

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
об административном правонарушении № 4-14.3-486/77-15

«30» июля 2015 года

г. Москва

Я, <...>, рассмотрев Постановление о возбуждении дела об административном правонарушении от 25.05.2015 и материалы дела об административном правонарушении, поступившие из Прокуратуры Северного административного округа г. Москвы, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Директ Почта» (далее — ООО «Директ Почта»), в связи с нарушением п. 15 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), при размещении в газете в Российской газете: неделя (№ 35 от 19.02.2015) рекламы стимулирующего мероприятия, проводимого ООО «Директ Почта», ответственность за которые предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ),

в присутствии:

- представителя ООО «Директ Почта» по доверенности <...>,
- представителя ООО «Директ Почта» по доверенности <...>,
- представителя Прокуратуры Северного административного округа г. Москвы <...>,

УСТАНОВИЛ:

ООО «Директ Почта» является юридическим лицом, действующим на основании Устава. Зарегистрировано в Едином государственном реестре юридических лиц 16.01. 2015 за основным государственным регистрационным номером 1157746030309, ИНН 7714326233, КПП 771401001.

ООО «Директ Почта» распространило в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015) информацию о проводимом Обществом стимулирующем мероприятии следующего содержания: «Стартует большая призовая акция: мы вручаем 3 приза Panasonic. Один из этих призов может стать Вашим благодаря Вашей дате рождения!: Мультиварка (№18), Микроволновая печь (№19), Холодильник (№20). Всего 3 простых действия, чтобы это проверить: 1. Возьмите 2 последние цифры года, в котором Вы родились, и вычтите из этого числа 15. 2. Прибавьте столько лет, сколько Вам исполняется в 2015 году. 3. Разделите полученное число на 5. Внимание! Если у Вас получилось призовое число 18, 19 или 20, скорее звоните! Получите приз, соответствующий этому числу! Звоните скорее! Призы зарезервированы только до 09.04.2015! 8 (499) 215 23 77. Код акции: 03.23300.790.1241».

Размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями (условиями акции), изложенными мелким шрифтом под основным текстом. Данные сведения содержат, в том числе, информацию об организаторе мероприятия — ООО «Директ Почта».

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации № 302 «Российская газета» является средством массовой информации, распространяемым на всей территории Российской Федерации, СНГ и на территории зарубежных стран.

Таким образом, должностным лицом Московского УФАС России установлено, что газета «Российская газета» является общедоступной для неопределенного круга лиц-потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории ее распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, не установлено.

Информация, распространенная в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015), отвечает всем требованиям рекламы: распространена в периодическом печатном издании; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 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.

В настоящем случае объектом рекламирования выступает стимулирующее мероприятие, проводимое ООО «Директ Почта».

На основании изложенного, информация о стимулирующем мероприятии, проводимом ООО «Директ Почта», размещенная в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015), является рекламой.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона 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.

Данная норма права запрещает вводить потребителей в заблуждение посредством искажения смысла рекламной информации ввиду отсутствия части существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

Таким образом, норма части 7 статьи 5 Закона о рекламе запрещает в рекламе умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре, об условиях его приобретения или использования.

Отсутствие в рекламе какой-либо части информации о товаре (услуге), приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемым товаром (услугой).

Размещенная в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015) реклама стимулирующего мероприятия следующего содержания: «Стартует большая призовая акция: мы вручаем 3 приза Panasonic. Один из этих призов может стать Вашим благодаря Вашей дате рождения!: Мультиварка (№18), Микроволновая печь (№19), Холодильник (№20). Всего 3 простых действия, чтобы это проверить: 1. Возьмите 2 последние цифры года, в котором Вы родились, и вычтите из этого числа 15. 2. Прибавьте столько лет, сколько Вам исполняется в 2015 году. 3. Разделите полученное число на 5. Внимание! Если у Вас получилось призовое число 18, 19 или 20, скорее звоните! Получите приз, соответствующий этому числу! Звоните скорее! Призы зарезервированы только до 09.04.2015! 8 (499) 215 23 77. Код акции: 03.23300.790.1241», сопровождается изображением холодильника, микроволновой печи и мультиварки, а также занимает целую газетную страницу.

При этом, вышеуказанный текст рекламы выполнен крупным, хорошо читаемым контрастным шрифтом, размещенном на ярком фоне, в результате чего внимание потребителей рекламы привлекается именно к данной части рекламы.

Вместе с тем, размещение данной информации сопровождается дополнительными сведениями, изложенными мелким шрифтом и расположенными внизу рассматриваемого макета.

