

виде СМС-сообщений. Поначалу он пытался решить проблему самостоятельно. Обратился к своему сотовому оператору с просьбой исключить его номер из СМС-рассылок. На это он получил ответ, что технически это сделать очень сложно, практически невозможно. На тот период в области отсутствовала судебная практика привлечения к ответственности за подобные нарушения. Но наши юристы сочли, что нарушается закон о рекламе. Основная сложность в подобного рода делах – поиск источника, из которого информация о личных данных была незаконно передана третьим лицам. Но мы получили поддержку со стороны сотрудников регионального УФАС.»

2. Под указанной статьей размещены сведения: **«ВНИМАНИЕ! ВЫИГРАЙТЕ ТЫСЯЧУ!** С этого номера, с 6 ноября и до 18 декабря «Скорая помощь» участвует в предновогодней лотерее. Вырезайте купоны, заполняйте их и присылайте к нам в редакцию (адрес: 400005, Волгоград, пр. Ленина, 56а). В итоге, вы гарантированно получите ответ на свой вопрос, кроме того, у вас появится шанс выиграть приз - 1тысячу рублей. В последнем номере 2013-го года мы назовем имя счастливого.»

Согласно п. п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с подп. 10 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами.

В силу подп. 2 ч. 5 ст. 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами.

Статья 9 ФЗ «О рекламе» закрепила, что в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны: 1) сроки проведения такого мероприятия; 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В соответствии со статьей 16 ФЗ «О рекламе» размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы".

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого

содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В связи с тем, рассматриваемая информация, признанная на стадии решения вопроса о возбуждении дела рекламной, опубликованная на стр. 16 газеты «МК в Волгограде» за 6-13 ноября 2013, не соответствовала указанным требованиям законодательства о рекламе, было возбуждено дело № 13-03-5/9-02/658 в отношении ОАО «Волга-Медиа» (Волгоград, пр. им. Ленина, 56 «а», инд. 400005).

В рамках рассмотрения дела № 13-02-5/9-02/658 Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе также признаков нарушения ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», закрепившей, что 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.

Представителем ОАО «Волга-Медиа» представлены письменные объяснения по фактам, явившимся основанием для возбуждения дела № 13-03-5/9-02/658.

Общество не признало наличия в рассматриваемых Комиссией антимонопольного органа действия признаков нарушения законодательства о рекламе, просило производство по делу № 13-03-5/9-02/658 прекратить.

Изучив материалы дела, выслушав доводы представителя лица, в отношении которого возбуждено дело № 13-03-5/9-02/658, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

ОАО «Волга-Медиа» является лицом, осуществляющим права и обязанности редакции газеты «МК в Волгограде» на основании договора № 97/Р от 01.09.2012г., заключенного с ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец».

В силу п. 2.1.1 указанного договора ОАО «Волга-Медиа» («Партнер») обязуется самостоятельно осуществлять сбор информации для размещения в газете «Московский Комсомолец «МК в Волгограде» по своему усмотрению в рамках тематики соответствующего средства массовой информации - общественно-политическая газета. Партнер самостоятельно несет ответственность за соответствие требованиям законодательства Российской Федерации подготовленных им к печати материалов, фотомонтажей и размещенных рекламных объявлений (п. 4.3 договора от 01.09.2012г. № 97/Р).

ОАО «Волга-Медиа» в письме от 29.11.2013г. № 965 сообщило, что статья под названием «На агрессивной СМС-рекламе можно заработать», размещенная в газете «Московский комсомолец «МК в Волгограде» № 46 от 06.11 2013г. и на сайте «МК.ru» была размещена в ответ на обращение читателя газеты с вопросом в рубрику «Скорая информационная помощь «Волга-Медиа» по инициативе журналиста редакции газеты «МК в Волгограде». При подготовке указанного

материала журналист использовал статью под названием «Как отсудить 15 тысяч за навязчивый СМС-спам», размещенную на сайте Vl.ru 08.10.2013г., и комментарии В. Колтырина.

