

РЕШЕНИЕ

по делу № 24-Р-2016

28 марта 2017г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 16 марта 2017 года.

Решение в полном объеме изготовлено 28 марта 2017 года.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

«...»

Члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 24-Р-2016, возбужденное в отношении ИП Казакова Д.Н. по признакам нарушения требований, определенных пунктом 1 части 3, части 7 статьи 5, частями 2.1, 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, законодательство о рекламе),

в присутствии заявителя - представителя МБУ "Городская реклама" г. Чебоксары - главного специалиста отдела правового обеспечения и подготовки разрешительной документации Михайлова М.С. (по доверенности б/н);

в отсутствии _____ лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ИП Казакова Дмитрия Николаевича, в соответствии с представленным ходатайством о рассмотрении дела без его участия _____ (вх. от 16.03.2017 № 04-10/1713),

УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России поступило заявление (вх. от 20.10.2016 № 04-10/6655) МБУ "Городская реклама" г. Чебоксары (далее - Заявитель) по факту размещения в границах г.Чебоксары по адресам: ул. Университетская, д.10, пр. М. Горького, д. 38/2, ул. Ермолаева, д.1, ул. Энтузиастов, д.32А, _____ ул. Л.Комсомола, д.25, информации в виде объемных букв красного цвета "ПИВОМАН", а также словосочетания "фирменный магазин", выполненное белыми буквами с

окантовкой желтого цвета, и эмблемой с изображением бокала, содержащего напиток желтого цвета с белой пеной, сходным с пивом, а также колосьями ячменя и веткой хмеля.

Заявитель просит рассмотреть указанную информацию на соответствие требованиям статьи 21 Закона о рекламе.

Факт размещения данной информации подтвержден прилагаемым к заявлению фотоматериалом - фотографиями с изображением входа в магазины с вывеской "ПИВОМАН".

Согласно изображениям фотографий, усматривается следующее.

На одном из фотоснимков, при входе в магазин с вывеской "ПИВОМАН", имеется наружная информация - баннер, содержащий следующий текст:

"акция

2+1

только у нас

СНИЖЕНИЕ ЦЕН".

При этом, наглядность в оформлении данного баннера придают изображения кружки с содержанием пенного напитка на фоне деревянной бочки, мельницы, а также колосьев ячменя и веток хмеля.

С точки зрения пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Согласно [пункту 2 статьи 3](#) Закона о рекламе, объектом рекламирования выступает товар, средство его индивидуализации, 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.

Таким образом, из определения рекламы следует, что рекламой считается информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель увеличение объема продаж алкогольной продукции.

С учетом изложенного, информация, содержащая текст: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", содержит все квалифицирующие признаки рекламы, предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе, следовательно, является рекламой.

Из информации, представленной администрацией г.Чебоксары, установлено,

что деятельность магазинов "ПИВОМАН", расположенных в границах г. Чебоксары по адресам: ул. Университетская, д.10, пр. М. Горького, д. 38/2, ул. Ермолаева, д.1, ул. Энтузиастов, д.32А осуществляет ИП Казаков Дмитрий Николаевич («...»).

При этом, установлено, что магазины с названием "ПИВОМАН", представляют федеральную сеть магазинов разливного пива, территориально расположенных во многих субъектах Российской Федерации.

Таким образом, в соответствии с требованиями Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. N 508 (далее - Правила), Чувашским УФАС России направлены запросы в территориальные органы ФАС России о представлении информации по распространению на подведомственных им территориях рассматриваемой рекламы.

В результате поступившей информации, установлено, что рассматриваемая реклама, содержащая текст: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", распространяется на территории, подведомственной Ульяновскому УФАС России.

В связи с чем, в силу требований пункта 6 Правил, Чувашское УФАС России наделено полномочиями ФАС России (исх. от 21.12.2016 № АК/89103/16) по возбуждению и рассмотрению настоящего дела, в том числе в отношении ИП Казакова Д.Н., по факту распространения наружной рекламы продавца алкогольной продукции с выражением: "ПИВОМАН акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе.

