



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания
в виде административного штрафа
по делу № 149/2-2017 об административном правонарушении
(ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ)

Резолютивная часть объявлена 10 ноября 2017 года

В полном объеме изготовлено 15 ноября 2017 года

г. Екатеринбург

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области <...>, рассмотрев на основании ст. 23.48 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) и в порядке ст. 29.7 КоАП РФ протокол от 27.10.2017 и иные материалы дела №149/2-2017 об административном правонарушении в отношении <...> (паспорт: <...>), исполнявшего обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО» с 26.10.2015 по 01.06.2017, по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ,

УСТАНОВИЛ:

Поводом к возбуждению дела согласно п.1 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ и примечания к ней явилось непосредственное обнаружение должностным лицом Свердловского УФАС России достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения, при принятии Решения Свердловского УФАС России по делу №149 от 09.08.2017 о нарушении законодательства о рекламе.

Дело согласно п. 3 ч. 4 ст. 28.1. КоАП РФ возбуждено 27.10.2017 путем составления заместителем начальника отдела контроля органов власти Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области <...> в соответствии с ч.4.1 ст.28.2 КоАП РФ протокола об административном правонарушении с участием защитника <...> (доверенность б/н от 08.09.2017) в отсутствие <...>, извещенного в порядке ст. 25.15 КоАП РФ о времени и месте составления протокола, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 62007713030201, размещенным на сайте ФГУП «Почта России» www.pochta.ru, согласно которому корреспонденция (исх. № 14763 от 25.09.2017), направленная по адресу осуществления полномочий <...>, была им получена 04.10.2017; согласно отчету об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 62007713030218, корреспонденция (исх. № 14763 от 25.09.2017), направленная по адресу места жительства <...>, не была им получена в связи с неудачной попыткой вручения, при этом срок хранения корреспонденции истек.

В соответствии с п. 24.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2010 № 10 не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения

направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

Определением от 27.10.2017 (исх.№16831 от 30.10.2017) назначены место и время рассмотрения дела на 10.11.2017.

Дело в соответствии с ч.2 ст.25.1 КоАП РФ рассмотрено 10.11.2017 с участием защитника <...> (доверенность б/н от 08.09.2017) в отсутствие <...>, извещенного в порядке ст.25.15 КоАП РФ о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается отчетом об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 62007716302732, размещенным на сайте ФГУП «Почта России» www.pochta.ru, согласно которому корреспонденция (исх. №16831 от 30.10.2017), направленная по адресу осуществления полномочий <...>, была им получена 07.11.2017; согласно отчету об отслеживании отправления с почтовым идентификатором 62007716302749, корреспонденция (исх. № 16831 от 30.10.2017), направленная по адресу места жительства <...>, не была им получена в связи с неудачной попыткой вручения, при этом срок хранения корреспонденции истек.

Отводов и иных ходатайств (ст.24.2 КоАП РФ) не заявлено, а обстоятельств, исключающих возможность рассмотрения дела об административном правонарушении должностным лицом Свердловского УФАС России (ст.29.2 КоАП РФ) и участия в производстве по делу об административном правонарушении участвующих в нем лиц (ст.25.12 КоАП РФ), не выявлено.

Оценив в порядке ст. 26.11 КоАП РФ имеющиеся в деле доказательства, должностное лицо, осуществляющее производство по делу, приходит к следующим выводам относительно подлежащих согласно ст. 26.1 КоАП РФ выяснению обстоятельств:

1. Событие предусмотренного ч.1 ст.14.3 КоАП РФ административного правонарушения проявляется в нарушении законодательства о рекламе.

При этом наличие события, совершенного с сентября по декабрь 2016 года административного правонарушения на территории Свердловской области (г. Екатеринбург), установлено решением Свердловского УФАС России по делу №149 от 09.08.2017, которым выявлен факт нарушения п.12 ч.3 ст.5, п.4 ч.3 ст.5, п.1 ч. 2 ст.5, п.1 ч. 3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закона о рекламе).

Решение Свердловского УФАС России по делу №149 от 09.08.2017, согласно ст. 26.2 и ст. 26.7 КоАП РФ, является письменным доказательством по делу.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 -3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не

оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

Указанным решением, которое не оспорено в установленном порядке, установлено следующее:

В соответствии с п.1 ст. 3 Закона 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.

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 (п.2 ст.3 Закона о рекламе).

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3 ст. 3 Закона о рекламе).

