



У П Р А В Л Е Н И Е   Ф Е Д Е Р А Л Ь Н О Й   А  
П О   Р Е С П У Б Л И К Е   К О М И  
О   П   Р

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № Р 03-01/18 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ  
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

22 января 2018 года

№ 03-01/384

Сыктывкар

**ООО «Торгсервис 59»**

Трамвайная ул., д. 33, корпус 6,  
г. Пермь, Пермский край, 614058

Ухтинское шоссе, д. 12,  
г. Сыктывкар, 167000

**ООО «Агроторг»**

Невский проспект, д. 90/92,

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее - Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...> Коми УФАС России, рассмотрев обращение ООО «Агроторг» от 21.11.2017 (вх. № 6180 от 22.11.2017) о нарушении требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

#### УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение ООО «Агроторг» от 21.11.2017 (вх. № 6180 от 22.11.2017) о нарушении законодательства о рекламе.

В результате рассмотрения материалов обращения установлено следующее.

1. Заявитель указывает, что в газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 45 (477) от 11.11.2017 размещена недобросовестная и недостоверная реклама товаров магазинов торговой сети «Светофор».

В соответствии со ст. 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.

Заявителем приложена копия страницы 19 газеты «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 45 (477) от 11.11.2017, на которой размещена рекламная статья под названием «Где в Сыктывкаре можно купить продукты на месяц и не уйти в минус?».

Указанная информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в периодическом печатном средстве массовой информации – газете «ПРО ГОРОД Сыктывкар» № 45 (477) от 11.11.2017;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования:

магазинам торговой сети «Светофор» и реализуемым в них товарам, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, распространенная посредством размещения на странице 19 газеты «PRO ГОРОД Сыктывкар» № 45 (477) от 11.11.2017, является рекламой.

Заявитель указывает, что рассматриваемая реклама является недостоверной, а также актом недобросовестной конкуренции, поскольку нарушена ст. 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции»). По мнению заявителя, в рассматриваемой рекламной статье имеет место сравнение с товаром другого хозяйствующего субъекта-конкурента путём использования слова «только», создающего впечатление о превосходстве товара без указания конкретных характеристик сравнения, имеющих объективное подтверждение; результаты сравнения не могут быть объективно проверены.

В силу ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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

Различительным признаком недобросовестной рекламы является ее некорректность. К способам проявления данной формы ненадлежащей рекламы следует относить сравнения, содержание которых составляют ошибочные, основанные на неправильном расчете, исходящие из неверных предпосылок, неправильные, не соответствующие правилам корректности и требованиям, предъявляемым к достоверности, сведения о товарах.

Пленум ВАС РФ в пункте 9 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что при анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся. Суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет

объективно оценить его свойства. Поэтому реклама может быть признана недостоверной и в том случае, когда сведения, не соответствующие фактическим обстоятельствам, касаются деятельности (товара) конкурентов.

В рассматриваемой рекламе, в том числе указано: «Прямые поставки – минимальная наценка – низкие цены только у нас!», «...визитная карточка сети – низкая цена», «...в магазинах этой сети можно купить все и по низкой цене», «Вы скажете, что вас устраивают магазины рядом с домом? Но сравните стоимость одних и тех же товаров в известных сетях\* и в сети Светофор», «Выгода налицо! Приходите в магазины сети «Светофор» и экономьте свой бюджет».

В статье размещены фотографии шести товаров с указанием их цен в сети «Светофор» и в сетях «Пятёрочка» и «Магнит». Однако в статье не говорится о том, что в сети «Светофор» низкие цены только на представленные в рекламе товары. Из содержания статьи следует, что в сети «Светофор» низкие цены на все товары («...в магазинах этой сети можно купить все и по низкой цене», «Все товары в одном месте и по низкой цене»).

Рекламная статья не содержит информации о том, по состоянию на какую дату указаны цены на товары, представленные на фотографии.

