

## РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-16/12

13.05. 2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Яшина О.Е.,

рассмотрев дело № 08-04-16/12 от 29.04.2016 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в присутствии представителя ООО « НАЙС» <...> по доверенности №18/01/2016НАЙС от 18.01.2016 от 17.03.2014г сроком до 31.12.2016, в отсутствии представителя ИП Алексеева А. П.(редакции газеты Добрый день, Мончегорск).

### УСТАНОВИЛА:

14.03.2016 года в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение гражданки <...> по факту распространения в сети Интернет <http://krugka.ru> на сайте ООО « НАЙС» 05.03.2016 рекламы: «Диско Кружка Мончегорска- «Сегодня это без преувеличения одно из самых популярных мест отдыха тех, кому нравится позажигать после трудовой недели и пожалуй, один из немногих ресторанов, куда заезжают просто вкусно поужинать, а остаются до утра!». По мнению гражданки, данное утверждение вводит потребителей в заблуждение, и создает неверное представление о преимуществах данного заведения перед иными хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность на рынке г. Мончегорска, а также носит сравнительный характер объекта рекламирования с иными услугами без объективного подтверждения в самой рекламе, что противоречит п.1ч.2 и п.1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

Кроме того, заявительница обращает внимание антимонопольного органа на то, что в газете «Добрый день. Мончегорск» №42 (1195) от 29.10.2015г на странице 16 размещена реклама: «Кружка. Джингл Бэлс, Черничный глег, Ром и мед...» с изображением напитков, их составом, стоимостью и пометкой «алк», но без предупредительной пометки о вреде употребления алкогольной продукции и на последней странице газеты, что, по мнению заявительницы, нарушает требования статьи 21 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе). К обращению приложены скриншоты интернет страниц и копия страницы газеты в подтверждения вышеназванных нарушений.

Заявительница просит провести проверку соблюдения рекламного законодательства рестораном «Диско Кружка. Мончегорск».

В соответствии со статьёй 3 Закона о рекламе:

реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу пункта 7 статьи 5 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.

Согласно части 2 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

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 (часть 3 статьи 21 Закона о рекламе).

В ходе рассмотрения обращения Мурманское УФАС России изучило интернет сайт [krugka.ru](http://krugka.ru) и запросило информацию у редакции газеты «Добрый день. Мончегорск» (ИП Алексеева А.П.) и ресторана «Диско Кружка. Мончегорск» (ООО «НАЙС»).

Газета «Добрый день. Мончегорск» - средство массовой информации ПИ № ТУ51-

00122 от 06.04.2011 специализирующееся как информационное, новостное издание, рекламы не более 40%. Издателем и главным редактором газеты является ИП Алексеев Анатолий Петрович (ИНН 510700498462, ОГРИП 311510704900039, 184506, Мурманская обл., г. Мончегорск, ул. Лесная, д.2, кв.27).

Общество с ограниченной ответственностью «НАЙС» (ИНН 5107911968, ОГРН 1085107000560 от 19.11.2008, 184511, Мурманская обл., г. Мончегорск, пр. Metallургов, д.34а) осуществляет деятельность ресторанов, кафе, баров, прочих предприятий общественного питания, имеет коммерческое наименование «Кружка».

Из представленных документов и материалов следует, что ООО «НАЙС» заключило с ИП Алексеевым А.П. договор б/н от 01.01.2014 г на размещение рекламных материалов в газете «Добрый день. Мончегорск». В представленной заявке ООО «НАЙС» просит разместить рекламу в номерах 42 от 29 октября и 43 от 05 ноября 2015 года газеты «Добрый день. Мончегорск».

В представленной заявке ООО «НАЙС» просит разместить рекламу в номерах 42 от 29 октября и 43 от 05 ноября 2015 года газеты «Добрый день. Мончегорск».

Согласно Акту № 1086 от 29.10.2015 г услуги по размещению рекламы были выполнены в срок без претензий Заказчика к объёму, качеству и срокам оказания услуг, акт скреплен печатями и подписями сторон.

ИП Алексеев А.П. представил номер <...> газеты от 29 октября 2015, на последней странице(16) которой размещена спорная реклама.