ООО «Эльдорадо» распространило в рекламных буклетах (распространяемых до 14 декабря 2016 года) рекламу следующего содержания:

«Воспользуйтесь всеми преимуществами Эльдорадо:

-Техника класса «А», популярные модели премиальных брендов и мировые новинки по привлекательным ценам.

-Выгодная бонусная программа. 1 бонус=1 рубль. Оплата бонусами до 100% стоимости следующей покупки.

-Быстрый и удобный заказ на Eldorado.ru - получение в магазине или доставка.

-Круглосуточная консультация экспертов колл - центра при выборе товара в интернет - магазине 8-800-250-25-25.

-Обмен и возврат техники в течение 30 дней с момента покупки».

Данная информация в ходе рассмотрения дела не нашла достоверного подтверждения о заявленных преимуществах перед другими конкурирующими организациями.

Утверждения ООО «Эльдорадо» о том, что данные сведения относятся к предлагаемым клиентам ООО «Эльдорадо» опциям и возможностям, Комиссия не сочла обоснованными, так как указанные возможности предлагают другие компании аналогичного профиля, и они не являются преимуществами ООО «Эльдорадо».

Согласно п.12 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара.

Комиссия установила: ООО «Эльдорадо» в буклете с 15 по 28 сентября указало слоган: *«Сравниваем цены. Предлагаем лучшие!»*. Данное утверждение в

связке со следующим предложением *«Найдите дешевле - снизим цену и подарим 10% от разницы в цене»* является противоречием, вводит потребителя в заблуждение, так как изначальное заявление о том, что в ООО «Эльдорадо» лучшие цены, подразумевает под собой то, что у конкурентов цены выше гарантировано, в то время, как следующая фраза *«Найдите дешевле - снизим цену и подарим 10% от разницы в цене»* опровергает его. Таким образом, Комиссия Свердловского УФАС России полагает, что данная реклама содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости товара.

Недостовойной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара (п.4 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе).

В период с сентября по декабрь 2016 года в буклетах магазина «Эльдорадо» распространялась реклама с текстом: *«Качество по лучшей цене»*.

ООО «Эльдорадо» ранее поясняло, что в рекламных материалах использована фраза *«Качество по лучшей цене»*, а далее графический элемент eldorado.ru на том основании, что ООО «Эльдорадо» является правообладателем товарного знака по свидетельству № 597648 от 13.11.2015, и полагало, что вправе использовать фразу *«Качество по лучшей цене»* в рекламе, в том числе и без графического элемента. Однако позже высказали иную точку зрения, что использование указанного слогана в качестве товарного знака без графического элемента с точки зрения законодательства является некорректным.

Комиссия Свердловского УФАС России полагает, что неправомерно использовать слоган без графического элемента, фраза: *«Качество по лучшей цене»* должна рассматриваться, как отдельное утверждение, используемое в рекламной информации.

Данное утверждение не подтверждается объективными критериями, по которым осуществляется сравнение, что ООО «Эльдорадо» предлагает качество по лучшей цене в сравнении с конкурентами.

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недобросовестной.

В соответствии с Постановлением Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона «О рекламе», использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостовойной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе).

2. Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2 и ч.3 ст.5 Закона о рекламе, несет рекламоатель (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламоатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламоателем данной рекламы является ООО «Эльдорадо» (125493, г. Москва, ул. Смольная, д. 14; ИНН 7715641735; ОГРН 5077746354450).

Данные обстоятельства подтверждаются решением Свердловского УФАС России по делу №149 от 09.08.2017.

В соответствии с ч. 3 ст. 2.1 КоАП РФ в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено (статья 2.4 КоАП РФ), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц (п. 15 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 (ред. от 19.12.2013) «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»).

Административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей. Совершившие административные правонарушения в связи с выполнением организационно-распорядительных или административно-хозяйственных функций руководители и другие работники иных организаций несут административную ответственность как должностные лица (ст. 2.4 КоАП РФ).

Материалами административного дела доказано, что должностным лицом ООО «Эльдорадо», обладающим организационно-распорядительными и административно-хозяйственными полномочиями, на которого, в том числе, возложены полномочия по осуществлению контроля за соблюдением законодательства РФ о рекламе при распространении обществом рекламы, виновным в нарушении рекламного законодательства, является <...>, исполнявший обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО» в период распространения ненадлежащей рекламы с сентября по декабрь 2016 года (Приказ №146-п/АН00 от 26.10.2015 о приеме работника на работу, Приказ №105-кп/АН00 от 01.06.2017 о переводе работника на другую работу (с должности директора по маркетингу на должность Вице-Президента по маркетингу), поскольку именно его действиями (бездействием) было допущено выявленное нарушение.

