

Резолютивная часть решения объявлена 01 декабря 2015 года.

Решение в полном объеме изготовлено 04 декабря 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации в рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

член Комиссии, специалист-эксперт отдела контроля

- Лекутова Е.А. - **финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

рассмотрев дело №1645-ФАС52-07/15, возбужденное в отношении **Общества с ограниченной ответственностью «ПринтМедиа»** (юридический адрес: 606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, пр. Ленина, д.95, кв.15; фактический адрес: 016, Нижегородская область, г. Дзержинск, ул. Октябрьская, д.66, оф.1) по обращению потребителя рекламы С. (в Нижегородском УФАС России отсутствует письменное согласие заявителя на использование его персональных данных) по признакам нарушения статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя Общества по Доверенности от 25.11.2015г. – Шошко И.А.,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы поступило обращение потребителя рекламы С. по поводу рекламы, размещенной в рекламном информационном журнале «Sconto», содержащей, по мнению заявителя, признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

редактором рекламно-информационного журнала «Sconto» является ООО «ПринтМедиа» (606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, пр. Ленина, д.95, кв.15).

В связи с указанными обстоятельствами, Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 11 ноября 2015 года вынесло Определение о возбуждении дела №1645-ФАС52-07/15 по признакам нарушения статьи 8 ФЗ «О рекламе» в отношении рекламодателя - ООО «ПринтМедиа».

После изучения материалов дела, представленных документы и выслушав доводы ответчика, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

В рекламно-информационном журнале «Sconto» за июль 2015 года на страницах 56-57 и 58-59 распространялись следующие сообщения:

стр.56-57 «...Необходима консультация специалиста...Биоритм время быть здоровым...Юна поликлиника 14 июля 2015г. в 11ч. День открытых дверей 1)флотинг гармония тела и души...2)акупунктурный массаж гибкость суставов и глубокая релаксация...3)косметология сохранение молодости и красоты...4)баротерапия здоровые сосуды и жизненный тонус...5)прессотерапия прекрасный способ лимфодренажа...6) пробиотики 5-го поколения... Обо всем этом и о многом другом вы узнаете на дне открытых дверей в журнале №БИОРИТМ» Парковая Аллея, 6, www.bioklinik.ru тел. (8313) 31-34-34, (831) 291-70-11

стр.58-59 «...Необходима консультация специалиста...Всё ради здоровья вашей семьи! Юна поликлиника ул. Пирогова, 26а тел. 21-40-50 Прием ведут специалисты высшей категории: Кардиолог Офтальмолог Ревматолог Гинеколог Эндокринолог Уролог Косметолог Отоларинголог Невролог Психиатр-нарколог Хирург...www.клиника-юна.рф».

Указанные сообщения являются рекламой, так как отвечают определению, указанному в пункте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе»: реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная определенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, качество его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное мероприятие, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама, пункт 3 этой же статьи определил, что *товар* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанные сообщения направлены на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования – клинике «Биоритм» поликлинике «Юна».

Согласно части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться

дупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, должительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеослуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем пять процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Содержание и перечень медицинских услуг определены [Номенклатурой](#) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н.

Номенклатура медицинских услуг представляет собой перечень медицинских услуг. Код услуги состоит из буквенно-цифрового шифра от 8 до 11 (12) знаков. Первый знак обозначает класс услуги, второй и третий знаки - раздел (тип медицинской услуги), четвертый и пятый (шестой) знаки - подраздел (анатомо-функциональная область и/или перечень медицинских специальностей), с шестого по одиннадцатый знаки (с седьмого по двенадцатый) - порядковый номер (группы, подгруппы). Перечень медицинских услуг разделен на два [класса: "А" и "В"](#), построенные по иерархическому принципу.

[Класс "А"](#) включает медицинские услуги, представляющие собой определенные виды медицинских вмешательств, направленные на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющие самостоятельное законченное значение.

[Класс "В"](#) включает медицинские услуги, представляющие собой комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

В сообщениях на страницах 56-57 и 58-59 содержится информация о рекламируемых услугах:

Массаж имеет код: А21.01.001;

Сметология имеет подраздел: В008;

Радиолог имеет код: В01.015.001;

Офтальмолог имеет код: В01.029.001;

Пульмонолог имеет код: В01.040.001;

Невролог имеет код: В01.001.001;

Эндокринолог имеет код: В01.058.001;

Уролог имеет код: В01.023.001;

Психиатр-нарколог имеет код: В01.036.001;

Сурдолог имеет код: В01.053.001.