Реклама занимает половину нижней страницы газеты, содержит цветные изображения напитков с их составом и стоимостью, часть рекламируемых напитков содержит пометку «алк», другие «б/а». В рекламе имеется логотип компании «Кружка» в виде яблока и указан адрес: пр. Metallургов, 34а, тел...., макет рекламы помечен надписью «Реклама».

В рекламе возле изображенных напитков «Джингл Бэлс», «Черничный глэг», «Ром и мед» присутствует пометка «алкогольные», и как следует из приведенного в рекламе состава, содержат алкогольную составляющую. Однако, вопреки требованиям пункту 1 части 2 и части 3 статьи 21 Закона о рекламе, реклама алкогольной продукции «Джингл Бэлс», «Черничный глэг», «Ром и мед» размещена на последней странице и без предупредительной надписи о вреде алкогольных продуктов.

Из письменных объяснений ИП Алексеев А.П. следует, что рекламируемая в газете «Добрый день. Мончегорск» на последней странице продукция ООО «НАЙС» не является алкогольной.

Понятие алкогольной продукции раскрыто в статье 2 Федерального закона от 22.11.1995 N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»: алкогольная продукция - 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, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 28.06.2012 N 656 «Об утверждении перечня пищевой продукции, 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, не относящейся к алкогольной продукции» напитки на пряно-ароматическом растительном сырье с содержанием этилового спирта от 0,5 до 1,2 процента включительно не относятся к алкогольной продукции.

ООО «НАЙС», размещая рекламу в газете, представило в редакцию технико-технологические карты горячих напитков на пряно-ароматическом растительном сырье «Черничный Глэг», «Ром и мед», «Джингл-Бэллс», согласно которым содержание алкоголя составляет менее 0,5 %.

Что касается спорного вопроса, почему же ООО «НАЙС» разместило пометку «alc» в то время как продукция не является алкогольной, ИП Алексеев А.П. полагает, что это, связано с отношением к потребителю, который имеет право знать о том, что в продукции содержится пусть даже незначительное количество алкоголя.

ИП Алексеев А.П. считает, что часть 2 статьи 21 и часть 3 статьи 21 Закона о рекламе не распространяется на указанную публикацию в газете «Добрый день, Мончегорск» и просит не привлекать редакцию газеты к ответственности за нарушение рекламного законодательства.

Представитель ООО «Найс» Земзерева О. А. поддержала позицию редакции газеты «Добрый день, Мончегорск» и изложила позицию Общества.

ООО «НАЙС» просит принять во внимание, что информация, размещенная в сети Интернет по адресу <http://krugka.ru>, касающаяся заведения общественного питания - Дisko-Кружка г.Мончегорска не является рекламой, так как относится к информации, предназначенной для информирования посетителей сайта производителя, о хозяйственной деятельности компании, о проводимых акциях и мероприятиях. Сайт <http://krugka.ru> является сайтом компании общественного питания «Кружка» на котором Общество размещает информацию о сети своих заведений как в г. Мурманске, так и в области.

По факту наличия в рекламе горячих напитков («Джингл Бэле», «Черничный глэг», «Ром и мед» (коммерческое наименование) на пряно ароматическом сырье с пометкой «алк» ООО «НАЙС» поясняет, что напитки на пряно-ароматическом растительном сырье, согласно перечня (пост, правительства РФ № 656), хотя и содержат этиловый спирт (от 0,5 до 1,2 процента объема готовой продукции включительно), но не подпадают под ограничения, наложенные на иную спиртосодержащую продукцию.

Также, в соответствии с технологией, изготовление указанных напитков

предусматривает доведение их до температуры кипения, в силу чего, большая часть этилового спирта испаряется (178С) при приготовлении. Состав и особенности производства горячих напитков на пряно ароматическом сырье «Джингл Бэле», «Черничный глег», «Ром и мед» (коммерческое наименование) подтверждается прилагаемыми технико-технологическими картами (ТР ТС 021/2011, ГОСТ 31987-2012, СанПин 2.3.6.1079-01).

По мнению ООО «НАЙС», присутствие этилового спирта, как элемент состава напитка (даже в самом незначительном количестве) Общество не имело права скрывать от потребителя, с целью недопущения искажения смысла информации и введения в заблуждение, о чем в рекламе вводится специальное предупреждение для потребителей, в виде пометки «alc».