Согласно Должностной инструкции директора по маркетингу ООО «Эльдорадо» в должностные обязанности данного должностного лица входит проведение регулярного анализа текущей ситуации по каждой из зон ответственности (реклама, торговый маркетинг, контроль маркетингового бюджета) с предоставлением выводов и предложений по ее улучшению (п.1.8); разработка и реализация стратегии рекламной поддержки товарного знака Эльдорадо, федеральных и локальных промо-акций, реализация поддержки магазинов Компании с помощью инструментов торгового маркетинга, включая федеральные и локальные акции, выпуск буклета Эльдорадо и других печатных материалов,

открытия/закрытия/ребрендинга магазинов в соответствии со стандартами рекламного оформления и прочее (п.1.13). Согласно указанной должностной инструкции директор по маркетингу обязан знать законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность (п. «Знания и навыки»).

Между тем, как установлено материалами дела и не оспаривается должностным лицом ООО «Эльдорадо», <...> не удостоверился в достоверности сведений и добросовестности рекламы, размещенной в рекламных буклетах «Эльдорадо» с сентября по декабрь 2016 года, распространив, таким образом, рекламу с нарушением требований п.12 ч.3 ст.5, п.4 ч.3 ст.5, п.1 ч. 2 ст.5, п.1 ч. 3 ст.5 Закона о рекламе.

3. 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 (п.1 ст. 2.1 КоАП РФ).

Административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично (ч. 1 ст. 2.2 КоАП РФ).

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

Выяснение виновности лица в совершении административного правонарушения осуществляется на основании данных, зафиксированных в протоколе об административном правонарушении, объяснений лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в том числе об отсутствии возможности для соблюдения соответствующих правил и норм, о принятии всех зависящих от него мер по их соблюдению, а также на основании иных доказательств, предусмотренных ч.2 ст.26.2 КоАП РФ.

По результатам оценки в соответствии со ст. 26.11 КоАП РФ представленных материалов должностное лицо Свердловского УФАС России установило, что при распространении ненадлежащей рекламы ООО «Эльдорадо» в буклетах с сентября по декабрь 2016 года в магазинах «Эльдорадо» на территории г. Екатеринбурга у <...>, исполнявшего обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО» в период распространения рекламы (с 26.10.2015), имелась возможность для обеспечения соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ предусмотрена административная ответственность: возможность проконтролировать содержание рекламы на предмет соблюдения требований рекламного законодательства.

<...>, исполнявший обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО», мог осуществить контроль и предпринять соответствующие организационные и управленческие решения, направленные на недопущение распространения ненадлежащей рекламы, а именно:

- не включать в текст рекламы несоответствующие действительности сведения о предоставлении преимуществ приобретателю рекламируемого товара в виде фразы «Воспользуйтесь всеми преимуществами Эльдорадо», а также о цене товара путем употребления фразы «Сравниваем цены. Предлагаем лучшие»;

- воздержаться от использования в рекламе некорректного сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, выраженного в словосочетании «Качество по лучшей цене»;

- не использовать в рекламе выражение «Качество по лучшей цене», в условиях отсутствия объективного подтверждения преимуществ рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

По обстоятельствам дела <...> как должностное лицо, при распространении Обществом ненадлежащей рекламы, не предвидел возможности наступления таких последствий, хотя должен был и мог их предвидеть, тем самым совершил административное правонарушение по неосторожности (ч.2 ст.2.2 КоАП РФ).

Таким образом, <...>, исполнявший обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО», является виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

<...> признал вину в совершении административного правонарушения.

Наличие исключительных обстоятельств, связанных с характером совершенного административного правонарушения и его последствиями, имущественным и финансовым положением привлекаемого к административной ответственности юридического лица (ч.ч. 3.2 - 3.3 ст. 4.1 КоАП РФ), позволяющие назначить наказание в виде административного штрафа в размере менее минимального размера административного штрафа, не установлены.

4. Обстоятельства, смягчающие (ст.4.2 КоАП РФ), и (или) отягчающие (ст. 4.3 КоАП РФ) административную ответственность, не выявлены.

5. Ущерб, причиненный административным правонарушением, не выявлен.