ИП <...>, являющейся <...> СМИ «ПРО ГОРОД Сыктывкар», представлена копия электронной переписки по вопросу согласования рекламной статьи, из которой следует, что цены на товары из сети магазинов «Магнит» и «Пятёрочка» указаны в рекламе по состоянию на 12.10.2017, а цены на товары из сети магазинов «Светофор» - по состоянию на 16.10.2017.

Рекламная статья утверждает, что «Таким образом, за один и тот же набор продуктов стоимость общего ценника в обычном магазине обойдется в 1904 рублей 95 копеек. А в сети «Светофор» - 1033 рубля 05 копеек». Однако из статьи не представляется возможным определить, что включено в набор продуктов, стоимость которого сравнивается.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит сравнение товаров, реализуемых в магазинах сети «Светофор», с аналогичными товарами, реализуемыми другими продавцами, в том числе ООО «Агроторг» (сеть магазинов «Пятёрочка»). При этом сравнение производится не в пользу последних: из содержания рекламы следует, что в других магазинах, в том числе «Пятёрочка» и «Магнит», реализующих аналогичный товар, не самые низкие цены.

Вместе с тем, в рекламной статье не содержатся конкретные критерии, по которым осуществляется сравнение, и которые имеют объективное подтверждение (в том числе не указано, по состоянию на какую дату сравнивались цены на товары).

В связи с чем, рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований п. 1 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

**2. Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.**

Пленум ВАС РФ в пункте 29 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Использованная в рекламе фраза «низкие цены только у нас!» может способствовать формированию у потребителей представления о том, что иные хозяйствующие субъекты, в том числе ООО «Агроторг», реализуют аналогичные товары по более высоким ценам.

Поскольку в статье не конкретизируется, на какие товары в сети «Светофор» низкие цены, а также указано, что «...в магазинах этой сети можно купить все и по низкой цене», усматривается, что речь идёт обо всех товарах, реализуемых в магазинах «Светофор».

Таким образом, конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение, в рекламной статье не указан.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

**3. В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.**

В рассматриваемой рекламе содержится сравнение рекламируемых товаров с находящимися в обороте товарами, реализуемыми другими продавцами, в том числе ООО «Агроторг».

В соответствии с положениями ст. 4 Федерального закона «О защите конкуренции»:

- конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке;

- недобросовестная конкуренция – любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации;

- хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

В соответствии с п. 1 ст. 14.3 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

Для того чтобы деятельность хозяйствующего субъекта была признана

недобросовестной конкуренцией в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите конкуренции», она должна содержать в себе следующие составляющие одновременно:

- быть направленной на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- противоречить законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- при этом другие субъекты предпринимательской деятельности могут нести убытки или может быть нанесен вред их деловой репутации.

Из документов и письменной информации, представленных ИП <...>, следует, что рассматриваемая рекламная статья размещена по заказу ООО «Торгсервис 59».

Из имеющихся материалов усматривается, что реклама размещена в интересах ООО «Торгсервис 59».

В соответствии с данными, размещёнными на официальном сайте Федеральной налоговой службы (<https://egrul.nalog.ru/>), основной вид деятельности и ООО «Торгсервис 59», и ООО «Агроторг» – торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах.

В связи с чем, ООО «Торгсервис 59» и ООО «Агроторг» могут являться конкурентами на рынке розничной торговли продуктами питания, в том числе на территории г. Сыктывкара Республики Коми.

По мнению заявителя, в результате распространения рекламы имеет место нанесение вреда деловой репутации ООО «Агроторг», поскольку сравниваемые торговые сети имеют различный формат, в связи с чем, необоснованно их сравнивать. Так, «Светофор» – это мелко-оптовый склад, где товар находится в коробках, и на большинство товаров существует условие по минимальному количеству приобретения, а «Пятёрочка» – это супермаркет, где имеется выкладка товара и нет ограничений по минимальному количеству приобретения товара.

Заявитель также указывает, что распространение рассматриваемой рекламы направлено на получение преимуществ путём создания впечатления о низких ценах.

