

РЕШЕНИЕ

20 февраля 2012 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы Т.В. Лопаткина,

члены Комиссии: И.Р. Носкова – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

Е.А. Бессонова - специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 9, возбужденное в отношении ООО «Компания Чистая вода» (юридический адрес: 630055, г. Новосибирск, Бердское шоссе, д.510) по факту размещения 29 декабря 2011 г. в сети Интернет на сайте www.cwc.ru информации под заголовком: «Здоровая вода – здоровье ваших детей!» и «Специальные элементы в воде», с признаками нарушения:

- п.2 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которому реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара, признается недостоверной;

- ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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,

в присутствии:

заявителя – «...», не явился, уведомлен надлежащим образом;

представитель лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Компания Чистая вода» - «...» (доверенность «...»)

УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление «...» (вх. № 10622 от 12.12.2011 г.) по факту неисполнения ООО «Компания Чистая вода» предписания Комиссии Новосибирского УФАС России о прекращении нарушения законодательства о рекламе от 01.08.2011 г.

Решением Комиссии от 01.08.2011 г. информация: «Норинга» с добавлением йода и

«Чистая вода» с добавлением йода помогает улучшить ассоциативные способности и память», «Норинга» с добавлением фтора и «Чистая вода» с добавлением фтора положительно сказывается на активизации работы сердца и скелетной мускулатуры, помогает продлить репродуктивный возраст, помогает укрепить иммунитет», признана ненадлежащей рекламой, а ООО «Компания Чистая вода» нарушившим п.п.1,2,11 ч.3 ст.5 и ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Предписанием Новосибирского УФАС России о прекращении нарушения законодательства о рекламе от 01.08.2011г. ООО «Компания «Чистая вода» предписано в пятидневный срок со дня получения данного предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламной информации:

1.1. «Норинга» с добавлением йода и «Чистая вода» с добавлением йода помогает улучшить ассоциативные способности и память», с нарушением:

- ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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,

1.2. «Норинга» с добавлением фтора и «Чистая вода» с добавлением фтора положительно сказывается на активизации работы сердца и скелетной мускулатуры, помогает продлить репродуктивный возраст, помогает укрепить иммунитет», с нарушением:

- п.2 ч.3 ст.5, согласно которому реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара, признается недостоверной;

- ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которому 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.

Указанное решение и предписание обжаловано не было и вступило в законную силу 01.11.2011г. (по истечении трех месяцев со дня получения решения и предписания Комиссии).

Об исполнении предписания ООО «Компания Чистая вода» сообщило 19.08.2011г., представив распечатки с сайта ООО «Компания Чистая вода» www.cwc.ru, где отсутствует информация, признанная ненадлежащей, а также проект (эскиз) страницы буклета (осень 2011), где признанная ненадлежащей информация скорректирована надлежащим образом.

При этом, заявитель указывает на то, что предписание ООО «Компания Чистая вода» не исполнено, прилагая распечатанные страницы с сайта www.cwc.ru и копии рекламного буклета «Норинга- новое имя Чистой воды» (осень 2011).

По результатам проведенной проверки Новосибирским УФАС России установлено следующее.

Актом осмотра сайта 29 декабря 2011 г. в сети Интернет на сайте www.cwc.ru установлено размещение следующей информации:

- на странице www.cwc.ru/produce/clear_water : «Норинга» с добавлением йода / по результатам исследований помогает улучшить ассоциативные способности и память * / помогает восполнить недостаток йода и организме * / йод содержится в соединениях, которые не разрушаются на свету и при недлительном кипячении / *исследования проводились на фоне базисной санаторно-курортной терапии детей 12-15 лет в Санатории Белокуриха»;

- на странице www.cwc.ru/znanie/ с изображением эмблемы «Норинга», размещаются, в том числе, «активные» заголовки статей: «Здоровая вода – здоровье ваших детей!» и «Специальные элементы в воде».

В статье «Здоровая вода – здоровье ваших детей!» (с изображением эмблемы «Норинга»), содержится, в том числе, информация:

«...может ли вода помочь здоровью? Здоровая вода – может! И это доказано многочисленными многолетними исследованиями специалистов.

Положительные изменения в организме человека при постоянном употреблении здоровой воды:

Повышается иммунитет; сопротивляемость сезонным вирусным инфекциям и обострениям ряда хронических заболеваний – чистая питьевая вода с добавлением фтора, с добавлением йода;

У детей улучшаются ассоциативные способности и память - чистая питьевая вода с добавлением йода».