6. Обстоятельства, исключающие производство по делу об административном правонарушении (ст.24.5 КоАП РФ), не выявлены.

7. Причины и условия, способствовавшие совершению административного правонарушения, не выявлены.

За совершение должностным лицом предусмотренных ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ административных правонарушений установлено административное наказание в виде административного штрафа от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей.

В рассматриваемой ситуации доказательств наличия каких – либо исключительных обстоятельств, позволяющих квалифицировать правонарушение, совершенное <...>, исполнявшим обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО», как малозначительное, не представлено.

Немотивированные случаи прекращения производства по делу по малозначительности и освобождения от административной ответственности за допущенные нарушения неизбежно ведут к формированию у подотчетных субъектов халатного отношения к исполнению своих обязанностей, уверенности в собственной безнаказанности.

Необоснованное применение ст.2.9 КоАП РФ противоречит задачам производства по делам об административных правонарушениях, сформулированным в ст.24.1 КоАП РФ, основополагающей из которых является обеспечение исполнения вынесенного постановления.

Административное правонарушение, совершенное <...>, исполнявшим обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО», административная ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, не может быть признано малозначительным.

Согласно введенными Федеральным законом от 03.07.2016 №316-ФЗ ч.3 ст.3.4 и ч.2 ст.4.1.1 КоАП РФ в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей особенной части Кодекса, административное наказание за впервые совершенное административное правонарушение в виде административного штрафа может быть заменено являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицу, осуществляющему предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, или юридическому лицу, а также их работникам на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных [частью 2 статьи 3.4](#) настоящего Кодекса.

При этом 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 (ч.2 ст.3.4 КоАП РФ).

Между тем, в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства, размещенном на сайте ФНС России, сведения об ООО «Эльдорадо» (ИНН 7715641735), как о субъекте малого или среднего предпринимательства отсутствуют, доказательств иного <...> в ходе рассмотрения дела об административном правонарушении не представлено.

На основании вышеизложенного, с учетом общественно-значимого характера совершенного правонарушения, общественных отношений, на защиту которых направлены требования и ограничения ст. 5 Закона о рекламе, с учетом поступившего в антимонопольный орган заявления с жалобой на распространение ненадлежащей рекламы, руководствуясь ст. 33 Закона о рекламе, ст. ст. 4.1- 4.3, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 КоАП РФ,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать <...> (паспорт: <...>), исполнявшего обязанности директора по маркетингу ООО «ЭЛЬДОРАДО» с 26.10.2015 по 01.06.2017, виновным в совершении административного правонарушения, административная ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, и назначить ему административное наказание в виде административного штрафа в минимальном размере **4 000 (четыре тысячи) рублей**.

Статьей 31.5 КоАП РФ предусмотрены отсрочка и рассрочка исполнения постановления о назначении административного наказания.

В соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 30.1 и ч. 1 ст. 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу, либо в суд по месту рассмотрения дела в срок, установленный действующим законодательством.

Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении может быть подана в течение *десяти суток* со дня вручения или получения копии постановления (ч.1 ст.30.3 КоАП РФ).

Административный штраф должен быть уплачен в полном размере лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее *шестидесяти дней* со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу, за исключением случая, предусмотренного ч. 1.1 или 1.3 настоящей статьи, либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных [ст. 31.5](#) настоящего Кодекса (ч.1 ст.32.2 КоАП РФ).

При неуплате административного штрафа в указанный срок <...> (его представителю) надлежит явиться в первый следующий за ним рабочий день в 10 час. 00 мин. в Свердловское УФАС России (г. Екатеринбург, ул. Московская, д. 11, каб. 220) для составления протокола об административном правонарушении по ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

Суммы штрафов, уплаченных за нарушения законодательства о рекламе, зачисляются по следующим реквизитам:

Получатель:

ИНН 6658065103

КПП 665801001

УФК по Свердловской области (Свердловское УФАС России)

Р/с 40101810500000010010 в Уральском ГУ Банка России

БИК 046577001

Назначение платежа: КБК (код бюджетной классификации) – 161 1 16 26 000 01 6000 140 (Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе)

ОКТМО 65701000

УИН 16172111500001005579

Согласно ч. 1 ст. 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Согласно ч. 1 ст. 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,

Копия постановления вручена или получена

_____,
что подтверждается _____.

Постановление (решение от _____ по жалобе, протесту) вступило
в законную силу _____ (ст. 31.1 КоАП
РФ).

Заместитель руководителя Управления

<...>