Из имеющихся материалов усматривается, что размещённая в рекламе информация направлена на формирование предпочтения к рекламируемым товарам и их продавцу путём сравнения с аналогичными товарами, реализуемыми другими продавцами, по стоимостному критерию («Вы скажете, что вас устраивают магазины рядом с домом? Но сравните стоимость одних и тех же товаров в известных сетях\* и в сети Светофор»,

«Выгода налицо! Приходите в магазины сети «Светофор» и экономьте свой бюджет»). Распространение подобной информации может негативным образом отразиться на деловой репутации других хозяйствующих субъектов-конкурентов, в частности, ООО «Агроторг».

Из имеющихся материалов усматривается, что рассматриваемая реклама направлена на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности. Распространение рассматриваемой статьи может повлиять на увеличение количества потребителей товаров ООО «Торгсервис 59» за счёт их оттока от конкурентов, в том числе от ООО «Агроторг», что может повлечь для последних убытки.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения п. 4 ч. 2 ст. 5 Закона о рекламе.

**4.** В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований пунктов 1, 4 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных пунктами 1, 4 части 2 статьи 5 и пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несёт ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из письменной информации, представленной ИП <...>, следует, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Торгсервис 59», рекламопроизводителем и рекламораспространителем – ИП <...>; содержание и наполнение статьи определено заказчиком; журналист по заданию заказчика сделал фотографии тех товаров, которые определил заказчик; статья была подготовлена и согласована с заказчиком.

В материалы обращения представлены копии, в том числе следующих документов: договора № 428 от 22.06.2017, заключенного между ООО «Торгсервис 59» и ИП <...> на выполнение работ (услуг) по производству и размещению рекламных и/или информационных материалов, счёта № 11126 от 08.11.2017, платёжного поручения № 2479 от 15.11.2017.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, частями 1, 2 ст. 36 Закона о рекламе, пунктами 20, 24 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.25 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12,

### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № Р 03-01/18 по признакам нарушения пунктов 1, 4 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – ООО «Агроторг», адрес места нахождения: 191025, г. Санкт-Петербург, Невский проспект, д. 90/92;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ООО «Торгсервис 59», адрес места нахождения: 614058, Пермский край, г. Пермь, ул. Трамвайная, д. 33, корпус 6.

3. Назначить дело № Р 03-01/18 к рассмотрению **на 22 февраля 2018 года на 11 часов 00 минут** по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

4. **ООО «Торгсервис 59» в срок не позднее 19 февраля 2018 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

4.1. Копию устава ООО «Торгсервис 59» со всеми изменениями, дополнениями и приложениями на дату настоящего определения.

4.2. О рекламодателе, рекламораспространителе и рекламопроизводителе рассматриваемой рекламной статьи (с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя,

номеров тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации - для физических лиц).

4.3. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ), опосредующих производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламной статьи.

4.4. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламной статьи.

4.5. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемой рекламной статьи, её наполнение, кем, когда и каким образом одобрена (утверждена, согласована) реклама; в случае, если реклама не утверждалась и не согласовывалась, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

4.6. О периоде распространения рассматриваемой рекламной статьи, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения.

4.7. Доказательства соответствия действительности следующей информации, содержащейся в рассматриваемой рекламной статье:

- «... низкие цены только у нас!»,
- «...визитная карточка сети – низкая цена»,
- «...в магазинах этой сети можно купить все и по низкой цене»,
- «Все товары в одном месте и по низкой цене»,

в том числе укажите, о каких товарах идёт речь в рекламе.

4.8. Доказательства соответствия действительности информации о ценах на товары, представленные на фотографии в рассматриваемой рекламной статье. В том числе представьте информацию о дате (датах), по состоянию на которую (которые) указаны цены на товары, представленные на фотографии, с указанием адресов и названий магазинов, в которых реализовывались данные продукты (отдельно по каждому товару).

