Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе: <…>, <…>, <…>,

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – индивидуального предпринимателя <…> (ИНН: <…>),

рассмотрев материалы дела № 043/05/21-374/2021, возбужденного по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <…> (далее по тексту – ИП <…>., Ответчик) пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, пункта 1 части 3 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения информации: *«Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР»* с изображением емкости с пенным напитком, *«Самое Свежее Светлое Разливное* <…>», «Не в каждой бочке правильный напиток»* с изображением пивного бочонка на рекламных конструкциях, закрепленных на фасаде здания, в котором расположен магазин <…> по адресу: <…>,

У С Т А Н О В И Л А:

при осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») Кировским УФАС России зафиксирована информация: *«Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР»* с изображением емкости с пенным напитком, *«Самое Свежее Светлое Разливное* <…>», «Не в каждой бочке правильный напиток»* с изображением пивного бочонка, размещенная на рекламных конструкциях, закрепленных на фасаде здания, в котором расположен магазин <…> по адресу: <…> (акт фиксации рекламы от 15.03.2021).

Определением от 11.05.2021 возбуждено дело № 043/05/21-374/2021 в отношении ИП <…> по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 50, пункта 5 части 2 статьи 21, части 3 статьи 21, части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе». Рассмотрение дела назначено на 03.06.2021 в 10 часов 00 минут.

Определением от 03.06.2021 срок рассмотрения дела № 043/05/21-374/2021 продлен, рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью надлежащего уведомления ИП <…> о дате, времени и месте рассмотрения дела, а также в связи с необходимостью получения от ИП <…> ранее запрошенных документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 05.07.2021 в 09 часов 30 минут.

Определением от 05.07.2021 рассмотрение дела № 043/05/21-374/2021 отложено в связи с необходимостью получения от ИП <…> документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 02.08.2021 в 11 часов 00 минут.

Определением от 02.08.2021 объявлен перерыв в рассмотрении дела № 043/05/21-374/2021. Рассмотрение дела назначено на 06.08.2021.

На заседание комиссии по рассмотрению дела № 043/05/21-374/2021 ИП <…> не явилась, представителя не направила, заявила ходатайство о рассмотрении дела № 043/05/21-374/2021 в свое отсутствие (вх. № <…> от 03.08.2021; вх. № <…> от 04.08.2021).

Согласно письменным пояснениям Ответчика (вх. № <…> от 30.06.2021), информация: «Правильный продукт в банке* Бойлерное сделано по Госту СССР» с изображением емкости с пенным напитком, «Самое Свежее Светлое Разливное *ПивКом», «Не в каждой бочке правильный напиток», размещенная на фасаде здания, расположенного по адресу: <…> не несет в себе посыла, что данная продукция является алкогольной. Исходя из письменных пояснений Ответчика (вх. № <…> от 30.06.2021) реклама придумана обществом с ограниченной ответственностью «Инженер строитель» (ИНН: <…>) на основании договора подряда № <…> от <…>, организация несет полную ответственность за размещение данного баннера. Общество с ограниченной ответственностью «Инженер строитель» (далее – ООО «Инженер строитель») не собирало анкет и не проводило опрос по качеству продукции, размещенной на рекламном баннере, размещенном по адресу: <…>. Документы, подтверждающие исполнение договора подряда № <…> от <…> в антимонопольный орган не представлены.

На заседании Комиссии по рассмотрению дела № 043/05/21-374/2021, состоявшемся 05.07.2021 <…> – представитель ИП <…> по доверенности от 05.07.2021 пояснила, что рекламные конструкции, содержащие спорную информацию, переданы ООО «Инженер строитель» в собственность ИП <…> безвозмездно (пояснения отражены в протоколе заседания Комиссии от 05.07.2021).