им образом, рекламируемые услуги являются медицинскими услугами.

Требование ФЗ «О рекламе» предусматривает обязательность указания в рекламных сообщениях лекарственных препаратов, медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий, любой сопроводительной надписи: предупреждение о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

В журнале «Sconto» за июль 2015 года на страницах 56-57 (клиника «Биоритм»), 58-59 (поликлиника «Юна») имеется сопроводительная надпись «необходима консультация специалиста». Данное предупреждение занимает более пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства). Расчеты произведены исходя из следующей формулы: $S=AB$, где A – ширина, а B – высота рекламной полосы. Расчет на страницах 56-57 (клиника «Биоритм») - $A=16,3$ см, $B=23$ см, следовательно, $S=16,3*23=374,9$ см – размер рекламной площади. Ширина предупреждения составляет 1,3 см, высота 23 см, следовательно, площадь предупреждения составляет 29,9 см. Размер предупреждения в процентах составляет 7,9%. Расчет на страницах 58-59 (поликлиника «Юна») - $A=16,3$ см, $B=23$ см, следовательно, $S=16,3*23=374,9$ см – размер рекламной площади. Ширина предупреждения составляет 0,9 см, высота 23 см, следовательно, площадь предупреждения составляет 20,7 см. Размер предупреждения в процентах составляет 5,5%.

Им образом, данные рекламные сообщения не противоречат требованиям части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В таких обстоятельствах, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к выводу, что в рекламных сообщениях, размещенных на страницах 56-57, 58-59 рекламного-информационного журнала «Sconto», отсутствует нарушение требований части 7 статьи 24 ФЗ «О рекламе».

В рекламном-информационном журнале «Sconto» за июль 2015 года на страницах 36, 155 распространялись следующие сообщения:

р.36 «Торговый дом Меркурий торты пироги пирожные кулинария хлеб заказ и доставка на дом пр-т Циолковского, 78 32-22-22 www.меркурий52.рф»;

р.50 «CITY&SUSHI ВНИМАНИЕ! Акции и скидки не суммируются! Минимальная сумма заказа: г. Дзержинск от 300р Дзержинск / ул. Кирова д.17 (8313) 25-23-22 8-930-802-52-52 w.cityandsushi.ru...Акция Заказ оплачивается в нашем магазине или курьеру (в рублях) при получении бланка заказа. К каждому заказу бесплатно прилагаются: палочки, соевый соус, имбирь, салфетки одноразовые, зубочистки в индивидуальной упаковке. Заказывайте через приложение вконтакте vk.com/app4673080_170924336 Филадельфия мания 1150гр Классическая филадельфия, с тигровой креветкой, ячая филадельфия, филадельфия фреш, мини филадельфия 600р Акция Филорникейшн 1000гр Калифорнии классические и с японским омлетом 500р Акция Теченный набор 900гр запеченные роллы с мидиями, лососем, тунцом, грибами и т.д. 550р »;

р. 55 «Кафе Город, Доставка Банкеты Корпоративы Выездные банкеты Детские

здники Поминальные обеды от 150 руб./чел. Бизнес-ланчи от 130 руб. с доставкой по
оду пр-т Чкалова, 46 8-987-557-35-00, 8-930-708-15-55».

ные сообщения являются рекламой, так как отвечают определению, указанному в
кте 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе»: реклама - информация, распространенная любым
способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная
определенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту
рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его
движение на рынке.

соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар,
знак 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, пункт 3 этой же статьи
определил, что *товар* - продукт деятельности (в том числе работа, услуга),
предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

рекламные сообщения направлены на привлечение внимания неопределенного круга
лиц к объектам рекламирования – Торговый дом «Меркурий», кафе «CITY&SUSHI», кафе
«СОД».

пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что ненадлежащая реклама - реклама,
не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

статьями 2 и 3 Гражданского Кодекса Российской Федерации предусмотрено, что
договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления
покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов,
выпусков, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой,
радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность
прямое посредственное ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при
заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара). Если иное не
предусмотрено законом, иными правовыми актами или договором, договор розничной
купи-продажи товара по образцам или договор розничной купли-продажи,
заключенный дистанционным способом продажи товара, считается исполненным с
момента доставки товара в место, указанное в таком договоре, а если место передачи
товара таким договором не определено, с момента доставки товара по месту
жительства покупателя-гражданина или месту нахождения покупателя - юридического
лица.