Таким образом, Определением от 23.12.2016 возбуждено дело № 24-Р-2016 в отношении ИП Казакова Д.Н., как лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 2.1, 3 статьи 21 Закона о рекламе.

При оценке рассматриваемой рекламы на соответствие Закона о рекламе, Комиссией установлено следующее.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе определено, 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.

Рассматриваемая реклама привлекает покупателей условиями получения товара на льготных условиях, в связи с предложением приобретения товара по акции: "2+1". В тоже время, из содержания рекламы, не представляется возможным определить ассортимент товара, участвующего в акции.

Фирменное название федеральной сети магазинов "ПИВОМАН", в данном случае, указывает на профиль деятельности данных магазинов, осуществляемых реализацию определенного товара, и служит целям идентификации данных магазинов, а также соответствует правовым обычаям хозяйствующих субъектов,

осуществляющих розничную реализацию пива.

В связи с чем, можно предположить, что рассматриваемая рекламная акция является рекламой алкогольной продукции.

Согласно представленным письменным пояснениям ИП Казакова Д.Н.(вх. от 20.12.2016 № 04-10/8055) следует, что рассматриваемая стимулирующая акция предполагала: при покупке 2 - х литров разливного пива покупателю дается в подарок 1 л такого же пива. Акция является стимулирующей и сроки ее проведения индивидуальны в каждом магазине. Вся необходимая информация о ее проведении доведена до продавцов, в связи с чем, с условиями проведения акции покупатель имел возможность ознакомиться, обратившись к продавцу магазина.

При этом, на заседании Комиссии 17.01.2017 представитель ИП Казакова Д.Н. прокомментировал спорную рекламу следующим образом.

Наружная реклама: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН" не предполагает информирование потребителей о проведении акции алкогольной продукции, в частности пива. Поскольку торговая сеть магазинов "ПИВОМАН" осуществляют продажу не только алкогольной продукции, т.к. имеет большой ассортимент различных продовольственных и непродовольственных товаров (табачные изделия, сувениры, бакалея, рыбные и мясные закуски, сыры, безалкогольные напитки и т.д.). В данной акции мог участвовать различный ассортимент товаров, реализуемый магазинами "ПИВОМАН".

Таким образом, пояснения, представленные на заседании Комиссии, законного представителя ИП Казакова Д.Н., в противоречие ранее представленных пояснений ИП Казакова Д.Н., подтверждают факт того, что из содержания рассматриваемой рекламы потребителю не представляется возможным самостоятельно получить и определить информацию о рекламируемом товаре, участвующим в акции.

На основании изложенного, ИП Казакову Д.Н. надлежало представить полную информацию, связанную с производством и распространением рассматриваемой рекламной акции, с представлением соответствующих документальных доказательств (порядком проведения рассматриваемой акции, периодом ее проведения, условиями проведения, ассортиментом товара, участвующего в акции).

Согласно представленному ИП Казаковым Д.Н. договору возмездного оказания услуг от 18.01.2016 № 18-01 КДН, заключенному между ИП Казаков Д.Н. (Заказчик) и гражданином Боровкиным С.С. (Исполнитель), следует, что Исполнитель обязуется оказывать услуги Заказчику по проведению стимулирующих продажи акций в магазинах Заказчика путем разработки условий акций, рекламных макетов, изготовлению рекламных макетов и размещению данных материалов в магазинах Заказчика (пункт 1.1).

Из пункта 2.1.1 следует, что Исполнитель обязуется спланировать полученное Заказчиком рекламное мероприятие с целью рационального и наиболее эффективного его проведения.

При этом, в силу пункта 3.1 данного договора, устанавливается требование, что в течение 10 рабочих дней с момента уведомления Исполнителем об изготовлении, размещении, установке и согласовании наружной рекламы, информационных вывесок Заказчик обязуется осмотреть и принять результат выполненных Исполнителем работ и оказанных услуг, либо в письменном виде указать недостатки и недоработки и сроки их устранения.