Письмом № <…> от <…> (вх. № <…> от <…>) ИП <…> представила письменные пояснения, из которых следует, что баннер, содержащий информацию: «Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР» с изображением емкости с пенным напитком, «Самое Свежее Светлое Разливное* Пивком», «Не в каждой бочке правильный напиток», закрепленный

на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Сурикова, д. 27, изменен. Нарушение требований Федерального закона «О рекламе» ИП <…> признала. Заявила ходатайство о замене штрафа предупреждением ввиду затруднительного материального положения.

Комиссия Кировского УФАС России, рассмотрев материалы дела, пришла к следующим выводам.

Комиссией заявленное ИП <…> ходатайство о замене штрафа предупреждением в соответствии с положениями статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях оставлено без удовлетворения, поскольку дело № 043/05/21-374/2021 возбуждено по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Заявленное ИП <…> ходатайство будет рассмотрено должностным лицом Кировского УФАС России в рамках административного производства по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является 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.

Под объектом рекламирования, в силу пункта 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» следует понимать товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовителя или продавца 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.

Информация: *«Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР»* с изображением емкости с пенным напитком, *«Самое Свежее Светлое Разливное* <…>», «Не в каждой бочке правильный напиток»* с изображением пивного бочонка, размещенная на рекламных конструкциях, закрепленных на фасаде здания, в котором расположен магазин <…> по адресу: <…> (акт фиксации рекламы от 15.03.2021) содержит все юридически значимые признаки рекламы, а именно:

- распространена с помощью рекламных конструкций стабильного территориального размещения, закрепленных на фасаде здания, в котором расположен магазин <…> (<…>);

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования –

магазину разливных напитков <…>, реализуемым в нем товарам (пиву), способствует формированию интереса к магазину <…>, реализуемой в нем продукции (пиву).

Таким образом, вышеуказанная информация содержит все признаки рекламы, перечисленные в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», является рекламой и на такую информацию, а также на порядок ее размещения распространяются положения Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 7 статьи 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171 - ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (далее – Федеральный закон «О государственном регулировании алкогольной продукции») под алкогольной продукцией понимается пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции.

Алкогольная продукция подразделяется на спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

В соответствии с пунктом 13.1 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции», пиво - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок.

В соответствии с пунктом 12.4 статьи 2 Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции», сидр - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта не более 6 процентов объема готовой продукции, произведенная в результате брожения яблочного сусла и (или) восстановленного яблочного сока без добавления этилового спирта с насыщением или без насыщения двуокисью углерода.

Исходя из положений вышеуказанных норм Федерального закона «О государственном регулировании алкогольной продукции», пищевая продукция с содержанием этилового спирта более 0,5% объема готовой продукции является алкогольной продукцией.

Согласно разъяснениям Президиума ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у

потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Установлено, что спорная реклама с учетом ее содержания, наличия изобразительных элементов и места ее размещения ассоциируется у потребителей исключительно с алкогольной продукцией, реализуемой ИП <…>, поскольку распространяется около вход в магазин <…>, в котором реализуется алкогольная продукция, содержит словосочетания: *«Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР», «Самое Свежее Светлое Разливное* <…>», «Не в каждой бочке правильный напиток»*, которые сопровождаются изображениями емкости с пенным напитком и пивным бочонком. Следовательно, объектом рекламирования в спорной рекламе является алкогольная продукция и такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

Кроме того, согласно информации, содержащейся в акте фиксации рекламы от 31.07.2021 в магазине <…> по адресу: <…> реализуется пиво «Бойлерное» разных сортов, а именно: «Бойлерное светлое» с содержанием этилового спирта 4% на объем готовой продукции, «Бойлерное чешское» с содержанием этилового спирта 4,5% на объем готовой продукции, «Бойлерное пшеничное» с содержанием этилового спирта 4,5% на объем готовой продукции. Ответчиком не представлены документы, подтверждающие факт реализации безалкогольного пива «Бойлерное».

Также на рекламных конструкциях отсутствует информация о том, что рекламируемая продукция является безалкогольной, соответственно, потребителем такая реклама воспринимается как реклама алкогольной продукции.

