

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 013/05/5-148/2019

11 июня 2019 года

г. Саранск, проспект Ленина, 14

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

председатель Комиссии <...> - руководитель Управления,

члены Комиссии: <...> – заместитель руководителя Управления, <...> - главный государственный инспектор отдела контроля органов власти и антимонопольного законодательства, рассмотрев 05 июня 2019 года дело № 013/05/5-148/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное по выявленному специалистами Мордовского УФАС России факту распространения в выпуске газеты «Сельские вести» №8 (9153) от 22.02.2019г. рекламы **«ВСЕМ АВТОЛЮБИТЕЛЯМ! В честь праздника 23 февраля! ТОЛЬКО У НАС! Скидки на ОСАГО до 50% БЫВШИЙ офис «Билайн» на автовокзале «Народный Страховой Магазин» Тел. 8-929-7473783»**, в которой содержатся признаки нарушения пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

АНО «Редакция газеты «Сельские вести», <...>, привлеченные к участию в рассмотрении дела № 013/05/5-148/2019, надлежащим образом уведомлены о времени и месте рассмотрения настоящего дела, однако на заседание Комиссии Мордовского УФАС России их представители не явились и от них не поступало ходатайств об отложении рассмотрения дела в связи с невозможностью явки по уважительным причинам.

Руководствуясь пунктом 30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Мордовского УФАС России рассматривает настоящее дело в отсутствие лиц, привлеченных к участию в рассмотрении дела № 013/05/5-148/2019.

Производство по делу № 013/05/5-148/2019 возбуждено определением Мордовского УФАС России от 11.03.2019 № 191 о возбуждении дела № 013/05/5-148/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Рассмотрение названного дела откладывалось определением Мордовского УФАС России от 29.03.2019 № 257 об отложении рассмотрения дела № 013/05/5-148/2019 и продлевался срок его рассмотрения до 11 июня 2019 года. Определением Мордовского УФАС России от 29.04.2019 № 318 об отложении рассмотрения дела № 013/05/5-148/2019 рассмотрение дела также откладывалось.

Лица, привлеченные к участию в рассмотрении дела, предоставили документы и сведения по существу настоящего разбирательства: АНО «Редакция газеты «Сельские вести» с письмом от 21.03.2019 № 5 (вх.№1399 от 21.03.2019), с письмом от 24.04.2019 № 8 (вх.№1992 от 25.04.2019); <...> с письмом от 04.06.2019г. (вх.№2603 от 05.06.2019).

Комиссия, исследовав имеющиеся документы и материалы в их совокупности, пришла к следующим выводам.

При проведении специалистами Мордовского УФАС России наблюдения за соблюдением требований рекламного законодательства подтвердились данные, сообщенные в письме Филиала ПАО «Росгосстрах» в Республике Мордовия от 25.02.2019 №07-01/05/266 (вх.№1023 от 27.02.2019), об опубликовании в выпуске газеты «Сельские вести» №8 (9153) от 22.02.2019г. объявления **«ВСЕМ АВТОЛЮБИТЕЛЯМ! В честь праздника 23 февраля! ТОЛЬКО У НАС! Скидки на ОСАГО до 50% Бывший офис «Билайн» на автовокзале «Народный Страховой Магазин» Тел. 8-929-7473783».**

Опубликованная информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к деятельности продавца по предоставлению страховых услуг ОСАГО со скидкой до 50%, использующего наименование «Народный Страховой Магазин», а также сообщающего место нахождения - бывший офис «Билайн» на автовокзале и контактный телефон 8-929-7473783, поддерживает интерес к такому продавцу и предлагаемым страховым услугам по заключению договоров ОСАГО на условия скидок до 50%, тем самым способствует их продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования является деятельность продавца страховых услуг «Народный Страховой Магазин» тел. 8-929-7473783, предлагающего в честь праздника 23 февраля скидки на ОСАГО до 50%.

Рассматриваемая реклама распространена с использованием печатного средства массовой информации - газеты «Сельские вести», производство и выпуск которой осуществляет АНО «Редакция газеты «Сельские вести».