На указанной полосе помещен, как указало Общество, единый блок информации рубрики «Скорая информационная помощь «Волга-Медиа» в действии!». В рамках этой рубрики журналисты газеты посредством обращения за консультацией к сотрудникам ОАО «Волга-Медиа», а также иным привлеченным на безвозмездной основе специалистам сферы ЖКХ, пенсионной системы, социальной сферы и других сфер, отвечают на вопросы, поступающие от читателей газеты в соответствующую рубрику. Данная рубрика учреждена с целью повышения гражданской и общественной активности, правовой, финансовой и общей грамотности среди читателей газеты «Московский комсомолец «МК в Волгограде». Рубрика является постоянной и предназначена для читателей, не имеющих достаточных финансовых и временных возможностей для обращения за консультацией в специализированные организации. Ответы на вопросы читателей публикуются в газете бесплатно.

Комиссия Волгоградского УФАС России установила: в рассматриваемой части рубрики «МК-эксперт» размещена информация о деятельности отдела Административная практика бюро "Национальный юридический центр". В поддержку данного довода необходимо отметить, что вся статья оформлена таким образом, что концентрирует внимание читателя на проблеме: «НА АГРЕССИВНОЙ СМС-РЕКЛАМЕ МОЖНО ЗАРАБОТАТЬ» (в заголовке), фотография телефона и денежных купюр, сопровождающаяся надписью «Если потрудиться, можно и на смс-атаке обогатиться». В самой статье указывается организация, которая может помочь «обогатиться».

Примечательно, что только в этой части статьи называется конкретная организация (отдел Административная практика бюро "Национальный юридический центр"), которая имеет практику по судебной защите прав граждан, получающих нежелательные смс - рассылки рекламного характера. В другой части статьи «Кто ответит за потоп» указано, что на вопрос отвечает «наш эксперт по ЖКХ».

В рассматриваемой статье имеется указание на то, что отдел Административная практика бюро "Национальный юридический центр" получил поддержку со стороны сотрудников регионального УФАС, что не соответствует действительности.

Т.О., данная часть рубрики «Скорая информационная помощь» «Медвежья смс-услуга» содержит ряд признаков рекламы (распространена посредством публикации в печатном издании в форме ответа на актуальный вопрос, адресована неопределённому кругу лиц, а не конкретному читателю, поскольку газета доступна для прочтения широкому кругу потребителей, сталкивающимся с аналогичной проблемой).

Однако с учётом доводов ОАО «Волга-Медиа», а также того обстоятельства что в статье «Медвежья смс-услуга» не имеется указаний на телефон, адрес практики бюро "Национальный юридический центр", ссылок на источники информации о данной организации, Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу об обоснованности доводов ОАО «Волга-Медиа» относительно того, что данная статья не является рекламной, а именно не направлена на привлечение внимания к

объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

С учётом этого, несмотря на то, что статья «Медвежья смс-услуга» содержит несоответствующие действительности сведения о том, что отдел Административная практика бюро "Национальный юридический центр" получил поддержку со стороны сотрудников регионального УФАС, она не подпадает под регламентацию ФЗ «О рекламе».

В связи с изложенным, в части анализа соответствия требованиям ФЗ «О рекламе» информации, изложенной в рубрике «Скорая информационная помощь» в статье «Медвежья смс-услуга», опубликованной на странице 16 газеты «МК в Волгограде» за 6-18 ноября 2013г., признаки нарушения подп. 10 ч. 3 ст. 5, подп. 2 ч. 5 ст. 5, ст. 16 ФЗ «О рекламе» в действиях ОАО «Волга-Медиа» не подтвердились.

Относительно опубликованного на странице 16 газеты «МК в Волгограде» за 6-18 ноября 2013г. сообщения о проведении конкурса «Внимание! Выиграйте тысячу!..» Комиссия антимонопольного органа установила следующее.