Согласно пункту 3.2, ежемесячно, в течение 5 рабочих дней с момента окончания каждого календарного месяца, Исполнитель обязуется предоставлять Заказчику на подпись Акт сдачи-приемки выполненных работ и оказанных услуг с указанием стоимости фактически выполненных работ и оказанных услуг за отчетный календарный месяц.

В последующих письменных пояснениях ИП Казакова Д.Н. была представлена информация, что все проводимые акции в месте нахождения магазинов, а также макеты рекламы о проведении данной акции осуществлялись третьими лицами, которые, в свою очередь, проводили рассматриваемые акции самостоятельно, без согласования условий, макетов и других материалов с ИП Казаковым Д.Н.

Рассматриваемая спорная реклама, в связи с отсутствием в ней всей существенной необходимой информации: не указанием непосредственного товара, участвующим в акции, порядка ее проведения, искажает ее смысл, вводя тем самым потребителей рекламы в заблуждение.

В целях формирования у потребителя истинного, верного представления о рекламируемом товаре, необходимо всю существенную информацию о нем доводить непосредственно в рекламе, поскольку данная информация может повлиять на выбор потребителя.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", размещена с нарушением требований [ч. 7 ст. 5](#) Закона о рекламе, в соответствии с которой определено, 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.

Кроме того, в рассматриваемой рекламной акции указано: "**ТОЛЬКО У НАС СНИЖЕНИЕ ЦЕН**".

Законом о рекламе установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются (часть 1 статьи 5 Закона о рекламе).

В силу пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Законодательство о рекламе не содержит прямого запрета на использование

указанного словосочетания "только у нас" и ему подобных слов и фраз в рекламе.

Однако, при их использовании в рекламе, в любом случае, должно обеспечиваться фактическое обоснование и документальное подтверждение достоверности рекламируемого утверждения.

Поскольку Законом о рекламе не предусмотрено напрямую, каким образом предоставлять данную информацию потребителю, в рекламе с рассматриваемым заявлением "только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", целесообразно сделать ссылку на такое подтверждение, или указать с какими продавцами, в данном случае, произведено сравнение ценовых преимуществ реализуемого товара. Реклама, с вышеуказанным текстом, без доказательного подтверждения, формирует ложное представление о том, что только данный магазин осуществляют продажу по ценам ниже, чем у иных продавцов аналогичного товара, то есть, представляет собой недостоверную рекламу.

Использование в рекламе вышеуказанного словосочетания, формирует у потребителей представление о хозяйствующем субъекте, предлагающем товар по низким ценам на территории, как минимум, в границах города Чебоксары. В рекламе существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой.

В настоящее время на розничном рынке продажи алкогольной продукции высокая конкуренция, таким образом, у потребителей имеется достаточная альтернатива в выборе продавцов, в том числе, в целях приобретения вышеуказанного товара.

В тоже время, не обладая специальными сведениями о ценах на данный товар на рынке реализации однородных товаров, потребители ориентируются на информацию, указанную в рекламе, которая, в данном случае, является маркетинговым методом для привлечения интереса потребителей именно к своим товарам.

Доказательств, подтверждающих ценовое преимущество товара, реализуемого рассматриваемыми магазинами, участвующего в акции "только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", в рамках рассмотрения дела, представлено не было.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", размещена с нарушением требований пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, в соответствии с которой определено, что недостоверной признается реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В силу статьи 21 Закона о рекламе установлено требования к рекламе алкогольной продукции, а также запреты на распространение рекламы такой продукции.

Согласно части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе определено, что реклама

алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Согласно разъяснению ФАС России (письмо от 02.12.2011 № АК/44977 "О разъяснении некоторых положений Федерального закона "О рекламе"), часть 2.1 статьи 21 Закона о рекламе предусматривает, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в печатных изданиях с учетом положений пунктов 1 и 2 части 2 настоящей статьи, в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов, а также в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Таким образом, реклама, в том числе в виде рекламных акций, алкогольной продукции (включая пиво) с содержанием этилового спирта не менее пяти процентов объема готовой продукции допускается в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

Вместе с тем положения Закона о рекламе для рекламы, в том числе в виде рекламных акций, алкогольной продукции (включая пиво) с содержанием этилового спирта менее пяти процентов объема готовой продукции не предусматривают требований по распространению такой рекламы исключительно в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

Однако, в данном случае, из рекламы пива, предлагаемого по акции, не представляется возможным определить содержания в нем этилового спирта объема готовой продукции.

