 1628,23 руб., скидка - 391,16руб., итого к оплате - 1237,07руб., что соответствует сумме позиций чека (вишня – 166,39, морковь – 18,46..., кекс Столичный 90г – 4шт.*29,9руб.=179,40руб.).

Такая же цена – 29.90, указана на ценнике: «гарантия свежести Быстроном Кекс Столичный 90г 29.90 Цена указана со скидкой 15%». Следовательно, заявитель купил кексы со скидкой 15%, вместо заявленных 30%.

Таким образом, реклама, распространенная посредством SMS-сообщений, содержит нарушение п.4 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии со ст.38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований п.4 ч.3, ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

ООО «ГрандТорг» является «Заказчиком» по договору возмездного оказания услуг

№4/16 от 01.04.2016г. с «Исполнителем» - ООО «АльянсТорг», которое, согласно п.1.6 договора «осуществляет рекламное обслуживание Исполнителя в форме организации рекламных компаний в магазинах Заказчика, в средствах массовой информации, телекоммуникационных сетях и другими способами...».

В соответствии с п.2.6. указанного договора, в рамках оказания услуг по п. 1.6 настоящего договора Исполнитель на основании данных, предоставленных Заказчиком обязуется:

- организовывать рекламные кампании Заказчика в целях привлечения внимания к товарам или средствам индивидуализации, обеспечения высокого качества взаимодействия с покупателями, поддержания конкурентных цен в магазинах Заказчика, увеличения объемов продаж и роста прибыльности Заказчика;
- осуществлять подготовку и размещение рекламно-информационных материалов Заказчика в средствах массовой информации и телекоммуникационных сетях, на различных стенах, фасадах, прочих конструкциях, в виде постеров, плакатов, сувенирной продукции, логотипов, рекламных брошюр, каталогов и т. д.;
- осуществлять подготовку и размещение световой и наружной рекламы Заказчика, включая рекламные стенды и рекламные щиты, а также получать все необходимые согласования для размещения наружной рекламы;
- осуществлять подготовку, организовывать и проводить рекламные кампании Заказчика в магазинах в виде дегустаций товаров, организовывать участие в выставках, ярмарках, экспозициях, оформлениях витрин, выставок-продаж, комнат образцов и демонстрационных залов, а также организация и проведение других видов рекламы;
- изучать рынок сбыта Заказчика, и покупательский спрос с целью определения наилучшего времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц, на которые должна быть направлена реклама, ориентировать ее на целевые группы по профессии, возрасту, покупательской способности, полу;
- самостоятельно осуществлять выбор форм и методов рекламы, их текстового, цветового и музыкального оформления, разрабатывать адресную программу для наружной рекламы и организовывать работу со всеми подрядными организациями для качественного проведения всех рекламных кампаний Заказчика независимо от масштаба проведения. Самостоятельно определять существенные условия размещения рекламно-информационных материалов, наилучших для Заказчика расценок (тарифов) на рекламно-информационные материалы, сроки размещения, содержание и виды рекламно-информационных материалов и др.;
- формировать рекламно-информационные материалы, по своему содержанию и оформлению соответствующие требованиям действующего законодательства РФ, а также техническим требованиям, предъявляемым к ним соответствующими рекламораспространителями.

- осуществлять контроль за организацией всех процессов при проведении рекламных кампаний Заказчика и осуществляет их оценку эффективности.

Таким образом, рекламодателем, в данном случае, является ООО «АльянсТорг» (ул.Писарева, д. 175, г.Новосибирск, 630015, ОГРН: 1095405013220, Дата присвоения ОГРН: 02.06.2009, ИНН: 5405394779).

Следовательно, в действиях данного юридического лица усматривается нарушение п.4 ч.3, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.4 ст.3 ФЗ «О рекламе», ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Решением Комиссии Новосибирского УФАС России от 18.04.2022г. рекламная информация, распространенная 10.11.2021г. посредством SMS-сообщения следующего содержания: «-40% овощи, ягоды с/м; шоколад_11.11.21 -30% чай, кексы, рулет_11-12.11.21» (отправитель: BYSTRONOM. Дата распространения: 10.11.2021г.), признана ненадлежащей,

ООО «АльянсТорг» (ул.Писарева, д. 175, г.Новосибирск, 630015, ОГРН: 1095405013220, Дата присвоения ОГРН: 02.06.2009, ИНН: 5405394779) признано нарушившим п.4 ч.3, ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе»:

- недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;

- 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

Дата совершения административного правонарушения – 10.11.2021г.

Место совершения административного правонарушения – г. Новосибирск.

Нарушение указанной нормы ФЗ «О рекламе» образует состав административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37,14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом, в действиях Общества с ограниченной ответственностью «АльянсТорг» (ОГРН: 1095405013220) содержится правонарушение, ответственность

за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

При составлении Протокола №054/04/14.3-1526/2022 об административном правонарушении 20.09.2022г., представителем ООО «АльянсТорг» Федорова Н.В. даны пояснения, подтверждающие позицию, изложенную при рассмотрении дела №054/05/5-51/2022 Комиссией Новосибирского УФАС России, и оценка которым дана выше.

Рассмотрев материалы дела об административном правонарушении, Новосибирское УФАС России приходит к выводу о том, что в материалах дела имеется достаточно доказательств для принятия законного, обоснованного и мотивированного решения по делу.

Факты нарушения удостоверяются: решением Комиссии Новосибирского УФАС России от 18.04.2022г. по делу №054/05/5-51/2022 о нарушении законодательства РФ о рекламе; материалами дела №054/05/5-51/2022 о нарушении законодательства РФ о рекламе; протоколом №054/04/14.3-1526/2022 от 20.09.2022г.