Дополнительные сведения содержат следующую информацию: «На правах рекламы. Условия проведения маркетинговой акции «вручаем призы марки Panasonic», приуроченной к выходу нового товарного каталога. 1) ООО «Директ Почта» (далее - «фирма») проводит с 08.02.2015 по 09.04.2015 акцию с вручением главного приза в размере 800 000 р. и доп. премий: 150 000 р., 50 000 р. и 10 000 р. (далее — «приз» и «премии»). Настоящая акция не является конкурсом, игрой или лотереей, т. к. не основана на риске. В данном макете доп. премия — 150 000 р. представлена как холодильник Panasonic Silver Y601, доп. премия 50 000 р. представлена как микроволновая печь Panasonic NN-GD392, доп. премия 10 000 р. представлена как мультиварка Panasonic SR-TMJ181. 2) На 1-м этапе всем клиентам предлагается разгадать зашифрованные на макете слова, позвонив по телефону, сообщить разгаданное слово (правильное/неправильное) и выразить свое согласие на получение

товарного каталога и набора документов информ. характера для дальнейшего участия в акции. 3) На 2-м этапе клиенты, сделавшие и оплатившие заказ из каталога, при выполнении всех условий становятся зарегистрированными участниками акции и претендуют в ее финале на получение приза и премий. Обладатели приза (главный победитель) и премий будут определены в финале акции не случайным образом, а комиссией, согласно «Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов», с учетом суммы заказа (максимальной), даты поступления заказа (быстрый ответ не является основным критерием, преимущество имеет сумма заказа), факта поступления в полном объеме оплаты по данному заказу (в соответствии с данными об оплате, поступившими от кредитной организации). Приз и премии вручается бесплатно безналичным путем в течение 30 дней со дня получения банк. реквизитов за вычетом НДС в размере 35%. Если обладатель приза/премии выбирает вещевой подарок, а не его денежный эквивалент, то он самостоятельно производит оплату НДС в размере 35% и подает данные в ИФНС России. 4) Регистрация на участие в акции завершается за 2 дня до финала по почтовому штемпелю. Предложение действительно для граждан России старше 18 лет. 5) Организатор (продавец) — ООО «Директ Почта». ОГРН 1157746030309. Адрес: 127422, Москва, ул. Костякова, д. 10. Всю корреспонденцию отправляйте по адресу ООО «Директ Почта», а/я 15, Московский АСЦ, 140961. Информацию об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве призов или выигрышей по результатам акции, сроках, месте и порядке их вручения можно узнать по тел.: 8 (499) 215-23-77 (понедельник — пятница с 07:00 — 22:00, выходные с 09:00 до 21:00)».

Все вышеуказанные дополнительные сведения занимают не более 10% от общей площади рекламного макета и расположены отдельным блоком, визуально не ассоциирующимся с рекламным макетом.

Формальное присутствие в рекламе обозначенных условий не позволяет потребителю рекламы воспринимать данные сведения в силу способа их изложения, а также их содержания.

Указанный вывод подтверждается, в том числе и многочисленными жалобами, поступающими в антимонопольный орган на аналогичную рекламу стимулирующих мероприятий, проводимых ООО «Директ Почта», а также жалобами физических лиц в Прокуратуру города Москвы, представленными в материалах рассматриваемого дела.

Должностное лицо Московского УФАС России, оценивая содержание спорной рекламы, приходит к выводу о том, что информация, содержащаяся в основном блоке рекламного макета, противоречит дополнительным сведениям, в которых указаны все существенные условия акции, а также Правилам проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов, утвержденных генеральным директором ООО «Директ Почта» 20.01.2015 (далее — Правила маркетинговых акций).

Так, основной блок спорной рекламы содержит следующее утверждение: «Стартует большая призовая акция: мы вручаем 3 приза Panasonic. Один из этих призов может стать Вашим благодаря Вашей дате рождения!: Мультиварка (№18), Микроволновая печь (№19), Холодильник (№20). Всего 3 простых

действия, чтобы это проверить: 1. Возьмите 2 последние цифры года, в котором Вы родились, и вычтите из этого числа 15. 2. Прибавьте столько лет, сколько Вам исполняется в 2015 году. 3. Разделите полученное число на 5. Внимание! Если у Вас получилось призовое число 18, 19 или 20, скорее звоните! Получите приз, соответствующий этому числу!».

Такая формулировка рекламы создает впечатление у лица, воспринимающего ее, завершенность рекламного текста. Спорная реклама вводит в заблуждение ее потребителя, так как утверждает, что лицу для получения выигрыша достаточно получить число 19,18 или 20 и позвонить по указанному номеру.

Однако, призовой номер, согласно информации, указанной в рекламе, вычисляется путем вычитания из двух последних цифр года рождения, в котором родился участник, числа 15 и прибавления к нему возраста, достигнутого им в 2015 году.