В статье «Специальные элементы в воде» (с изображением эмблемы «Норинга»), содержится, в том числе, информация:

«Чистая здоровая вода с добавлением фтора:

- помогает укрепить иммунитет;

- положительно сказывается на активизации работы сердца и скелетной мускулатуры;

- помогает продлить репродуктивный возраст».

В соответствии с п.1 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.

Исходя из способа и формы размещения вышеуказанная информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (питьевая вода марки «Норинга», «Чистая вода»), способствует

формированию интереса к рекламируемому товару и его продвижению на рынке, следовательно, является рекламой по смыслу п.1 ст.3 ФЗ «О рекламе».

Материалами дела № 30, возбужденного и рассмотренного Новосибирским УФАС России в отношении ООО «Компания Чистая вода», и по результатам которого вынесено решение и предписание от 01.08.2011г., установлено, что в 2006г. Государственным учреждением Научно-исследовательского института клинической и экспериментальной лимфологии Сибирского отделения Российской академии медицинских наук (далее - ГУ НИИКиЭЛ СО РАМН) проведено клиническое наблюдение за детьми с дефицитом йода в условиях специализированного детского санаторно-курортного учреждения, и систематически принимавших воду, обогащенную йодом, производимую в ООО «Компания «Чистая вода». По результатам данного исследования подготовлен соответствующий Отчет о научно-исследовательской работе «Повышение резистентности организма детей из экологически неблагоприятных районов через использование технологически безопасной питьевой воды (второй этап)».

Согласно данному Отчету: «Для оценки внимания и умственной работоспособности совместно с психологами проводился поисковый тест по цифровым таблицам Шульте до начала и по окончании санаторно-курортного лечения». Результаты проведенного исследования показали, что «в основной группе детей, принимающих йодированную воду, среднее время для выполнения теста уменьшилось на 5 сек, что свидетельствует об улучшении ассоциативных способностей и некоторых вариантов памяти (особенно слуховой) на фоне дополнительного поступления в организм йода».

Таким образом, информация: «помогает улучшить ассоциативные способности и память», соответствует действительности. При этом, как указано в Отчете, данное наблюдение осуществлялось на фоне проведения основной, базисной терапии. На стр.5 Отчета указано: «базисная терапия санатория традиционна для курорта Белокуриха и включает бальнеопроцедуры (преимущественно радоновые ванны), различные методы физиолечения, климатолечения и т.д.». Данная информация является существенной, и отражена в рекламном буклете (осень 2011), но отсутствует на сайте www.cwc.ru в статье «Здоровая вода – здоровье ваших детей!».

Согласно 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.

Таким образом, содержащаяся в статье: «Здоровая вода – здоровье ваших детей!» (с изображением эмблемы «Норинга»), на странице www.cwc.ru/znanie/, информация: «У детей улучшаются ассоциативные способности и память - чистая питьевая вода с добавлением йода», указывает на нарушение ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Нарушение ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» в рекламном буклете «Норинга – новое имя Чистой воды» (осень 2011) не установлено.

Результаты проведенных исследований, отраженных в Отчете № 1 и Отчет № 3 по договору № 3 от 25.10.2000г. о научно-практическом сотрудничестве между

НИИКиЭЛ СО РАМН и ООО «Компания Чистая вода» по теме: «Исследование состояния экспериментальных животных в различные периоды онтогенетического развития в условиях потребления вод различного состава», а также в Отчете № 1 по договору № 8 (№70) от 14.04.1999г. с ООО «Чистая вода» по теме: «Экспериментальная оценка состояния организма животных в условиях физиологической жизнедеятельности при потреблении воды из разных источников (экспериментальное исследование)», не содержат однозначного утверждения того, что именно фторированная вода производства компании «Чистая вода» положительно сказывается на активизации работы сердца и скелетной мускулатуры, как заявлено в статье «Специальные элементы в воде», размещаемой на сайте www.cwc.ru.

Из результатов проведенных исследований следует, что потребление фторированной воды оказывает неоднозначное воздействие на репродуктивную функцию организма в различные возрастные периоды животного организма. Данная информация в рекламе отсутствует, при этом она является существенной, поскольку ее отсутствие в рекламе искажает информацию и не позволяет потребителям достоверно оценить заявленные свойства рекламируемой продукции.

Таким образом, информация, размещенная на сайте www.cwc.ru в статье «Специальные элементы в воде»: «Чистая здоровая вода с добавлением фтора помогает продлить репродуктивный возраст», нарушает ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Материалы дела (представленные Отчеты) не содержат однозначных выводов относительно того, что потребление фторированной Чистой воды и (или) Чистой воды с добавлением йода помогает укрепить иммунитет, что позволяет сделать вывод о том, что данные исследования не проводились.

В соответствии с п.2 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара, признается недостоверной.