положения статьи 26.1 (пункты 1 и 2) Закона Российской Федерации от 07.02.1992
№ 300-1 «О защите прав потребителей» содержат аналогичные условия.

установлением Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 №612
определены Правила продажи товаров дистанционным способом, пунктом 2
определено, что продажа товаров дистанционным способом - продажа товаров по
договору розничной купли-продажи, заключаемому на основании ознакомления
покупателя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в
каталогах, проспектах, буклетах либо представленным на фотоснимках или с
использованием сетей почтовой связи, сетей электросвязи, в том числе
информационно-телекоммуникационной сети Интернет, а также сетей связи для
трансляции телеканалов и (или) радиоканалов, или иными способами, исключающими

возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора.

В рассматриваемых рекламных сообщениях отсутствует непосредственный контакт потребителя с товаром либо его образцом до заключения договора. При дистанционном способе продажи товаров ознакомление с товаром происходит посредством ознакомления с буклетами, сетей электросвязи, сети Интернет, содержащими информацию о наличии, стоимости, акциях, доставке и оплате товаров, в этом необходимая информация может быть получена по указанным в рекламах телефонным номерам, на сайтах в сети Интернет и через мобильные приложения.

Таким образом, рекламная информация, распространенная в рекламном информационном журнале «Sconto» за июль 2015 года на страницах 36, 50, 55 подпадает под определение продажи товаров дистанционным способом.

Реклама товаров при дистанционном способе продаже должна соответствовать как этим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 8 Федерального закона «О рекламе», устанавливающей специальные требования к рекламе товаров при дистанционном способе продажи.

Согласно статье 8 ФЗ «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Потребителю важно знать, какое лицо делает заманчивое предложение по продаже товаров дистанционным способом. Поэтому в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи в обязательном порядке следует указывать наименование или ИТ лица, оказывающего эти услуги.

Также в рассматриваемых рекламных сообщениях, распространенных в рекламном информационном журнале «Sconto» за июль 2015 года на страницах 36, 50, 55, отсутствуют сведения о продавце рекламируемых товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

Указание требований к рекламе товаров при дистанционном способе их продажи является важной и необходимой мерой, позволяющей защитить интересы потребителей. Покупатель может выразить претензию за некачественный товар при условии указания в рекламе товаров при дистанционном способе продаже своих контактов.

Кроме того, наименование организации, предоставляющей рекламируемые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Наименование - индивидуализирующий признак организации. Требования ФЗ «О рекламе» предусматривают обязательность указания наименования юридического

а или индивидуального предпринимателя при размещении рекламы банковских, аховых и иных финансовых услуг. Наименование юридического лица включает в ия кроме непосредственного названия обязательное указание на его анизационно-правовую форму (ООО, ОДО, АО, ЗАО и иные). Для индивидуального рдпринимателя обязательно указание фамилии, имени и отчества. Несоблюдение го правила является основанием для признания рекламы ненадлежащей.

лама, объектом рекламирования которой является продажа товаров :танционном способом должна содержать полное наименование лица, зывающего услугу.

екламных сообщениях, распространенных в рекламно-информационном журнале onto» за июль 2015 года на страница 36, 50, 55, содержатся такие сведения о давце, как: наименование и место нахождения, а государственный истрационный номер записи о создании юридического лица и фамилия, имя, эство, основной государственный регистрационный номер записи о ударственной регистрации физического лица в качестве индивидуального рдпринимателя отсутствует.

им образом, распространение вышеуказанных рекламных сообщений без указания а, оказывающего рекламируемые услуги, противоречит требованиям статьи 8 ФЗ «екламе».

ответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что ответственность арушение требований части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет ламораспространитель.

иктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что ламораспространитель - лицо, ществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с юльзованием любых средств.

ответствии со Свидетельством о регистрации средства массовой информации ПИ У52-01076 от 28.09.2015г. рекламно-информационный журнал «Sconto» егистрировано в качестве средства массовой информации, учредителем :тупает ООО «ПринтМедиа».

:сматриваемые рекламные сообщения распространялись на основании Договоров азмещение рекламных материалов, заключенные ООО «ПринтМедиа» с ИП цевой Е.В. (№Е-80 от 15.06.2015г.), с ИП Сегеда А.О. (№М-52 от 25.06.2015г.) и ООО адиии качества» (№М-65 от 06.07.2015г.). В связи с чем, ламораспространителем рекламных сообщений является ООО «ПринтМедиа».