Необходимо отметить, что после проведения указанных расчетов практически у всех лиц получается число 20. Таким образом, ООО «Директ Почта» в данном случае применен «математический фокус» с целью дополнительного стимулирования интереса потребителей рекламы. То есть информация, указанная в основном блоке противоречит дополнительным условиям, указанным мелким шрифтом, а также условиям проведения маркетинговой акции.

Между тем, в блоке рекламы, напечатанном мелким шрифтом, содержатся совершенно иные правила проведения маркетинговой акции. В нем указано, что потребителю рекламы «разгадавшему зашифрованные на макете слова», всего лишь предоставляется возможность позвонить по указанному номеру телефона и выразить свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера для дальнейшего участия в акции. Однако в основном блоке рекламы не содержится предложений разгадать какие-либо слова.

Таким образом, получение в результате математических вычислений числа 18, 19 или 20 не делает потребителя рекламы обладателем холодильника или иного приза, указанные числа не делают его даже участником акции.

Согласно решению о проведении маркетинговой акции от 20.01.2015, решению о внесении изменений в условия акции от 23.01.2015, такие призы, как холодильник, микроволновая печь и мультиварка не предусмотрены. В акции разыгрываются только денежные призы: Главный приз — 800 000 рублей, дополнительные денежные премии — 150 000 рублей, 50 000 рублей и 10 000 рублей. Информации о том, что указанные предметы бытовой техники соответствуют определенным денежным призам, решение о проведении акции не содержит. Более того, в блоке рекламы, размещенном крупным шрифтом, отсутствует вещевой эквивалент Главного приза в размере 800 000 рублей. Таким образом, основной блок рекламы не содержит какой-либо информации о количестве и размере разыгрываемых в акции призов, об условиях их

получения.

Вместе с тем, после слов «Один из этих призов может стать Вашим благодаря Вашей дате рождения! Внимание! Если у Вас получилось призовое число 18, 19 или 20, скорее звоните! Получите приз, соответствующий этому числу!» в рекламе указана ссылка-звездочка, в соответствии с которой обладателем 800 000 рублей можно стать только при выполнении всех условий акции, указанных ниже (т. е. в блоке дополнительных сведений, напечатанных мелким шрифтом).

Исходя из информации, изложенной в спорной рекламе мелким шрифтом (условия акции), клиенту, в результате расчета получившему выигрышный номер 18,19 или 20, предоставляется возможность позвонить по указанному номеру телефона и выразить свое согласие на получение товарного каталога и набора документов информационного характера для дальнейшего участия в акции.

В тоже время, в соответствии с пунктом 2.7 Правил маркетинговых акций, обладатель денежного или вещного приза — участник акции, сделавший и оплативший заказ и на основании критериев, указанных в настоящих правилах и условиях акции, признанный по результатам выбора комиссии обладателем денежного и/или вещного приза, за исключением главного приза.

В соответствии с п. 2.10 вышеуказанных правил «призеры» - это участники акции, сделавшие и оплатившие заказ, согласно условиям конкретной акции и признаны получателями денежных, вещевых и иных Призов, на основании Решения комиссии.

Все вышеприведенные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что ООО «Директ Почта» проявило недобросовестность при определении содержания рекламы, что привело к искажению смысла рекламы и ввело в заблуждение ее потребителей.

Согласно пункту 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», если в рекламе информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования.

Принимая во внимание наличие в спорной рекламе противоречивых сведений о правилах и сроках определения главного победителя/победителя, должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что данная информация в рекламе фактически отсутствует.

Таким образом, при распространении в «Российской газете: неделя» (№ 35 от

19.02.2015) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия установлено нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 15 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правилах и сроках проведения конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии.

В блоке рекламы, напечатанном мелким шрифтом, указано, что маркетинговая акция проводится с вручением главного приза в размере 800 000 рублей и дополнительных премий: 150 000 рублей, 50 000 рублей и 10 000 рублей. Однако в основном блоке рекламы написано только про такие призы как холодильник, микроволновая печь и мультиварка.

Между тем, в соответствии с решением о проведении маркетинговой акции от 24.01.2015, а также решением о внесении изменений в условия маркетинговой акции от 23.01.2015, к розыгрышу представлено четыре приза: главный приз в размере 800 000 рублей, дополнительные премии в размере 150 000 рублей, 50 000 рублей и 10 000 рублей.

Согласно пп 3.7, 3.8 Правил проведения маркетинговых акций, определения призеров и вручения призов «денежные призы могут представляться Компанией в условиях и/или документах информационного характера с условиями Акции в виде различных вещей, в том числе автомобилей, туристических путевок. При этом право выбора между предоставлением вещевого или денежного эквивалента приза его обладателю остается за Компанией, если иное не предусмотрено условиями маркетинговой акции», а также « характеристики вещевых призов, указанных в документах информационного характера с условиями акции, определяются Компанией по своему усмотрению и могут отличаться от изображений, размещенных в документах информационного характера, а также не совпадать с ожиданиями и предпочтениями участников акции».

