

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО РЕСПУБЛИКЕ
КОМИ**

РЕШЕНИЕ

01 марта 2012 года (изготовление решения в полном объеме)
24 февраля 2012 года (оглашение резолютивной части)

№ 03-01/1438

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе: <...>, рассмотрев материалы дела № Р 02-01/12, возбужденного в отношении ООО «Агентство «Диалог» и ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» по факту распространения рекламы следующего содержания: «ИПОТЕКА ПО КОМИ: 3,5% годовых присоединяйся!», размещенной на стационарной рекламной конструкции в городе Сыктывкаре по улице Коммунистической, в районе дома № 62, с признаками нарушения требований ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии:

- директора ООО «Агентство «Диалог» <...>а С.С., действующего на основании приказа № 7 от 13.08.2010;

- представителей ООО «Коммуникационная группа «Пиаров»: генерального директора <...>а А.В., действующего на основании Устава и Выписки из ЕГРЮЛ № 331 от 28.03.2011, и <...>а М.П., действующего на основании доверенности от 22.02.2012 б/н;

- директора ООО «ГлавПечать» <...>а И.Г., действующего на основании Устава и Выписки из ЕГРЮЛ б/н от 31.01.2012;

в отсутствие заявителя <...>ой Н.Т., надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № 16700050960071;

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми поступило заявление <...>ой от 23.11.2011 (вх. № 5971 от 25.11.2011).

Заявитель просит провести проверку на предмет соответствия законодательству о рекламе рекламы следующего содержания: «ИПОТЕКА ПО КОМИ: 3,5% годовых присоединяйся!», размещенной на стационарной рекламной конструкции в городе Сыктывкаре по улице Коммунистической, в районе дома № 62 (далее – рассматриваемая реклама).

На основании Приказа Коми УФАС России № 406 от 29.12.2011 проведена внеплановая документарная проверка в отношении ООО «Агентство «Диалог» на предмет соблюдения Обществом требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе в связи с распространением рассматриваемой рекламы.

В результате рассмотрения заявления и материалов проведенной проверки установлено следующее.

В соответствии со статьей 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.

Рассматриваемая информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена при помощи стационарной рекламной конструкции;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - ипотеке по Коми, формирование или поддержание интереса к ней и ее продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная при помощи стационарной рекламной конструкции, размещенной в городе Сыктывкаре по улице Коммунистической, в районе дома № 62, является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В соответствии со статьей 4 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» финансовой организацией является хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе кредитная организация. Финансовая услуга - это банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц.

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Из содержания рассматриваемой рекламы усматривается, что она не является явно не относящейся к рекламе финансовых услуг.

Согласно статье 42 Закона РФ от 29.05.1992 № 2872-1 «О залоге» ипотекой признается залог предприятия, строения, здания, сооружения или иного объекта, непосредственно связанного с землей, вместе с соответствующим земельным участком или правом пользования им.

В силу части 1 статьи 1 Федерального закона от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» по договору о залоге недвижимого имущества (договору об ипотеке) одна сторона - залогодержатель, являющийся кредитором по обязательству, обеспеченному ипотекой, имеет право получить удовлетворение своих денежных требований к должнику по этому обязательству из стоимости заложенного недвижимого имущества другой стороны - залогодателя преимущественно перед другими кредиторами залогодателя, за изъятиями, установленными федеральным законом.

Понятие долгосрочного ипотечного кредита дано в Постановлении Правительства РФ от 11.01.2000 № 28 «О мерах по развитию системы ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации» (вместе с «Концепцией развития системы ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации», «Планом подготовки проектов нормативных правовых актов, обеспечивающих развитие системы ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации») (далее –

Постановление Правительства РФ от 11.01.2000 № 28).

Согласно Постановлению Правительства РФ от 11.01.2000 № 28 долгосрочный ипотечный жилищный кредит - это кредит или заем, предоставленные на срок 3 года и более соответственно банком (кредитной организацией) или юридическим лицом (некредитной организацией) физическому лицу (гражданину) для приобретения жилья под залог приобретаемого жилья в качестве обеспечения обязательства.

Из материалов рекламного дела следует, что реклама, размещенная на стационарной рекламной конструкции в городе Сыктывкаре по улице Коммунистической, в районе дома № 62, информирует неопределенный круг лиц об ипотеке по Коми под 3,5 % годовых, следовательно, направлена на привлечение внимания к финансовой услуге. При этом рекламная информация не содержит сведений о том, какая именно организация ее предоставляет, то есть сведений, которые в силу ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе являются обязательными.