Таким образом, объектом рекламирования в спорной рекламе является алкогольная продукция (пиво) и такая реклама должна соответствовать требованиям статьи 21 Федерального закона «О рекламе», следовательно, довод Ответчика о том, что спорная реклама не является рекламой алкогольной продукции, а также довод о том, что информация: *«Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР»* является рекламой безалкогольного пива, являются необоснованными.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

В соответствии с пунктом 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» к рекламным конструкциям относятся: щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, проекционного и иного предназначенного

для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушные шары, аэростаты и иные технические средства стабильного территориального размещения, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

К техническим средствам стабильного территориального размещения следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены стационарно, прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями (то есть с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения. То есть это любые конструкции, прочно (стабильно, стационарно) связанные с объектом недвижимого имущества таким образом, что такая связь делает невозможным монтаж или демонтаж конструкции без использования специальных технических средств или устройств (машин, механизмов, инструментов и т.п.).

Реклама алкогольной продукции: *«Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР»* с изображением емкости с пенным напитком, *«Самое Свежее Светлое Разливное* <…>», «Не в каждой бочке правильный напиток»* с изображением пивного бочонка распространена с помощью рекламных конструкций, изготовленных из строительной сетки на металлическом каркасе и размещенных на фасаде здания, в котором расположен магазин <…> по адресу: <…>.

Таким образом, спорная реклама алкогольной продукции, распространенная с помощью технических средств стабильного территориального размещения, содержит нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» 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).

Спорная реклама алкогольной продукции содержит нарушение части 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе», поскольку в ней отсутствует предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя.

На основании пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального 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.

Согласно пункту 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», 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 Федерального закона «О рекламе»).

Спорная реклама содержит словосочетание: *«Самое Свежее Светлое Разливное* <…>»* в отсутствие сравнительного критерия, имеющего объективное подтверждение, следовательно, спорная реклама распространена с нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (далее также - разрешение), выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в частях 5, 6, 7 настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции. Указанное заявление подается заявителем в письменной форме или в форме электронного документа с использованием федеральной государственной информационной системы "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)" (далее - единый портал государственных и муниципальных услуг) и (или) региональных порталов государственных и муниципальных услуг в орган местного самоуправления муниципального района или орган местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Согласно информации, представленной МКУ «Городская реклама» письмом № <…> от 07.04.2021 (вх. № <…> от 08.04.2021), разрешения на установку и

эксплуатацию рекламных конструкций в г. Кирове по адресу: <…> не выдавались.

Поскольку у ИП <…> отсутствуют разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций, расположенных по адресу: <…>, рекламные конструкции установлены и эксплуатируются с нарушением части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 5 части 2 статьи 21, частью 9 статьи 19 несет рекламораспространитель, ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» несут рекламодатель и рекламораспространитель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

На основании договора № <…> от 27.01.2021 аренды нежилого помещения общество с ограниченной ответственностью «ИТ Проект» (Арендодатель – 1), индивидуальный предприниматель <…> (Арендодатель – 2) и ООО «Инженер строитель» (Арендатор) заключили договор, согласно которому Арендодатели (Арендодатель – 1, Арендодатель – 2) обязуются передать, а Арендатор принять во временное возмездное пользование (аренду) недвижимое имущество: часть нежилого помещения, совокупной площадью 62 кв. м., кадастровый номер <…> по адресу: г. <…>.

В силу договора от <…> субаренды нежилого помещения (далее – договор от 01.20.2021), заключенного между ООО «Инженер строитель» (Арендатор) и ИП <…> (Субарендатор), Арендатор сдает, а Субарендатор принимает в субаренду нежилое помещение, расположенное по адресу: <…> общей площадью 62 кв.м. (далее – помещение) для использования под торговую площадь и подсобные помещения.

Согласно пункту <…> договора от <…> Арендатор владеет помещением на основании договора № <…> от <…> аренды недвижимого имущества.