По мнению ООО «НАЙС», рекламируемая продукция не относится к товарам, по которым установлены специальные запреты и требования, в том числе ст. 21 ФЗ «О Рекламе».

Комиссия Мурманского УФАС, в ходе рассмотрения дела изучив рекламу, представленные сторонами документы, письменные пояснения ИП Алексева А.П. и заслушав позицию представителя ООО «Найс» пришла к следующему выводу.

Комиссия считает, что информация, размещенная в сети Интернет <http://krugka.ru> на сайте ООО « НАЙС» 05.03.2016: «Диско Кружка Мончегорска- «Сегодня это без преувеличения одно из самых популярных мест отдыха тех, кому нравится позажигать после трудовой недели и пожалуй, один из немногих ресторанов, куда заезжают просто вкусно поужинать, а остаются до утра!», не содержит признаков нарушения рекламного законодательства.

Согласно пункту 3 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

По мнению ФАС России, отраженному в Письме ФАС России от 28.08.2015 № АК/45828/15 «О рекламе в сети «Интернет», не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на сайте производителя или продавца данных товаров или на страницах в социальных сетях производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или страницы в социальной сети о реализуемых товарах, ассортименте, правилах пользования, также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т. п.

Таким образом, официальный сайт ООО «НАЙС» <http://krugka.ru> несет информационный характер и не является рекламой.

Реклама в газете «Добрый день. Мончегорск» №42 (1195) от 29.10.2015г на странице 16: «Кружка. Джингл Бэлс, Черничный глег, Ром и мед...» с изображением напитков, их составом, стоимостью и пометкой «alc» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и

поддерживает интерес к компании «Кружка»(пр. Metallургов, 34) и её предложению коктейлям; преследует строго заданные цели продвижение продукции компании.

Объектами рекламирования являются: компания «Кружка»; и её предложение продукции «коктейли».

Реклама содержит цветные изображения напитков с их составом и стоимостью, часть рекламируемых напитков Джингл Бэлс, Черничный глег, Ром и мед содержат пометку «алкогольные», и как следует из приведенного в рекламе состава, содержат алкогольную составляющую, другие «б/а», т.е. безалкогольные. В рекламе имеется логотип компании «Кружка» в виде яблока и указан адрес: пр. Metallургов, 34а, тел. ..., макет рекламы помечен надписью «Реклама».

Комиссия Мурманского УФАС России согласна с доводами рекламодателя ООО «НАЙС» и рекламодателя ИП Алексеевым А.П. о том, что рекламируемая продукция не является алкогольной.

Согласно пп «7» ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ (ред. от 29.12.2015, с изм. от 30.03.2016) «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) 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, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива.

Кроме того, в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 28.06.2012 № 656 (ред. от 18.03.2014) «Об утверждении перечня пищевой продукции, 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, не относящейся к алкогольной продукции» пищевая продукция - напитки на пряно-ароматическом сырье - не относится к алкоголю.

Напитки на пряно-ароматическом растительном сырье с содержанием этилового спирта от 0,5 до 1,2 процента включительно	91 8512	2208 90 690 1, 2208 90 780 1
--	---------	---------------------------------

Изготовление данных напитков регулируется ГОСР Р 52409-2005, который допускает в составе безалкогольного напитка (аналогичного горячему напитку ООО «НАЙС» незначительное содержание алкоголя: под напитками на растительном сырье понимаются безалкогольные напитки с объемной долей этилового спирта не более

1,2%, содержащие ингредиенты безалкогольного напитка с преобладанием экстрактов, настоев, концентратов и композиций из растительного сырья, при этом напиток может быть, но необязательно, подслащен, подкислен, газирован, может содержать, но необязательно, плоды и ягоды, соки, растительное сырье, молочные продукты, продукты пчеловодства, соли, пищевые добавки, биологически активные добавки и другие ингредиенты, использование которых допускается нормативными правовыми актами РФ.

Также, в соответствии с технологией, изготовление указанных напитков предусматривает доведение их до температуры кипения, в силу чего, большая часть этилового спирта испаряется (178С) при приготовлении. Состав и особенности производства горячих напитков на пряно ароматическом сырье «Джингл Бэле», «Черничный глег», «Ром и мед» (коммерческое наименование) подтверждается прилагаемыми технико-технологическими картами (ТР ТС 021/2011, ГОСТ 31987-2012, СанПин 2.3.6.1079-01).