В частности, данная реклама, направленная на привлечение внимания потребителя на акцию "2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", не исключает возможность того, что магазином рекламируется реализация пива, с наличием в нем содержания этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

При этом в материалах дела не имеется доказательств подтверждения того, что в рассматриваемой рекламной акции участвуют исключительно сорта пива, реализуемого магазинами, с содержанием этилового спирта менее 0,5 процента объема готовой продукции.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу, что реклама: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", распространяемая за пределами магазинов "ПИВОМАН", размещена с нарушением части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе, в соответствии с которой реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов.

Вместе с тем, в силу части 3 статьи 21 Закона о рекламе установлено, что реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее, чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Законом о рекламе требования к содержанию предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции не установлены. Рекламодатели по своему усмотрению могут формулировать текст данного предупреждения, использовать тот или иной шрифт, однако предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции должно быть четким и ясным, хорошо различимым на фоне рекламы, т.е. должно быть именно предупреждением и привлекать внимание потребителей.

В рассматриваемом случае рекламная акция: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН" не содержит предупреждение, определенное нормами Закона о рекламе. Таким образом, рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований, определенных частью 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3, части 7 статьи 5, [частью 3 статьи 21](#) Закона о рекламе, в соответствии с [частью 6 статьи 38](#) Закона о рекламе, несет рекламодатель. В соответствии с [пунктом 5 статьи 3](#) Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2.1 и 3 статьи 21](#) Закона о рекламе, в соответствии с [частью 7 статьи 38](#) Закона о рекламе, несет рекламодатель.

В соответствии с [пунктом 7 статьи 3](#) Закона о рекламе, рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Объектом рекламирования в данном случае является проведение акции магазинами "ПИВОМАН" по реализации пива и реклама направлена на продвижение данного товара на рынке реализации аналогичных товаров. Размещение рассматриваемой рекламы в местах нахождения магазинов "ПИВОМАН", осуществлялось в соответствии с указанным по тексту договором возмездного оказания услуг, заключенному между ИП Казаков Д.Н. (Заказчик) и гражданином Боровкиным С.С. (Исполнитель), предметом договора которого является проведение стимулирующих продажи акций в магазинах, принадлежащих ИП Казакову Д.Н.

Таким образом, рекламодателем и рекламодателем ненадлежащей рекламы, является ИП Казаков Д.Н.

В рамках рассмотрения настоящего дела, Комиссией определено, что в границах территорий г. Чебоксары и г. Новочебоксарск в настоящее время функционирует 20 магазинов разливного пива федеральной сети "ПИВОМАН".

На заседании Комиссии 27.02.2017 представитель ИП Казакова Д.Н. представил письменные пояснения с представлением информации о том, что ИП Казаков Д.Н. осуществляет свою деятельность под коммерческим обозначением "ПИБОМАН" по следующим адресам нахождения магазинов с фирменным наименованием "ПИБОМАН":

- 1.Чебоксары, Петра Ермолаева, 1
- 2.Чебоксары, Мира проспект, 82
- 3.Чебоксары, Пирогова, 1 к. 2
- 4.Чебоксары, Энтузиастов, 32а
- 5.Чебоксары, Университетская, 10
- 6.Чебоксары, Розы Люксембург, 2
- 7.Чебоксары, Рихарда Зорге, 6
- 8.Чебоксары, Ашмарина, 48
- 9.Чебоксары, Максима Горького проспект, 38
- 10.Чебоксары, Тимофея Кривова, 6 к. 1
- 11.Чебоксары, Эгерский б-р, 44
- 12.Чебоксары,Тукташа, 5/12
- 13.Новочебоксарск, Коммунистическая, 34.