Согласно п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В соответствии со ст. 432 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Согласно ст. 339 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ в договоре о залоге должны быть указаны предмет залога и его оценка, существо, размер и срок исполнения обязательства, обеспечиваемого залогом; в нем должно также содержаться указание на то, у какой из сторон находится заложенное имущество.

В силу ст. 9 Федерального закона от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» в договоре об ипотеке должны быть указаны предмет ипотеки, его оценка, существо, размер и срок исполнения обязательства, обеспечиваемого ипотекой.

Согласно Постановлению Правительства РФ от 11.01.2000 № 28 в договор об ипотеке стороны включают следующие условия: предмет ипотеки; цена передаваемого в ипотеку помещения; существо основного обязательства, обеспечиваемого ипотекой (предоставление кредитных средств); размер основного обязательства, обеспечиваемого ипотекой (размер предоставляемого кредита и размер процентов за пользование денежными средствами); срок исполнения основного обязательства, обеспечиваемого ипотекой (срок, на который предоставляется кредит); указание на то, что передаваемое в ипотеку имущество находится в пользовании у заемщика (он же залогодатель по договору об ипотеке); требования по страхованию передаваемого в ипотеку имущества; основания обращения взыскания на предмет ипотеки и другие.

Рассматриваемая реклама содержит указание на процентную ставку - 3,5 % годовых. Однако реклама умалчивает об иных условиях оказания рекламируемой услуги, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугой лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугой лица.

Из содержания рекламы не представляется возможным определить, какие виды расходов включает указанная в ней процентная ставка.

Из материалов рекламного дела следует, что в рассматриваемой рекламе содержатся сведения только о годовой процентной ставке, при этом отсутствуют иные условия договора об ипотеке, являющиеся существенными в силу ст. 339, ст. 432 Гражданского кодекса Российской Федерации, ст. 9 Федерального закона от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)», Постановления Правительства РФ от 11.01.2000 № 28.

В силу ч. 7 ст. 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.

Из указанной нормы следует, что требование к наличию в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования обусловлено недопустимостью искажения смысла информации и введения в заблуждение потребителей рекламы.

Если реклама услуг, связанных с предоставлением ипотечного кредита, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама не должна умалчивать об иных условиях, определяющих фактическую стоимость ипотечного кредита для заемщика и влияющих на нее.

Применительно к рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителей, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы.

Недостаточная информированность потребителей об условиях предоставления ипотеки может ввести их в заблуждение относительно расходов, которые предстоит понести, воспользовавшись рекламируемой услугой.

Таким образом, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

В силу положений, установленных п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, согласно частям 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе несут и рекламодаделец, и рекламодатель.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе несет рекламодаделец.

Согласно ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6, 7 настоящей статьи, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В материалах рекламного дела имеется копия Устава ООО «Агентство «Диалог», утвержденного решением учредителей от 02.08.2007, и выписка из Единого государственного реестра юридических лиц б/н от 10.10.2011, согласно которым

основным видом деятельности ООО «Агентство «Диалог» является, в том числе рекламная деятельность.

ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» представлены в материалы рекламного дела копии Устава ООО «Коммуникационная группа «Пиаров», утвержденного Общим собранием учредителей от 25.10.2009, выписки из Единого государственного реестра юридических лиц № 331 от 28.03.2011, согласно которым одним из видов деятельности Общества является рекламная деятельность.

ООО «Агентство «Диалог» и ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» представлены в материалы рекламного дела: копия рекламы, копия договора № 40/11 от 23.05.2011 на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на недвижимом имуществе муниципального образования городского округа «Сыктывкар», копии договоров № 28 и № 29 от 26.10.2011, заключенных ООО «Агентство «Диалог» с ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» на изготовление, размещение и обслуживание рекламно-информационных материалов, копии актов № 313 и № 324 от 26.10.2011 на выполнение работ-услуг, копия счета на оплату № 2029 от 31.10.2011, копия платежного поручения № 277 от 02.11.2011, копия приходного кассового ордера от 26.10.2011.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ООО «Агентство «Диалог», рекламодателем - ООО «Коммуникационная группа «Пиаров».