В рассматриваемом случае, рекламируемые напитки содержат этилового спирта не более 0,5 процента объема готовой продукции, поэтому не подпадают под понятие алкогольной продукции.

Таким образом, рекламируемая в газете «Добрый День, Мончегорск» продукция не является алкогольной и соответственно, на рекламу такого напитка не распространяются требования статьи 21 Закона о рекламе.

В действиях ИП Алексева А.П. и ООО «НАЙС» отсутствуют признаки нарушения статьи 21 Закона о рекламе.

Однако, реклама при наличии пометки «alc»(алкогольный) возле рекламируемого напитка и с указанием в нем алкогольного содержания не содержит существенную для потребителя информацию о том, что рекламируемый напиток является пищевым продуктом с объемной долей этилового спирта не более 1,2%, тем самым вводя потребителей в заблуждение.

Не случайно гражданка обратилась в Мурманское УФАС России, посчитав, что рекламируемая продукция компании «Кружка» является алкогольной и не соответствует требованиям статьи 21 Закона о рекламе.

Таким образом, реклама содержит противоречивую информацию, которая не может быть однозначно воспринята потребителями рекламы, что способствует введению их в заблуждение.

В силу части 7 статьи 5 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

Мурманское УФАС России признает размещенную в газете «Добрый день. Мончегорск» №42 (1195) от 29.10.2015г на странице 16 рекламу: «Кружка. Джингл Бэлс, Черничный глег, Ром и мед...» ненадлежащей и нарушающей части 7 статьи 5 Закона о рекламе и усматривает нарушение в действиях рекламодателя ООО «НАЙС».

Выполненная таким образом реклама не давала полной информации, не позволяла

потребителю рекламы понять, что фактически ему предлагается пищевая продукция с объемной долей этилового спирта не более 1,2%, а не алкогольная продукция.

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

В случае, если потребительские свойства товара, являющиеся существенной информацией для потребителей, способны обмануть их ожидания, сформированные рекламой, отсутствуют в рекламе, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми товарами.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Указанные норма принята в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (товаре).

В соответствии с пунктом 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламодателя.

Согласно материалам дела определило содержание и объект рекламирования общество с ограниченной ответственностью «НАЙС»(ИНН 5107911968, ОГРН 1085107000560 от 19.11.2008, 184511, Мурманская обл., г. Мончегорск, пр. Metallургов, д.34а).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу: «Кружка. Джингл Бэлс, Черничный глег, Ром и мед...», размещенную в газете «Добрый день. Мончегорск» №42 (1195) от 29.10.2015г на странице 16 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Производство по делу № 08-04-16/12 в отношении индивидуального предпринимателя Алексеева А.П. по признакам нарушения рекламного законодательства прекратить.

3. Выдать ООО «НАЙС» предписание о прекращении нарушения и соблюдении требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Резолютивная часть решения объявлена 13 мая 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 18 мая 2016 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

## **ПРЕДПИСАНИЕ**

### **о прекращении нарушения законодательства**

#### **Российской Федерации о рекламе по делу № 08-04-16/12**

13.05.2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Яшина О.Е.,

на основании своего решения от 13.05.2016 по делу № 08-04-16/12 о признании рекламы: «Кружка. Джингл Бэлс, Черничный глег, Ром и мед...», размещенную в газете «Добрый день. Мончегорск» №42 (1195) от 29.10.2015г на странице 16 ненадлежащей, поскольку в ней нарушена часть 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ, и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Рекламодателю – обществу с ограниченной ответственностью «НАЙС» (ИНН 5107911968, ОГРН 1085107000560 от 19.11.2008, 184511, Мурманская обл., г. Мончегорск, пр. Metallургов, д.34а) прекратить нарушение части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.06 № 38-ФЗ и обеспечить соблюдение указанной нормы при размещении рекламы в СМИ.

Не вводить потребителей рекламы в заблуждение противоречивой информацией и доводить до неопределенного круга лиц существенную информацию о потребительских свойствах продукции в полном объеме и наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

2. Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 06 июня 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 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.