АНО «Редакция газеты «Сельские вести» осуществила размещение рассматриваемой рекламы в выпуске газеты «Сельские вести» №8 (9153) от 22.02.2019г. (стр.7) на основании письменной заявки <...>.

Фактически сложившиеся отношения в процессе размещения и распространения

рассматриваемой рекламы свидетельствуют о том, что рекламодателем выступила <...>, рекламодателем - АНО «Редакция газеты «Сельские вести».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Со стороны АНО «Редакция газеты «Сельские вести» предоставлена копия заявки <...>, определившей текст предлагаемого к публикации объявления со сведениями «Скидки на ОСАГО до 50%», и к такой заявке приложена копия распечатки рекламного макета, в котором присутствуют аналогичные сведения «Скидки на ОСАГО до 50%», и такой макет сопровождается отметкой «Макет согласован:» с последующей подписью и датой «<...> 19.02.2019г.».

В свою очередь, <...> предоставила копию заявки, в которой значатся сведения «Скидки на ОСАГО до 5 %». При этом <...> в своей объяснительной от 04.06.2019г. (вх.№2603 от 05.06.2019) ссылается на то, что в опубликованном объявлении допущена ошибка Редакцией газеты «Сельские вести» в виде опечатки - вместо «5 %» напечатано «50%», с чем она не согласна.

Наряду с этим, <...> в объяснительной от 04.06.2019г. (вх.№2603 от 05.06.2019) сообщает, что является агентом страховой организации АО «СК «Астро-Волга», в связи с чем опубликовала рассматриваемое объявление с предложением скидки по ОСАГО в размере 5 %, полагая, что такая скидка предоставляется ею из расчета комиссионного вознаграждения, установленного для неё страховой организацией в размере 15%, и тем самым влияет на окончательную стоимость полиса ОСАГО, оформляемого в интересах страхователя.

Комиссия, оценив предоставленные документы, признаёт, что в рекламной публикации возможно допущена опечатка по обоюдной невнимательности заказчика - <...> и исполнителя - АНО «Редакция газеты «Сельские вести», однако <...>, как заказчик рекламы, не предъявляла претензий к качеству рекламных услуг и таким бездействием фактически согласилась с распространением рекламы, сообщающей о скидках на ОСАГО до 50%. При этом выраженное <...> суждение о достоверности предоставления ею скидки 5% по ОСАГО отклоняется как несостоятельное и не подтвержденное документально ввиду следующих обстоятельств.

<...> действительно оказывает страховщику - АО «СК «Астро-Волга» услуги агента (страхового посредника) по сопровождению договоров страхования, в том числе договоров обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, что подтверждается доверенностью № <...> от 23.01.2019г. (доверенность выдана без права передоверия со сроком действия по 31.12.2020г.), договором возмездного оказания услуг № <...> от 23.01.2019г., заключенным между АО «СК «Астро-Волга» и <...>, а также агентским договором № <...> от 23.01.2019г., заключенным между АО «СК «Астро-Волга» и <...>.

В силу п.4.1 договора возмездного оказания услуг №<...> от 23.01.2019г. <...> определен размер вознаграждения за оказываемые услуги не более чем 15% от собранной суммы страховых взносов по договорам страхования, введенным ею в Единую базу данных.