Представитель ОАО «Волга-Медиа» подчеркнул, что рубрика «Скорая информационная помощь «Волга-Медиа» в действии!», размещенная на странице 16 газеты «Московский комсомолец «МК в Волгограде», являясь целостным информационным материалом, включает в себя: - два ответа на вопросы читателей, обозначенные подзаголовками «Кто ответит за потоп» и «Медвежья смс-услуга»; - предложение принять участие в предновогоднем конкурсе рубрики «Скорая информационная помощь «Волга-Медиа» в действии!» путем заполнения и направления в редакцию купона, размещенного в данной рубрике (это предложение текстуально выражено в виде публикации изображения купона и объявления о предновогоднем конкурсе).

Учитывая это, пометка «реклама», содержащаяся в начале указанной рубрики, напротив упомянутого купона, распространяется, как указало ОАО «Волга-Медиа», и на изложенное ниже по тексту объявление о возможности принять участие в конкурсе посредством заполнения и отсылки опубликованного в газете купона.

Статьей 16 ФЗ «О рекламе» установлено, что размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Законом, как отметил представитель ОАО «Волга-Медиа», не установлено, в каком месте рекламного материала, должна размещаться пометка «реклама». Рекламодатель вправе самостоятельно выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара.

В связи с изложенным Комиссия Волгоградского УФАС России пришла к выводу об обоснованности доводов Общества относительно отсутствия признаков нарушения ст. 16 ФЗ «О рекламе» при публикации сообщения «Внимание! Выиграйте тысячу!..»

Информация: «ВНИМАНИЕ! ВЫИГРАЙТЕ ТЫСЯЧУ! С этого номера, с 6 ноября и до 18 декабря «Скорая помощь» участвует в предновогодней лотерее. Вырезайте

купоны, заполняйте их и присылайте к нам в редакцию (адрес: 400005, Волгоград, пр. Ленина, 56а). В итоге, вы гарантированно получите ответ на свой вопрос, кроме того, у вас появится шанс выиграть приз - 1 тысячу рублей. В последнем номере 2013-го года мы назовем имя счастливого участника, соответствующего всем квалифицирующим признакам рекламы, закрепленным в п. п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе». Объектом рекламирования выступает конкурс, который проводится среди читателей газеты «Московский комсомолец «МК в Волгограде»: «Задайте вопрос в «Скорую информационную помощь ОАО «Волга-Медиа» и выиграйте одну тысячу рублей».

Статья 9 ФЗ «О рекламе» закрепила, что в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара (далее - стимулирующее мероприятие), должны быть указаны:

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В ответе на запрос антимонопольного органа (вх. № 8165 от 29.11.13) ОАО «Волга-Медиа» указало, что рассматриваемая акция не подпадает под регулирование ст. 9 ФЗ «О рекламе» (реклама стимулирующих мероприятий), поскольку приобретение определённого товара не является условием участия в розыгрыше 1000 рублей.

Однако в письменных объяснениях от 22.01.2014г. за исх. № 31 ОАО «Волга - Медиа» подтвердило следующие обстоятельства:

- для участия в указанном конкурсе читателю газеты «Московский комсомолец «МК в Волгограде» необходимо прислать в редакцию для рубрики «Скорая информационная помощь «Волга-Медиа» в действии!» волнующий его вопрос, который необходимо вписать в купон, размещенный в данной рубрике.

- купон является внешней формой для принятия участия в проекте «Скорая информационная помощь «Волга-Медиа» в действии!»,

- согласно Положению о конкурсе «Задайте вопрос в «Скорую информационную помощь ОАО «Волга-Медиа» и выиграйте одну тысячу рублей» принять участие в конкурсе читатель может только один раз (в конкурсе участвует, только один вопрос (одно письмо), направленный в редакцию в срок с 6 ноября 2013г. до 18 декабря 2013 года) (п. 3.5 Положения о конкурсе).

Общество указывает, что учреждая данный конкурс не преследовало цель повышения продаж и увеличения количества подписки на газету «Московский комсомолец «МК в Волгограде». Данный конкурс учрежден с целью поощрения обращений читателей газеты «Московский комсомолец «МК в Волгограде» со своими вопросами, а также с целью налаживания обратной связи с читателем.