Согласно письменных пояснений, представленных ООО «Агентство «Диалог» в материалы рекламного дела, и пояснений, данных директором Общества <...>ым С.С. в ходе рассмотрения рекламного дела, рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является ООО «ГлавПечать», что подтверждается счетом и товарной накладной; письменный договор с ООО «ГлавПечать» на производство данной рекламы не заключался; рекламопроизводитель изготовил рекламу в точном соответствии с требованиями заказчика, изменений в содержание рекламы не вносил, претензий к рекламопроизводителю со стороны ООО «Агентство «Диалог» не имеется.

В ходе рассмотрения рекламного дела директор ООО «ГлавПечать» <...> И.Г. пояснил, что ООО «ГлавПечать» не имеет отношения к данной рекламе, в ходе проведенной Обществом внутренней проверки не было выявлено документов, подтверждающих, что ООО «ГлавПечать» является рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы.

Из материалов рекламного дела не представляется возможным достоверно определить рекламопроизводителя рассматриваемой рекламы. Поскольку рассматриваемая реклама была изготовлена рекламопроизводителем именно в том виде, в котором заказывалась, рекламопроизводитель не вносил каких-либо изменений в заказанную рекламу, ООО «Агентство «Диалог» не имеет претензий к произведенной рекламе, вины рекламопроизводителя в нарушении требований рекламного законодательства не усматривается.

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» <...> М.П. пояснил, что Общество нарушение не признает; рассматриваемая информация не является рекламой финансовых услуг, не направлена на привлечение внимания к ипотечному кредитованию, она направлена на информирование населения о том, что на территории Республики Коми Правительством Республики Коми реализуется программа «европейского» ипотечного кредитования со сниженными процентными ставками, что является положительным явлением для жителей Республики Коми; информация была размещена в период избирательной кампании в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации и призвана формировать

лояльное отношение населения Республики Коми к действующему Правительству, реализующему социально-значимые программы; информация о программе «европейская ипотека» была получена из открытых официальных источников (СМИ, информационные ленты информационных агентств); призыв «присоединяйся», использованный в данной информации, - слоган, используемый партией «Единая Россия».

В ходе рассмотрения рекламного дела генеральный директор ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» <...> А.В. пояснил, что ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» определило содержание рекламы, включив в нее бренд «присоединяйся», используемый партией «Единая Россия», и информацию СМИ о реализации программы «европейская ипотека»; ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» не оказывает услуги по ипотеке, указанные в рассматриваемой информации.

В ходе рассмотрения рекламного дела директор ООО «Агентство «Диалог» <...> С.С. сообщил, что Общество нарушение не признает; рассматриваемая реклама не содержит публичной оферты, следовательно, не является рекламой финансовых услуг.

Довод ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» и ООО «Агентство «Диалог» о том, что рассматриваемая информация не является рекламой финансовых услуг, Комиссией отклоняется, поскольку указанная информация содержит все признаки рекламы, установленные статьей 3 Закона о рекламе: распространена при помощи стационарной рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – ипотеке по Коми, посредством использования словосочетания «ИПОТЕКА ПО КОМИ», указания на процент годовых - 3,5%, слогана «присоединяйся!». Из содержания рекламы следует, что размещенный в ней призыв направлен на присоединение к ипотеке по Коми.

Реклама направлена на привлечение внимания потенциальных заемщиков к получению ипотечного кредита (финансовой услуге) на заявленных в рекламе условиях, поскольку значительную часть рекламного объявления занимает напечатанная крупным шрифтом информация «ИПОТЕКА ПО КОМИ: 3,5% годовых».

Довод ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» о политическом характере рассматриваемой рекламы, а именно о том, что информация была размещена в период избирательной кампании в Государственную Думу Федерального Собрания Российской Федерации и призвана формировать лояльное отношение населения Республики Коми к действующему Правительству, реализующему социально-значимые программы, не нашел подтверждения в ходе рассмотрения рекламного дела в связи с нижеследующим.

Определение политической рекламы приведено в Постановлении Центризбиркома РФ от 20.09.1995 № 18/149-II «Об Инструкции о порядке предоставления эфирного времени на каналах государственных телерадиокомпаний избирательным объединениям, избирательным блокам, кандидатам в депутаты Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации и публикации агитационных предвыборных материалов в периодических печатных изданиях с государственным участием».