Согласно условиям агентского договора № <...> от 23.01.2019г. агент <...> обязуется заключать договоры страхования с юридическими и физическими лицами, строго руководствуясь при этом действующим законодательством, Правилами страхования и страховыми тарифами АО «СК «Астро-Волга» по соответствующим видам страхования, иными документами (формами договоров страхования, заявлений на страхование, инструкциями, положениями, информационными письмами и др.), после получения (поступления) платежа по договорам страхования своевременно выдавать страхователям квитанции и страховые полисы установленной формы и за своей подписью (п.3.2.5 агентского договора). При этом агенту при продвижении услуг обязательного страхования (ОСАГО) запрещается: допускать обещания о заключении договора обязательного страхования на условиях иных, чем предусмотрены законодательством Российской Федерации (п.3.3.1 агентского договора); уменьшать или увеличивать расходы страхователя на уплату страховой премии по договору обязательного страхования, в том числе: применение или неприменение при расчете страховой премии коэффициентов без наличия на то оснований, предусмотренных действующими страховыми тарифами по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств, предоставление любых скидок при заключении договора обязательного страхования, в том числе путем уменьшения фактически уплачиваемой суммы по сравнению с суммой страховой премии, рассчитанной с действующими страховыми тарифами по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств, либо возврат страхователю части суммы, уплаченной при заключении договора обязательного страхования, за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации, освобождение страхователя от обязанности по оплате суммы страховой премии, в том числе обусловленное заключением со страхователем договора иного, чем договор обязательного страхования (п.3.3.4 агентского договора). При этом АО «СК «Астро-Волга» выплачивает агенту <...> вознаграждение в размере, не превышающем 10% от суммы фактически поступивших АО «СК «Астро-Волга» страховых премий по договорам ОСАГО (п.4.1 агентского договора), при том, что конкретная величина агентского вознаграждения по заключенному агентом договору страхования устанавливается в акте сдачи-приема выполненных работ (п.4.2 агентского договора).

Акт возмездного оказания услуг по договору №<...> от 23.01.2019г., датированный 25.03.2019г., подтверждает, что за период с 21.02.2019г. по 20.03.2019г. <...> оказала АО «СК «Астро-Волга» услуги сопровождения договоров страхования, отслеживания поступления страховых взносов и ведение договоров страхования, за что ей выплачивается вознаграждение в размере 15% от собранной суммы страховых взносов по договорам страхования, введенным в Единую базу данных.

Акт сдачи-приема работ по агентскому договору № <...> от 23.01.2019г., датированный 25.03.2019г., подтверждает, что за период с 21.02.2019г. по 20.03.2019г. <...> оказала АО «СК «Астро-Волга» услуги по сбору премии по

обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств, за которые размер вознаграждения агента составил 10% от поступившей суммы собранной премии. Аналогичные данные содержатся и в распечатке Перечня договоров страхования за период 21.02.2019 - 20.03.2019.

Сложившиеся между агентом и страховщиком договорные отношения свидетельствуют о том, что <...> получает агентское вознаграждение от АО «СК «Астро-Волга», не влияющее на суммы страховой премии по договорам обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств, и при заключении договора обязательного страхования от имени и в интересах АО «СК «Астро-Волга» <...> запрещено предоставление любых скидок.

Вопреки таким договоренностям <...> дает безосновательное обещание скидок на ОСАГО посредством рассматриваемой рекламы.

Используемая для характеристики рекламируемых страховых услуг аббревиатура ОСАГО является общеизвестной, под которой подразумевается обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств.

Согласно части 1 статьи 8 Федерального закона от 25.04.2002 № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» регулирование страховых тарифов по обязательному страхованию осуществляется посредством установления Банком России в соответствии с настоящим Федеральным законом актуарно (экономически) обоснованных предельных размеров базовых ставок страховых тарифов (их минимальных и максимальных значений, выраженных в рублях) и коэффициентов страховых тарифов, требований к структуре страховых тарифов, а также порядка их применения страховщиками при определении страховой премии по договору обязательного страхования.

Нормы статьи 9 Федерального закона от 25.04.2002 № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» определяют, что *страховые тарифы состоят из базовых ставок и коэффициентов*. Страховые премии по договорам обязательного страхования рассчитываются страховщиками как произведение базовых ставок и коэффициентов страховых тарифов в соответствии с порядком применения страховщиками страховых тарифов по обязательному страхованию при определении страховой премии по договору обязательного страхования, установленным Банком России в соответствии со статьей 8 настоящего Федерального закона. *Страховщики не вправе применять базовые ставки, коэффициенты страховых тарифов, структуру страховых тарифов, не соответствующие требованиям, установленным Банком России в соответствии со статьей 8 настоящего Федерального закона*. Установленные в соответствии с настоящим Федеральным законом *страховые тарифы обязательны для применения страховщиками в отношении каждого страхователя*.