К материалам дела было приобщено Положение о конкурсе «Задайте вопрос в «Скорую информационную помощь ОАО «Волга-Медиа» и выиграйте одну тысячу рублей» среди читателей газеты «Московский комсомолец «МК в Волгограде» (утверждено генеральным директором ОАО «Волга-Медиа»). Согласно условий

проведения конкурса, изложенных в Положении, учредителем и организатором конкурса является ОАО «Волга-Медиа». В Конкурсе могут принимать участие все читатели газеты «Московский комсомолец «МК в Волгограде», направившие в рубрику «Скорая информационная помощь ОАО «Волга- Медиа» свои вопросы юристу, финансисту и другим специалистам в период с 6 ноября 2013 г. до 18 декабря 2013 года. Территория проведения Конкурса: Волгоградская область (п. 1.3, п. 1.4. Положения). Принять участие в Конкурсе Участник может только один раз (в Конкурсе участвует, только один вопрос (одно письмо), направленный в редакцию в срок с 6 ноября 2013 г. до 18 декабря 2013 года) – см. п. 3.5. Положения о конкурсе. В соответствии с п. 4.3 Положения определение победителей производится в порядке и на основе реестра зарегистрированных писем, путем случайного выбора порядкового номера письма.

Из контекста рассматриваемой рекламы следует, что необходимо вырезать купон (публикуется в газете «МК в Волгограде», в рассматриваемом случае в верхнем левом углу на стр. 16 выпуска газеты «МК в Волгограде» за 6-13 ноября 2013), заполнить его, прислать в редакция, и только в итоге таких действий появляется шанс выиграть приз.

Отвечая на вопрос Комиссии Волгоградского УФАС России, представитель ОАО «Волга-Медиа» также подтвердил, что в конкурсе «Выиграйте тысячу» может принять только тот читатель, который направил вопрос посредством заполнения купона, опубликованного в газете «МК в Волгограде». Обратившиеся с вопросом по телефону или через сайт в конкурсе участия не принимают.

Т.О., реклама о проводимом конкурсе отвечает критериям, предусмотренным ст. 9 ФЗ «О рекламе»: условием участия в мероприятии является приобретение определенного товара (в рассматриваемом случае газеты «МК в Волгограде», поскольку только в ней опубликован купон, заполнив который можно принять участие в конкурсе); определение победителя проводится на основе случайного выбора с получением выигрышей. Следовательно, при размещении данной информации должны были быть соблюдены требования ст.9 ФЗ «О рекламе»

Комиссия Волгоградского УФАС России считает несостоятельным довод Общества, приведенный в обоснование правомерности своих действий, о том, что в спорном предложении не содержится условие «чем больше вы соберете купонов, тем больше у вас шансов победить в конкурсе», читателю достаточно только вписать свой вопрос в купон и направить его в редакцию.

Информация: «ВНИМАНИЕ! ВЫИГРАЙТЕ ТЫСЯЧУ! С этого номера, с 6 ноября и до 18 декабря «Скорая помощь» участвует в предновогодней лотерее...» публиковалась на протяжении нескольких номеров газеты «МК в Волгограде»: стр. 15 выпуска за 27 ноября - 4 декабря 2013г.; стр. 15 за 20 ноября- 27 ноября 2013г.; за стр. 16 выпуска за 13 ноября-20 ноября 2013г.; а также в рассматриваемом в настоящем деле выпуске на стр. 16 (см. материалы – копии указанных выпусков газеты, приобщенные к материалам дела).

Т.О., потребителям из номера в номер предлагалось принять участие в конкурсе, заполнив купоны, опубликованные в тех же номерах газеты «МК в Волгограде», без указания информации о том, что только один из всех напечатанных в четырех

выпусках издания купон от одного читателя примет участие в конкурсе.

При этом ни в одном из номеров газеты «МК в Волгограде», сообщая о проведении конкурса, рекламодатель не сообщил о сроках проведения конкурса, а также об источнике получения сведений об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

В объяснениях за исх. № 31 от 22.01.2014г. указано, что согласно Положению о конкурсе «Задайте вопрос в «Скорую информационную помощь ОАО «Волга-Медиа» и выиграйте одну тысячу рублей» принять участие в конкурсе читатель может только один раз (в конкурсе участвует одно письмо читателя с вопросом), направив купон, размещенный в газете «МК-Волгоград» в редакцию в срок с 06.11.2013г. до 18.12.2013г. (п. 3.5. Положения о конкурсе).