Согласно вышеуказанному Постановлению Центризбиркома РФ политическая реклама - распространение сведений (объявления, призывы, видеосаудиоролики и т.п.) участниками избирательного процесса через СМИ об избирательных объединениях, избирательных блоках, кандидатах в депутаты с использованием средств и приемов, отличающих рекламные материалы от других видов и жанров информации (преобладание эмоционального воздействия над смысловым,

броскость, лаконизм, подчеркивание доминантного достоинства рекламируемого объекта) и признаваемых в качестве признаков рекламы федеральным законодательством и практикой СМИ, с целью формирования общественного мнения в пользу избирательных объединений, избирательных блоков, кандидатов в депутаты.

Из содержания рассматриваемой рекламы не усматривается, что ее целью является формирование общественного мнения в пользу избирательных объединений, избирательных блоков, кандидатов в депутаты. Реклама не содержит информации о политических партиях, избирательных блоках, кандидатах в депутаты. Призыв «присоединяйся!», содержащийся в рекламе, направлен не на присоединение к какой-либо политической партии, избирательному блоку, а именно на присоединение к ипотеке по Коми.

Потребители рекламы не являются профессионалами, в связи с чем, воспринимают рекламную информацию исходя из ассоциации с рекламируемой услугой, что подтверждается, в том числе заявлением <...>ой Н.Т., которая восприняла спорную рекламу именно как рекламу финансовой услуги.

Кроме того, как разъяснил пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В письменных пояснениях, представленных ООО «Агентство «Диалог» в материалы рекламного дела, Общество указывает, что рассматриваемая реклама была размещена на правах социальной рекламы.

В соответствии с п. 11 ст. 3 Закона о рекламе, социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Требования Закона о рекламе, как следует из ст. 2 Закона о рекламе, распространяются, в том числе на социальную рекламу.

Поскольку рассматриваемая реклама не является явно не относящейся к рекламе финансовых услуг, то ее распространение должно осуществляться с учетом требований, предъявляемых Законом о рекламе к рекламе финансовых услуг.

Из материалов рекламного дела следует, что территория распространения рассматриваемой рекламы - г. Сыктывкар, период распространения рекламы - с 01.11.2011 по 02.12.2011.

Документы, опосредующие производство, размещение и распространение рассматриваемой рекламы (договоры № 28 и № 29 от 26.10.2011 на изготовление, размещение и обслуживание рекламно-информационных материалов, акты № 313 и № 324 от 26.10.2011 на выполнение работ-услуг) подписаны от имени ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» генеральным директором Общества <...>ом А.В., от имени ООО «Агентство «Диалог» - директором Общества <...>ым С.С.

Комиссия в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 02-01/12 установила, что по вине рекламодателя - ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» и должностного лица – генерального директора ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» <...>а А.В. произошло нарушение требований ч. 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, по вине рекламораспространителя - ООО «Агентство «Диалог» и должностного лица – директора ООО «Агентство «Диалог» <...>а С.С. произошло нарушение требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Из материалов рекламного дела усматривается, что со стороны ООО «Коммуникационная группа «Пиаров», ООО «Агентство «Диалог» и указанных

должностных лиц должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято, что и привело к рассматриваемому нарушению.

Таким образом, ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» и должностным лицом – генеральным директором ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» <...>ом А.В. нарушены требования ч. 1 ст. 28, ч. 7 ст. 5 и п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе, ООО «Агентство «Диалог» и должностным лицом – директором ООО «Агентство «Диалог» <...>ым С.С. нарушены требования ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

Из письменной информации, представленной лицами, участвующими в деле, в материалы рекламного дела, а также пояснений, данных ими в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что рассматриваемая реклама демонтирована. Доказательства прекращения распространения рассматриваемой рекламы лица, участвующие в деле, не представили.

Следовательно, на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения рассматриваемой рекламы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «Агентство «Диалог» и ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» предписаний о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 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 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС РФ от 28.12.2007 № 453,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «ИПОТЕКА ПО КОМИ: 3,5% годовых присоеДИНяйся!», размещенную на стационарной рекламной конструкции в городе Сыктывкаре по улице Коммунистической, в районе дома № 62, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 7 ст. 5, ч. 1 ст. 28, п. 2 ч. 2 ст. 28 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Агентство «Диалог» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

3. Выдать ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной в п. 1 Решения ненадлежащей рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении генерального директора ООО «Коммуникационная группа «Пиаров» <...>а А.В. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации

об административных правонарушениях.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ООО «Агентство «Диалог» дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

7. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении директора ООО «Агентство «Диалог» <...>а С.С. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 01 марта 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.