С учетом имеющихся в деле доказательств, Новосибирское УФАС России считает доказанным наличие в действиях общества состава административного правонарушения.

В соответствии со статьей 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Частью 1 статьи РФ 1.6 КоАП РФ установлено, что лицо, привлекаемое к административной ответственности, не может быть подвергнуто административному наказанию иначе как на основании и в порядке, установленных законом.

Административным правонарушением в соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Как следует из диспозиции части 1 статьи 14.3 КоАП РФ, объектом правонарушения являются общественные отношения в сфере государственного регулирования рекламы.

Объективная сторона правонарушения выражена в нарушении рекламодателем запрета распространения недостоверной рекламы, в том числе рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара;

а также рекламы, 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.

Объективная сторона правонарушения, совершенного ООО «АльянсТорг», выражается в распространении 10.11.2021г. посредством SMS-сообщения рекламы следующего содержания: «-40% овощи, ягоды с/м; шоколад_11.11.21 -30% чай, кексы, рулет_11-12.11.21» (отправитель: BYSTRONOM. Дата распространения: 10.11.2021г.) с вышеуказанными нарушениями, а именно: непредоставление скидки на кексы в размере 30%, заявленной в рекламе; отсутствие в рекламе существенной информации о наличии определённых ограничений и источниках, раскрывающих подробности проведения акции.

Субъектом данного правонарушения является юридическое лицо – ООО «АльянсТорг».

Применительно к субъективной стороне необходимо принимать во внимание, что с учетом предусмотренных статьей 2 Гражданского кодекса Российской Федерации характеристик предпринимательской деятельности (осуществляется на свой риск), отсутствие вины Общества, при наличии в его действиях признаков объективной стороны правонарушения, предполагает объективную невозможность соблюдения установленных правил, необходимость принятия мер, от него не зависящих.

Доказательств принятия ООО «АльянсТорг» всех зависящих от него мер по соблюдению установленных правил и норм в рамках рассмотрения настоящего дела не установлено.

В связи с этим, в деянии ООО «АльянсТорг» усматривается вина предусмотренная частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ, поскольку у последнего имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ предусмотрена административная ответственность, но Обществом не были предприняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В соответствии со статьей 3.1 КоАП РФ административное наказание является установленной государством мерой ответственности за совершение административного правонарушения, целью которой является предупреждение совершения новых правонарушений как самим правонарушителем, так и другими лицами.

Согласно статье 4.1 КоАП РФ административное наказание за совершение административного правонарушения назначается в пределах, установленных законом, предусматривающим ответственность за данное административное правонарушение, в соответствии с 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.

Оснований, исключающих производство по делу об административном правонарушении, перечень которых установлен статьей 24.5 КоАП РФ, не установлено.

Срок давности привлечения ООО «АльянсТорг» к административной ответственности, установленный статьей 4.5 КоАП РФ, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Обстоятельством, смягчающим административную ответственность, является 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 (п. 7 ч. 1 ст. 4.2 КоАП РФ).

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

Применение положений статьи 2.9 КоАП РФ, и освобождение ООО «АльянсТорг» от административной ответственности признано невозможным, ввиду следующего.

В соответствии со статьей 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

В соответствии с постановлением Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 №5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» 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.

Согласно п.18 Постановления Пленума ВАС РФ от 2 июня 2004 г №10, квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 данного Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

В данном случае каких-либо исключительных обстоятельств не установлено.

При этом необходимо иметь в виду, что с учетом признаков объективной стороны некоторых административных правонарушений, они ни при каких обстоятельствах не могут быть признаны малозначительными, поскольку существенно нарушают охраняемые общественные отношения.

Данное правонарушение не является малозначительным и посягает на общественные отношения в области предпринимательской деятельности, связанные с реализацией ряда конституционных принципов, а именно единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в Российской Федерации, защиты конкуренции и создания условий для эффективного функционирования товарных рынков, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной

рекламы.

Таким образом, наличие (отсутствие) существенной угрозы охраняемым общественным отношением может быть оценено только с точки зрения степени вреда (угрозы вреда), причиненного непосредственно установленному публично-правовому порядку деятельности.

Отсутствие у ООО «АльянсТорг» объективной невозможности для соблюдения требований законодательства и своевременного принятия мер по устранению нарушения материалами дела не установлено.

Согласно ст. 4.1.1 КоАП РФ, 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.

Данное правонарушение совершено ООО «АльянсТорг» впервые, не нанесло вредных последствий, не повлекло 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.

Доказательств причинения имущественного ущерба в материалах дела не содержится.

Рассмотрев материалы дела, учитывая характер правонарушения, финансовое положение лица, наличие смягчающего обстоятельства, установленного п.7 ч.1 ст.4.2, отсутствие отягчающих обстоятельств, установленных ст.4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, руководствуясь статьями 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.6 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «АльянсТорг» (ул.Писарева, д. 175, г.Новосибирск, 630015, ОГРН: 1095405013220, Дата присвоения ОГРН: 02.06.2009, ИНН: 5405394779) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «АльянсТорг» меру административной ответственности в виде предупреждения.

В соответствии со статьей 31.1 КоАП постановление об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления об административном правонарушении, если постановление не было обжаловано или опротестовано, либо после истечения срока, установленного для обжалования решения по жалобе, протесту.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1 – 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со ст. 29.11 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, резолютивная часть Постановления объявлена немедленно.