4.9. Доказательства соответствия действительности следующей информации, содержащейся в рассматриваемой рекламной статье: «Таким образом, за один и тот же набор продуктов стоимость общего ценника в обычном магазине обойдется в 1904 рублей 95 копеек. А в сети «Светофор» - 1033

рубля 05 копеек». В том числе:

- поясните, что включено в набор продуктов, стоимость которого сравнивается, с указанием по каждому товару: наименования, стоимости, адресов и названий магазинов, в которых реализовывались данные продукты,
- укажите дату (даты), по состоянию на которую (которые) производилось сравнение стоимости товаров,
- представьте расчёт указанной в рекламе стоимости наборов продуктов (отдельно по каждому набору).

4.10. Поясняющие, на каком товарном рынке и в каких географических границах (город (города), Республика Коми, иное) осуществляет свою деятельность ООО «Торгсервис 59» (с приложением подтверждающих документов).

4.11. Сведения об основных видах деятельности ООО «Торгсервис 59» за 2017 год.

4.12. Поясняющие, являются ли ООО «Торгсервис 59» и ООО «Агроторг» конкурентами. Если являются – укажите, на каком товарном рынке, по каким видам реализуемых товаров и (или) оказываемых услуг, перечислите эти товары и услуги, укажите географию товарного рынка (город (города), Республика Коми, иное), с приложением подтверждающих документов.

4.13. О причинах размещения рассматриваемой рекламной статьи без учёта требований пунктов 1, 4 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

4.14. О должностном лице ООО «Торгсервис 59», по вине которого произошло нарушение рекламного законодательства (с приложением копий приказа о назначении на должность, должностной инструкции, служебного контракта (договора, соглашения) со всеми дополнениями, изменениями на дату представления документов и указанием сведений о фактическом месте жительства должностного лица).

4.15. Письменные объяснения должностного лица, указанного в пункте 4.14 настоящего определения, поясняющие обстоятельства размещения рассматриваемой рекламы в нарушение пунктов 1, 4 части 2 статьи 5 и пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в том числе входил ли в должностные обязанности указанного должностного лица контроль за соответствием размещаемых рекламных материалов требованиям рекламного законодательства в период распространения рассматриваемой рекламной статьи, со ссылкой на должностную инструкцию.

4.16. Паспортные данные (копию со 2-ой по 7-ую страницы паспорта)

должностного лица, указанного в пункте 4.14 настоящего определения, с указанием даты и места рождения, адреса регистрации по месту жительства.

**5. ООО «Агроторг» в срок не позднее 19 февраля 2018 года** представить следующие надлежащим образом заверенные копии документов и письменную информацию:

5.1. Поясняющие, являются ли ООО «Агроторг» и ООО «Торгсервис 59» конкурентами. Если являются – укажите, на каком товарном рынке, по каким видам реализуемых товаров и (или) оказываемых услуг, перечислите эти товары и услуги, укажите географию товарного рынка (город (города), Республика Коми, иное), с приложением подтверждающих документов.

5.2. О розничных ценах на товары, представленные в рекламной статье (чай «Ричард» черный, 100 пакетиков; кофе растворимый «Нескафе Классик», 250 граммов; конфеты «Чио Рио», 1 кг; ананасы кусочками, 580 граммов; сок 1 литр; сыр «Российский», 100 граммов), реализовавшиеся в сети магазинов «Пятёрочка» г. Сыктывкара по состоянию на 12.10.2017. В случае отсутствия каких-либо из указанных товаров в сети магазинов «Пятёрочка» г. Сыктывкара по состоянию на 12.10.2017 – представьте соответствующие письменные пояснения.

**6. ООО «Торгсервис 59»** обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

**7. ООО «Агроторг»** обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела.

**8. О возможности рассмотрения дела в отсутствие лиц, участвующих в деле, сообщить не позднее 20 февраля 2018 года, предварительно по факсу (8212) 21-41-29** или на электронный адрес: [tol1@fas.gov.ru](mailto:tol1@fas.gov.ru) и направить такое обращение по почте.

**Примечание:**

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения, укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена

их достоверность и полнота.

**В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) - влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.**

Председатель комиссии <...>