В силу принятого Центральным банком Российской Федерации Указания от 04.12.2018 № 5000-У «О предельных размерах базовых ставок страховых тарифов (их минимальных и максимальных значений, выраженных в рублях), коэффициентах

страховых тарифов, требованиях к структуре страховых тарифов, а также порядке их применения страховщиками при определении страховой премии по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств» *размер базовой ставки страхового тарифа* (далее – ТБ), *в пределах минимальных и максимальных значений, установленных в Приложении 1*, определяется страховщиком самостоятельно по каждой категории транспортного средства (далее – ТС) и по каждой территории преимущественного использования ТС, о чем страховая организация обязана уведомлять Банк России, а документ, устанавливающий такие размеры, вступает в силу со дня его утверждения и подлежит размещению на официальном сайте страховщика в сети «Интернет» (п.1 Порядка применения страховых тарифов страховщиками при определении страховой премии по договору обязательного страхования названного Указания). При этом в других Приложениях к названному Указанию ЦБ РФ установлены коэффициенты страховых тарифов, значения которых должны применяться в строго установленном порядке, обязательном для применения страховщиками.

Следовательно, утверждаемые и применяемые страховщиками размеры ТБ являются фиксированными значениями (в рублях), которые применяются в совокупности со строго определяемыми значениями коэффициентов, установленными вышеназванным Указанием ЦБ РФ от 04.12.2018 № 5000-У, и тем самым при расчете страховой премии по договору обязательного страхования не могут применяться произвольные скидки.

Между тем, содержащиеся в рекламе сведения «...**ТОЛЬКО У НАС! Скидки на ОСАГО до 50%...**» формируют мнение потребителей о том, что продавец страховых услуг «Народный страховой магазин» предлагает заключить договор обязательного страхования по страховым тарифам, сниженным скидкой, что не соответствует действительности, поскольку размеры страховых тарифов, состоящих из базовых ставок и коэффициентов, не могут быть изменены (снижены или завышены) страховщиком и его агентом (страховым посредником) произвольно по отношению законодательно установленным размерам страховых тарифов, которые обязательны для применения в отношении каждого страхователя.

Действующим законодательством о рекламе закреплена обязанность доводить до потребителей рекламы все необходимые сведения, способные формировать правильное, достоверное представление об объекте рекламирования. Реклама не должна обманывать ожидания потребителей рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 4 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Следовательно, распространенная реклама, необоснованно сообщающая о скидках «...**ТОЛЬКО У НАС! Скидки на ОСАГО до 50%...**», является недостоверной, и

такая реклама вводит потенциальных потребителей страховых услуг в заблуждение относительно действительных условий предоставления страховых услуг по ОСАГО, применяемых продавцом «Народный Страховой Магазин» при заключении договоров обязательного страхования.

Вместе с тем, рассматриваемая реклама, недостоверно сулящая скидки на ОСАГО, распространена в интересах агента (страхового посредника) - <...>, опосредованно через которого можно воспользоваться страховыми услугами страховщика - АО «СК «Астро-Волга». Такая реклама направлена на формирование желания воспользоваться страховыми услугами, и воспринимается с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, как непосредственное предложение страховщика, тогда как в действительности такое предложение исходит от агента (страхового посредника), продвигающего свои услуги.

Следовательно, в рекламе продавца ОСАГО до сведения потребителей не доводится существенная информация, разъясняющая суть рекламного предложения о том, что страховые услуги предоставляются агентом (страховым посредником), действующим от имени и в интересах конкретной страховой организации - АО «СК «Астро-Волга», упоминание о наименовании которой в рекламе обязательно, однако в данном случае отсутствует, что искажает смысл рекламы и потребители вводятся в заблуждение, поскольку они лишены возможности воспринимать в полной мере все условия приобретения предлагаемых услуг и такой рекламой нарушено информационное право по осведомленности потребителей о страховщике, чьи страховые услуги ОСАГО предлагаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Наличие в рекламе ссылки на телефон продавца страховых услуг 8-929-7473783, по которому предоставляется потенциальная возможность получить информацию о действительных размерах страховых тарифов, не заменяет обязанности сообщать в рекламе сведения, способные формировать правильное, достоверное представление потребителей об объекте рекламирования.