Таким образом, информация, размещенная на сайте www.cwc.ru в статье «Специальные элементы в воде»: «Чистая здоровая вода с добавлением фтора помогает укрепить иммунитет, положительно сказывается на активизации работы сердца и скелетной мускулатуры, помогает продлить репродуктивный возраст», нарушает п.2 ч.3 ст.5 и ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», а информация: «Положительные изменения в организме человека при постоянном употреблении здоровой воды: повышается иммунитет; сопротивляемость сезонным вирусным инфекциям и обострениям ряда хронических заболеваний – чистая питьевая вода с добавлением фтора, с добавлением йода», размещаемая на сайте www.cwc.ru в статье «Здоровая вода – здоровье ваших детей!», содержит нарушения п.2 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение ч.3 и ч.7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, т.е. изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст. 3, ч.6 ст. 38 ФЗ «О

рекламе»).

Согласно данным сетевого информационного центра на странице сайта www.ripn.net/nic/whios/, администратором доменного имени cwc.ru по состоянию на момент осмотра сайта 29.12.2011 г. является ООО «Компания Чистая вода».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Компания Чистая вода».

Из письменных пояснений ООО «Компания Чистая вода» (вх.№ 1038 от 13.02.12) следует, что информация на сайте www.cwc.ru/znanie/ не была надлежащим образом актуализирована должностным лицом ООО «Компании Чистая вода» - директором по информационным технологиям, в нарушение своих должностных обязанностей и требований Приказа директора ООО «Компания Чистая вода» № 86/1 от 05.08.2011 г.

При рассмотрении настоящего дела на комиссии Новосибирского УФАС России, представитель ООО «Компания Чистая вода» не согласилась с нарушением законодательства о рекламе на основании следующего.

Действующее законодательство не содержит определения понятия «существенная информация о рекламируемом товаре». Кроме того, информация об условиях, при которых проводилось непосредственно само исследование по влиянию питьевой воды с добавлением йода, не является информацией о товаре, его свойствах. В данном случае объектом рекламирования является питьевая вода с добавлением йода, а не какие-либо методы лечения, терапия. Рекламодатель не обязан указывать на то, в каких условиях проводилось исследование влияния рекламируемого им товара. Представленный отчет от 04.04.2006 г. составлен по результатам исследования влияния именно йодированной воды, а не каких-либо методов лечения, в том числе терапии с применением препаратов йода.

Таким образом, указание на то, что исследование проводилось на фоне основной, базисной терапии не является информацией о товаре и, как следствие, критерий «существенная информация о товаре» не может быть применен в данной ситуации.

При этом, ООО «Компания Чистая вода» указывает на то, что учло позицию антимонопольного органа, изложенную при рассмотрении дела №30, разместило на сайте www.cwc.ru и продолжает указывать во вновь создаваемой рекламной продукции информацию о том, что исследования, по результатам которых было установлено улучшение у детей ассоциативных способностей и памяти при употреблении чистой воды, проводились на фоне основной, базисной терапии детей 12-15 лет в санатории Белокуриха. Так на сайте www.cwc.ru указанная информация продублирована несколько раз (например, в разделе «О пользе Чистой воды» (который содержит информацию о результатах всех проведенных исследований), разделе «Продукция» (который содержит как общую информацию о выявлении пользы Чистой воды, так и подробную информацию о свойствах и стоимости конкретного товара). Поскольку под сайтом понимается место в интернете, которое определяется своим адресом, имеет своего владельца и состоит из веб-страниц, которые воспринимаются как единое целое, следует, что информация о том, что «улучшение у детей ассоциативных способностей и памяти при употреблении чистой воды, проводились на фоне основной, базисной терапии детей 12-15 лет в санатории Белокуриха», доведена до потребителя.

Следовательно, факт нарушения ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» в рассматриваемой рекламе отсутствует.

Из информационных писем ГБУЗ НСО «МИАЦ» следует, что комплексное обследование детей до начала потребления Чистой воды с йодом и по прошествии трех месяцев постоянного потребления, выявили выраженное положительное влияние на организм, значительное общее улучшение состояния здоровья; на основании проведенных исследований продукция ООО «Компания Чистая вода» может быть рекомендована для постоянного потребления с целью оздоровления.

На момент рассмотрения настоящего дела спорная информация полностью удалена с сайта www.cwc.ru, что подтверждается протоколом осмотра доказательств от 20.02.2012г.

Доводы ООО «Компания Чистая вода» относительно отсутствия нарушения п.2 ч.3 ст.5 и ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе» Комиссией не приняты на основании следующего.