Согласно договору № <…> от <…>, заключенному между индивидуальным предпринимателем <…> (Исполнитель) и ООО «Инженер строитель» (Заказчик), Заказчик поручает, а Исполнитель обязуется изготовить: вывеска

(2750*600 мм, композитная панель, объемный логотип, пиксели, 6 канальный контроллер), Баннер (3260*2700, сетка, проклейка, люверсы, монтаж), макет, на общую сумму <…> руб.

Согласно договору подряда № <…> от <…>, заключенному между ООО «Инженер строитель» (Исполнитель) и ИП <…> (Заказчик), Исполнитель обязуется изготовить и выполнить монтаж рекламного баннера на объекте, расположенном по адресу: <…>, а Заказчик обязуется принять результат и оплатить его.

Исходя из пояснений <…> – представителя ИП <…> по доверенности от 05.07.2021, рекламные конструкции, содержащие спорную информацию переданы ООО «Инженер строитель» в собственность ИП <…> безвозмездно, в связи с чем, у Ответчика отсутствуют документы, подтверждающие исполнение договора подряда № <…> от 12.02.2021.

На основании анализа вышеуказанных договоров установлено, что ИП <…> (ИНН: <…>) на даты фиксации рекламы (акт фиксации рекламы от 15.03.2021, акт фиксации рекламы от 31.07.2021) осуществляла предпринимательскую деятельность по реализации алкогольной продукции в магазине <…>, расположенном по адресу: <…>, имела право на размещение наружной рекламы и разместила спорную рекламу на рекламных конструкциях, закрепленных на фасаде здания, в котором расположен магазин <…> по адресу: <…>, что подтверждается актом фиксации рекламы от 15.03.2021, актом фиксации покупки от 15.03.2021, актом фиксации рекламы от 31.07.2021, актом фиксации покупки от 31.07.2021, устными пояснениями представителя Ответчика (отражены в протоколе заседания Комиссии от 05.07.2021) и письменными пояснениями ИП <…> (вх. № <…> от 30.06.2021; № <…> от 04.08.20212 (вх. № <…> от 04.08.2021).

На основании документов, имеющихся в материалах дела, устных и письменных пояснений ИП <…>., представителя Ответчика, Комиссией Кировского УФАС России установлено, что рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламы алкогольной продукции является индивидуальный предприниматель <…> (ИНН: <…>), которая несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 3 статьи 5, пунктом 5 части 2 статьи 21, частью 3 статьи 21, частью 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

Соответственно, довод ИП <…> о том, что ООО «Инженер строитель» несет полную ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, является необоснованным.

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства

Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила рассмотрения дел).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения дел при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Согласно информации, содержащейся в акте фиксации рекламы от 05.08.2021, реклама алкогольной продукции: *«Правильный продукт в банке* БОЙЛЕРНОЕ сделано по ГОСТу СССР»* с изображением емкости с пенным напитком, *«Не в каждой бочке правильный напиток»* с изображением пивного бочонка распространяется на рекламных конструкциях, закрепленных на фасаде здания, в котором расположен магазин <…> по адресу: <…>, в связи с чем, Комиссия Кировского УФАС России приняла решение выдать индивидуальному предпринимателю <…> (ИНН: <…>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии со статьей 14.37 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции без предусмотренного законодательством разрешения на ее установку и эксплуатацию, а равно установка и (или) эксплуатация рекламной конструкции с нарушением требований технического регламента, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 статьи 11.21 настоящего Кодекса, влекут наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц - от пятисот тысяч до одного миллиона рублей.

Поскольку на момент принятия Комиссией решения в материалах дела отсутствуют документы и сведения, подтверждающие правомерность установки и эксплуатации рекламных конструкций, расположенных по адресу: <…>, Комиссией принято решение о передаче материалов дела в отношении ИП <…> в Управление МВД России по г. Кирову для решения вопроса о возбуждении административного производства по статье 14.37 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении индивидуального предпринимателя <…> (ИНН: <…>).

Руководствуясь статьями 3, 5, 19, 21, 33 и 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия Кировского УФАС России,