Изучив публикации на странице 16 газеты «Московский Комсомолец-Волгоград» за 6-13 ноября 2013, а также аналогичные сообщения, опубликованные в номерах издания за 27 ноября -04 декабря 2013г., 20-27 ноября 2013г., 13-20 ноября 2013г., представленные ОАО «Волга-Медиа» с письмом от 29.11.2013г. № 965, Комиссия Волгоградского УФАС России установила, что размещенная в газете информация о проведении конкурса не содержит указания на такое существенное для потребителя условие, в соответствии с которым только один купон от каждого читателя будет принимать участие в розыгрыше приза. Не указана такая информация и в остальных выпусках газеты «МК в Волгограде»: стр. 15 выпуска за 27 ноября - 4 декабря 2013г.; стр. 15 за 20 ноября- 27 ноября 2013г.; за стр. 16 выпуска за 13 ноября-20 ноября 2013г., в которых сведения о проведении конкурса отмечены как «Реклама».

В соответствии с ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Одной из целей ФЗ «О рекламе» является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы (ст. 1 ФЗ «О рекламе»). Закон направлен на предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые [Законом](#) о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Потребитель не должен догадываться о наличии той или иной информации в рекламе, он в соответствии с Законом должен получить полноценную информацию.

В связи с чем необоснован довод Общества в обоснование правомерности своей позиции о том, что для возможности обратной связи с читателем в купоне, который необходимо заполнить для участия в конкурсе содержится указание на контактные

данные редакции газеты.

Данная контактная информация (телефон и интернет-сайт) не указаны в качестве ссылки для получения информации об организаторе мероприятия, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения, а позиционируются как возможная форма обращения читателя с вопросом в рубрику.

В силу п. 2. ст. 9 ФЗ РФ «О рекламе» в рекламе необходимо указывать источник таких сведений, при этом в рекламе должно содержаться указание на то, какие именно сведения можно получить при обращении к такому источнику, что содержится в указанном месте, по указанному адресу.

Согласно п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе», лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, является рекламодателем. Пунктом 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Т.О., ОАО «Волга-Медиа» выступало в рассматриваемом случае в качестве рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламодателем.

В соответствии с ч. 6-8 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8 статьи 5](#), а также статьёй 9 ФЗ «О рекламе», рекламопроизводитель несёт ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6 и 7](#) ст. 38 ФЗ «О рекламе», в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине, рекламодатель отвечает за нарушение требований, установленных статьёй 9 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.4 ст.3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Рассматриваемая реклама: «ВНИМАНИЕ! ВЫИГРАЙТЕ ТЫСЯЧУ! С этого номера, с 6 ноября и до 18 декабря «Скорая помощь» участвует в предновогодней лотерее. Вырезайте купоны, заполняйте их и присылайте к нам в редакцию (адрес: 400005, Волгоград, пр. Ленина, 56а). В итоге, вы гарантированно получите ответ на свой вопрос, кроме того, у вас появится шанс выиграть приз -1тысячу рублей. В последнем номере 2013-го года мы назовем имя счастливчика», опубликованная в выпусках газеты «МК в Волгограде» в ноябре 2013г., является ненадлежащей, поскольку распространена с нарушением требований ч. 7 ст. 5, ст. 9 ФЗ «О рекламе».

Нарушение рекламодателями, рекламодателями, рекламопроизводителями законодательства Российской Федерации о рекламе в силу ч.4 ст. 38 ФЗ «О рекламе» влечёт за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь п. 1 ч. 2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,

возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу конкурса «Внимание! Выиграйте тысячу!...», опубликованную в выпусках газеты «МК в Волгограде» в ноябре 2013г., ненадлежащей, нарушающей требования ч. 7 ст. 5, ст. 9 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ОАО «Волга-Медиа» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Волгоградского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 27 января 2014г. Решение изготовлено в полном объеме 06 февраля 2014г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.