По смыслу ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», существенной признается любая информация о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, отсутствие которой искажает смысл информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

В рассматриваемом случае имеет место отсутствие информации о рекламируемом товаре – питьевой воде «Норинга», поскольку заявленные в рекламе свойства данной воды являются достоверными при соблюдении определенных условий, что согласуется с данными проводимых исследований. Данная информация является значимой и необходимой для того, чтоб сделать верный вывод о свойствах рекламируемого объекта, а ее отсутствие в рассматриваемой рекламе не позволяет правильно, адекватно воспринимать информацию, вводит в заблуждение и влияет на оценку и решение потребителей относительно товара и его приобретения.

Предметом рассмотрения настоящего дела является конкретная рекламная статья (статьи), но не информация на сайте в целом, что возможно в рамках рассмотрения вопроса о нарушении антимонопольного законодательства.

Указание в информационных письмах на «положительное влияние на организм» объекта рекламирования, а также «общее улучшение состояния здоровья» в результате употребления объекта рекламирования – воды питьевой «Норинга» с добавлением йода, - не тождественно рассматриваемой рекламной информации о свойствах продукции. Следовательно, нарушение п.2 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», в рассматриваемой рекламе подтверждено материалами дела.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13 марта 2006г. и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать размещаемую в декабре 2011г. в сети Интернет на сайте

www.cwc.ru/znanie/, информацию под заголовком: «Здоровая вода – здоровье ваших детей!» (с изображением эмблемы «Норинга»), содержащую, в том числе, информацию:

«...может ли вода помочь здоровью? Здоровая вода – может! И это доказано многочисленными многолетними исследованиями специалистов.

Положительные изменения в организме человека при постоянном употреблении здоровой воды:

Повышается иммунитет; сопротивляемость сезонным вирусным инфекциям и обострениям ряда хронических заболеваний – чистая питьевая вода с добавлением фтора, с добавлением йода;

У детей улучшаются ассоциативные способности и память - чистая питьевая вода с добавлением йода»,

а также информацию под заголовком «Специальные элементы в воде» (с изображением эмблемы «Норинга»), содержащую, в том числе, информацию:

«Чистая здоровая вода с добавлением фтора:

- помогает укрепить иммунитет;

- положительно сказывается на активизации работы сердца и скелетной мускулатуры;

- помогает продлить репродуктивный возраст»,

ненадлежащей рекламой,

а ООО «Компания Чистая вода» (ОГРН 1025403651470) нарушившим:

- п.2 ч.3 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которому реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара, признается недостоверной.

- ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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.

2. Выдать ООО «Компания Чистая вода» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 06 марта 2012 г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии

_____ И.Р. Носкова

_____ Е.А. Бессонова

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

06 марта 2012 г.
Новосибирск

г.

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии – Носкова И.Р. – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы,

Бессонова Е.А. – специалист-эксперт отдела рекламы,

на основании своего решения от 06 марта 2012 г. по делу № 9 о признании рекламной информации о продукции ООО «Компания Чистая вода» - «Норинга» (с добавлением йода, фтора), размещаемой в декабре 2011г. в г.Новосибирске в сети Интернет на сайте www.cwc.ru/znanie/, ненадлежащей рекламой, а общество с ограниченной ответственностью «Компания Чистая вода» нарушившим п.2 ч.3 ст.5

и ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Компания Чистая вода» (далее – ООО «Компания Чистая вода»; ОГРН 1025403651470; юридический адрес: 630055, г.Новосибирск, Бердское шоссе, д.510), в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламной информации:

«Повышается иммунитет; сопротивляемость сезонным вирусным инфекциям и обострениям ряда хронических заболеваний – чистая питьевая вода с добавлением фтора, с добавлением йода»,

«Чистая здоровая вода с добавлением фтора:

- помогает укрепить иммунитет;

- положительно сказывается на активизации работы сердца и скелетной мускулатуры;

- помогает продлить репродуктивный возраст»,

с нарушением п.2 ч.3 ст.5, согласно которому реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара, признается недостоверной,

а также информации:

«У детей улучшаются ассоциативные способности и память - чистая питьевая вода с добавлением йода»,

с нарушением ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», согласно которой 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,

в том числе в рекламных статьях: «Специальные элементы в воде» (с изображением эмблемы «Норинга») и «Здоровая вода – здоровье ваших детей!» (с изображением эмблемы «Норинга»), размещаемых в сети Интернет на сайте www.cwc.ru/znanie/.

2. ООО «Компания Чистая вода» представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 30 марта 2012 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от ста двадцати до двухсот минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от трех тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
Лопаткина

_____ Т.В.

Члены Комиссии

_____ И. Р. Носкова

_____ Е. А. Бессонова