им образом, рекламные сообщения ИП Карцевой Е.В., ИП Сегеда А.О., ООО адиии качества», распространенные ООО «ПринтМедиа» в июле 2015 года, тиворечат требованиям статьи 8 ФЗ «О рекламе».

ответствии с пунктом 11.1. Устава ООО «ПринтМедиа» единоличным оупительным органом Общества является Директор Общества.

гласно Приказу №1 от 01.08.2014г. директором Общества является Маляревский А.К.

дствия должностного лица – директора ООО «ПринтМедиа» – Маляревского А.К. по адлежащему исполнению своих служебных обязанностей привели к нарушению

ламного законодательства.

Комиссия Нижегородского УФАС России считает необходимым выдать ООО «ПринтМедиа» предписания об устранении выявленных нарушений Федерального закона «О рекламе».

Ссылаясь на часть 2 пункта 1 статьи 33, часть 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

признать ненадлежащими рекламные сообщения, распространенные ООО «ПринтМедиа» в июле 2015 года в рекламно-информационном журнале «Sconto», поскольку они противоречат требованиям статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «ПринтМедиа» предписания о прекращении нарушений законодательства РФ о рекламе.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

С.В. Смирнов

Члены Комиссии

О.Ю. Швецова

Е.А. Лекутова

Исп.: Лекутова Е.А.,

тел.: 8 (831) 430-55-74

04 декабря 2015 года

г. Нижний Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

член Комиссии, специалист-эксперт отдела контроля

- Лекутова Е.А. - **Финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

на основании решения от 04.12.2015г. по делу №1645-ФАС52-07/15 о признании рекламы, распространенной ООО «ПринтМедиа» (юридический адрес: 606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, пр. Ленина, д.95, кв.15; фактический адрес: 606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, ул. Октябрьская, д.66, оф.1), в рекламно-информационном журнале «Sconto», ненадлежащей, поскольку она противоречит требованиям статьи 8 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 ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации

04 декабря 2015 года

г. Нижний Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

член Комиссии, специалист-эксперт отдела контроля

- Лекутова Е.А. - **Финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

на основании решения от 04.12.2015г. по делу №1645-ФАС52-07/15 о признании рекламы, распространенной ООО «ПринтМедиа» (юридический адрес: 606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, пр. Ленина, д.95, кв.15; фактический адрес: 606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, ул. Октябрьская, д.66, оф.1), в рекламно-информационном журнале «Sconto», ненадлежащей, поскольку она противоречит требованиям статьи 8 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 ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08. 2006 №508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «ПринтМедиа» в срок до 24 декабря 2015 года прекратить нарушение статьи 8 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить

распространение в рекламно-информационном журнале «Sconto» рекламы дистанционного способа продажи товаров ИП Сегады А.О. без указания сведений о продавце.

2. ООО «ПринтМедиа» представить в Нижегородское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 25 декабря 2015 года.

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

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Нижегородское 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.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает юридическое лицо от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.

Председатель Комиссии

С.В. Смирнов

Члены комиссии

О.Ю. Швецова

Е.А. Лекутова

04 декабря 2015 года

г. Нижний Новгород

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

член Комиссии, специалист-эксперт отдела контроля

- Лекутова Е.А. - **Финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции,**

на основании решения от 04.12.2015г. по делу №1645-ФАС52-07/15 о признании рекламы, распространенной ООО «ПринтМедиа» (юридический адрес: 606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, пр. Ленина, д.95, кв.15; фактический адрес: 606016, Нижегородская область, г. Дзержинск, ул. Октябрьская, д.66, оф.1), в рекламно-информационном журнале «Sconto», ненадлежащей, поскольку она противоречит требованиям статьи 8 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 ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08. 2006 №508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «ПринтМедиа» в срок до 24 декабря 2015 года прекратить нарушение статьи 8 Федерального закона «О рекламе», а именно: прекратить распространение в рекламно-информационном журнале «Sconto» рекламы дистанционного способа продажи товаров ООО «Традиции качества» без указания сведений о продавце.
2. ООО «ПринтМедиа» представить в Нижегородское УФАС России письменные

доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **в срок до 25 декабря 2015 года.**

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

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Нижегородское 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.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает юридическое лицо от обязанности исполнить предписание антимонопольного органа.

Председатель Комиссии

С.В. Смирнов

Члены комиссии

О.Ю. Швецова

Е.А. Лекутова