На заседание Комиссии 03.03.2017 представителем ИП Казакова Д.Н. представлен фотоотчет по всем запрашиваемым магазинам "ПИБОМАН", с информацией об отсутствии проведения и размещения в них спорной рекламной акции на момент рассмотрения дела. В

пояснениях указывается, что на сегодняшний день рассматриваемая акция в магазинах "ПИБОМАН" не проводится, при этом, ранее размещаемая наружная реклама, о ее проведении, демонтирована.

В последующих представленных письменных пояснениях ИП Казакова Д.М. (вх. от 16.03.2017 № 04-10/1713) указывается на то, что пояснения, запрашиваемые Чувашским УФАС России, связанные с производством и распространением данной рекламной акции, не могут быть представлены по причине того, что порядок проведения акции (условия по изготовлению рекламного материала, размещение, сроки, ассортимент товара) оговаривался в устной форме, документально не оформлялся. В связи с чем, запрашиваемая информация у ИП Казакова Д.Н. отсутствует.

Кроме того, ИП Казаков Д.М. указывает на то, что признает свою вину в нарушении Закона о рекламе, в связи с распространением ненадлежащей рекламы: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", и, что ее размещение на момент рассмотрения дела прекращено.

Вместе с тем, в рамках рассмотрения дела, Комиссией определено, что в настоящее время реклама с содержанием рассматриваемого текста "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", с нарушением указанных по тексту требований пункта 1 части 3, части 7 статьи 5, части 3 статьи 21, имеет место распространения внутри торговых объектов - магазинов "ПИВОМАН", расположенных, в том числе по вышеуказанным адресам.

Из пояснения, представленного ИП Казаковым Д.Н. (вх. от 06.03.2017 № 04-10/1447) следует, что в иных субъектах РФ акция, с рассматриваемым содержанием, не проводится.

При этом, согласно имеющимся в материалах дела документам и сведениям, установлено, что спорная реклама размещалась в месте нахождения магазинов "ПИВОМАН", принадлежащих ИП Казакову Д.Н., территориально расположенных в границах г. Ульяновск.

Таким образом, на основании изложенного, следует, что ИП Казаковым Д.Н. не предприняты в настоящее время все необходимые меры по недопущению указанных по тексту нарушений Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", поскольку в ней нарушены требования, определенные пунктом 1 части 3, части 7 статьи 5, частями 2.1, 3 статьи 21 Закона о рекламе.

2. Признать ИП Казакова Д.Н. нарушившим требования пунктом 1 части 3, части 7 статьи 5, частями 2.1, 3 статьи 21 Закона о рекламе.

3. Выдать ИП Казакову Д.Н. предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП Казакова Д.Н.

Решение изготовлено в полном объеме 28 марта 2017 года и может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»

ПРЕДПИСАНИЕ
О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

28 марта 2017 г.

г. Чебоксары

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

председатель Комиссии - «...»

члены Комиссии:

«...»

на основании своего решения от 28.03.2017 по делу № 24-Р-2016 о признании ненадлежащей рекламу ИП Казакова Д.Н.: "акция 2+1 только у нас СНИЖЕНИЕ ЦЕН", в связи с нарушением требований, установленных пунктом 1 части 3, части 7 статьи 5, частями 2.1, 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Казакову Д.Н. («...») **в срок до 01.05.2017** прекратить распространение ненадлежащей рекламы внутри торговых объектов - магазинов "ПИВОМАН", принадлежащих ИП Казакову Д.Н., территориально расположенных в границах г. Чебоксары и в месте нахождения магазинов "ПИВОМАН", территориально расположенных в границах г. Ульяновск, в связи с нарушением требований, установленных пунктом 1 части 3, части 7 статьи 5, частями 2.1, 3 статьи 21 Федерального закона "О рекламе".

2. ИП Казакову Д.Н. **в срок до 15.05.2017** представить в Чувашское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Чувашское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»