Учитывая вышеизложенные факты, представляется очевидным, что ООО «Директ Почта» не имело намерения вручать победителям акции указанные в рекламе вещевые призы, следовательно, сведения о их розыгрыше являются ложными.

Таким образом, при распространении в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015) рекламы рассматриваемого стимулирующего мероприятия установлено нарушение пункта 15 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившееся в размещении рекламы, в которой содержатся не соответствующие действительности сведения о правилах проведения стимулирующего мероприятия, в том числе, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения.

Местом совершения административного правонарушения является территория распространения «Российской газеты: неделя» (№ 35 от 19.02.2015), в

том числе город Москва.

Время совершения административного правонарушения — 19.02.2015 (первый день распространения «Российской газеты: неделя» (№ 35 от 19.02.2015).

Исходя из материалов рассматриваемого дела, указанная реклама распространялась на основании договора № 04/2015-р от 02.02.2015, заключенного между ООО «Директ Почта» и ФГБУ «Редакция «Российской газеты».

В соответствии с пунктом 1.1 данного договора, ФГБУ «Редакция «Российской газеты» оказывает услуги по размещению рекламных-информационных материалов (далее — РИМ) ООО «Директ Почта» в выпуске Российской газеты: Неделя. Согласно п. 3.3. ООО «Директ Почта» обязуется «предоставить готовый макеты или текст (в случае, если в соответствии с условиями договора ФГБУ «Редакция «Российской газеты» осуществляет подготовку макета) РИМ в электронном виде»; «предоставлять Редакции полную информацию необходимую для подготовки рекламы...».

В соответствии п. 3.6 ООО «Директ Почта» обязано обеспечить соответствие РИМ требованиям законодательства о рекламе.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На основании представленных в материалах настоящего дела документов установлено, что ООО «Директ Почта» осуществляет деятельность, связанную с розничной торговлей товарами дистанционным способом.

В целях поддержания интереса к своим товарам и способствованию их реализации, ООО «Директ Почта» проводит стимулирующие мероприятия (маркетинговые акции с вручением ценных призов), информация об одном из которых была размещена в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015). Данный факт подтверждается письменными пояснениями Общества.

На основании изложенного и учитывая то обстоятельство, что размещение спорной рекламы в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015) осуществлялось в интересах и по заказу ООО «Директ Почта», должностное лицо Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является ООО «Директ Почта».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 15 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Ответственность за нарушение названных требований предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо

признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Вина ООО «Директ Почта» состоит в размещении в «Российской газете: неделя» (№ 35 от 19.02.2015) рекламы стимулирующего мероприятия с нарушением пункта 15 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе. Московским УФАС России не установлено объективных обстоятельств, делающих невозможным соблюдение указанных требований.

Таким образом, ответственность за нарушение требований пункта 15 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 Закона о рекламе в соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ несет ООО «Директ Почта».

В соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Должностным лицом Московского УФАС России не установлено обстоятельств отягчающих административную ответственность, а также обстоятельств смягчающих административную ответственность ООО «Директ Почта».

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства Российской Федерации о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан — от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц — от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; юридических лиц — от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Таким образом штраф, подлежащий взысканию, составляет 100 000 рублей.

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

ПОСТАНОВИЛ:

За нарушение части 1 статьи 14.3 КоАП РФ назначить ООО «Директ Почта» (адрес места нахождения: 127015, г. Москва, ул. Вятская, д. 7, стр. 7, ОГРН 1157746030309, ИНН 7714326233, КПП 771401001) административное наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении

административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП РФ.

В соответствии с частью 5 статьи 32.2 КоАП РФ при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в части 1 настоящей статьи, судья, орган, должностное лицо, вынесшие постановление, направляют в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

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

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

- 40% в Федеральный бюджет;
- 60% в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано ООО «Директ Почта», перечислением через банк, обслуживающий хозяйствующий субъект.

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

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для Московского УФАС России)
Банк получателя: Отделение 1 Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Центральному Федеральному округу г. Москва (краткое: Отделение 1 Москва)
ИНН 7706096339
КПП 770601001
БИК 044583001
р/с 40101810800000010041
КБК 161 1 16 26000 01 6000140
ОКТМО 45384000
Назначение платежа: административный штраф по делу № 4-14.3-486/77-15.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двухкратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.

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

получения копии постановления.

В соответствии с пунктом 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Приложение: квитанция на 1 листе.