В пункте 28 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъяснено, что рекламодаделец вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности, о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных

сведений или условий оказания услуг. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Таким образом, распространенная на территории Республики Мордовия в выпуске газеты «Сельские вести» №8 (9153) от 22.02.2019г. (стр.7) реклама **«ВСЕМ АВТОЛЮБИТЕЛЯМ! В честь праздника 23 февраля! ТОЛЬКО У НАС! Скидки на ОСАГО до 50% Бывший офис «Билайн» на автовокзале «Народный Страховой Магазин» Тел. 8-929-7473783»**, в которой сообщаются не соответствующие действительности сведения о предоставлении скидок на ОСАГО, и в которой отсутствует существенная часть информации, разъясняющая суть рекламного предложения о том, что предлагаются услуги агента (страхового посредника) по заключению договоров ОСАГО, действующего от имени и в интересах страховой организации, в действительности предоставляющей страховые услуги, чье наименование в рекламе умалчивается, нарушает требования пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», и поэтому такая реклама является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что *рекламодатель* несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 5, статьей 28 настоящего Федерального закона.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что *рекламораспространитель* несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 настоящего Федерального закона.

Материалами настоящего дела установлено, что рекламодателем является <...>, а рекламодателем - АНО «Редакция газеты «Сельские вести», чьими совместными действиями опосредовано и выражено распространение ненадлежащей рекламы.

Комиссия учитывает, что <...>, наделенная полномочиями агента (страхового посредника) АО «СК «Астро-Волга» на срок до 30.12.2020г., может инициировать дальнейшее распространение ненадлежащей рекламы с предложением скидок по ОСАГО, в связи с чем усматривает необходимость выдавать рекламодателю как лицу, допустившему распространение ненадлежащей рекламы, и рекламодателю как лицу, способному устранить распространение ненадлежащей рекламы, предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства.

Вместе с тем, усматривается необходимость передачи материалов дела для рассмотрения вопроса о привлечении виновных лиц к административной



ответственности по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь пунктом 4 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, частью 1 статьи 28, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать *ненадлежащей* распространенную на территории Республики Мордовия в выпуске газеты «Сельские вести» №8 (9153) от 22.02.2019г. (стр.7) рекламу **«ВСЕМ АВТОЛЮБИТЕЛЯМ! В честь праздника 23 февраля! ТОЛЬКО У НАС! Скидки на ОСАГО до 50% Бывший офис «Билайн» на автовокзале «Народный Страховой Магазин» Тел. 8-929-7473783»**, в которой сообщаются не соответствующие действительности сведения о предоставлении скидок на ОСАГО, и в которой отсутствует существенная часть информации, разъясняющая суть рекламного предложения о том, что предлагаются услуги агента (страхового посредника) по заключению договоров ОСАГО, действующего от имени и в интересах страховых организаций, в действительности предоставляющей страховые услуги, чье наименование в рекламе умалчивается, что нарушает требования пункта 4 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать рекламодателю – <...> (ИНН <...>; адрес регистрации: <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать рекламораспространителю - Автономной некоммерческой организации «Редакция газеты «Сельские вести» (ИНН/КПП/ОГРН 1302000697/130201001/1071300002817; сокращенное наименование: АНО «Редакция газеты «Сельские вести»; дата регистрации: 03.12.2007; адрес (место нахождения): 431050, Республика Мордовия, Атюрьевский район, с.Атюрьево, ул.Ленина, д.1) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мордовского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лиц, в действиях которых присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 11 июня 2019 года.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: