РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №77

Резолютивная часть решения оглашена «13» ноября 2013г.

Решение изготовлено в полном объеме «20» ноября 2013г. г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: И. В. Волохина – и.о. заместителя руководителя управления – начальника отдела рекламы;

члены Комиссии: Е. В. Максимейко – начальник правового отдела;

Ю. В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело №77 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «Компания Холидей» (ИНН/КПП 5406277570/543301001, ОГРН 1045402463831, дата постановки на учет: 19.03.2004г., юридический адрес: 630559, Новосибирская обл., Новосибирский р-он, Кольцово р.п., 12а) законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении по адресу: ул. Крылова, 53/1 (на входной двери магазина «Сибириада») рекламы алкогольной продукции с признаками нарушения п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «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 присутствии представителей:

«…»

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области поступило заявление гражданина … (входящий №2830э от 14.10.2013г.) по факту наличия признаков нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») при распространении по адресу: ул. Крылова, 53/1 (на входной двери магазина «Сибириада») рекламы алкогольной продукции.

Специалистами Новосибирского УФАС России произведен выезд по адресу, указанному в заявлении, в результате которого установлено следующее.

В здании по адресу: г. Новосибирск, ул. Крылова, д.53/1 размещается магазин под наименованием «Сибириада». На входной двери располагается плакат следующего содержания:

- «Сибириада Холидей Классик Цена говорит сама за себя Гранат… Груша «Лесная красавица» блоки Джонаголд… Средство «Доместос» в ассортименте, 1л… Пиво «Сибирская корона» Классическое, 5,3%, 0,5л 28,90 Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью Вино игристое «Грейман» Блан де Блан, бел/сл. 11%, 0,75л 199,90 Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью»,

с изображением жестяной банки пива «Сибирская корона Классическое» и стеклянной бутылки вина «Grey Man».

Данный плакат закреплен с внутренней стороны наружной двери, изображение обращено лицевой стороной на улицу.

Плакат аналогичного содержания располагается на двери тамбура непосредственно при входе в торговый зал.

Согласно ст.3 ФЗ «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.

Таким образом, информация, содержащаяся в листовках, является рекламной, т.к. содержит в себе все юридически значимые признаки определения рекламы.

Плакат, размещенный на входной двери, содержит, в том числе рекламу алкогольной продукции - пива «Сибирская корона Классическое» и вина «Grey Man».

Согласно подпункту "г" пункта 3 статьи 1 Федерального закона от 18.07.2011 "О внесении изменений в Федеральный закон от 18.07.2011 N 218-ФЗ "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции" и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона "Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе" (далее - Закон N 218-ФЗ), с 1 июля 2012 года 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.

В соответствии с ч.1 ст.19 ФЗ «О рекламе», распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения (далее - рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения

общественного транспорта осуществляется владельцем рекламной конструкции, являющимся рекламораспространителем, с соблюдением требований настоящей статьи. Владелец рекламной конструкции (физическое или юридическое лицо) - собственник рекламной конструкции либо иное лицо, обладающее вещным правом на рекламную конструкцию или правом владения и пользования рекламной конструкцией на основании договора с ее собственником.

Согласно п.5 ч. 2 ст. 21 ФЗ «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.

Поскольку рассматриваемая реклама размещена в стеклянном проеме входной двери, которая является конструктивным элементом здания (объектом стабильного территориального размещения), то данная реклама указывает на признаки нарушения п.5 ч.2 ст.21 ФЗ «О рекламе».

Ответственность за нарушение требований ч. 2 ст.21 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель (ст. 38 ФЗ «О рекламе»).

Согласно информации, содержащейся на стенде «Уголок потребителя», предпринимательскую деятельность по данному адресу осуществляет Общество с ограниченной ответственностью «Компания Холидей» (ИНН/КПП 5406277570/543301001, ОГРН 1045402463831, дата постановки на учет: 19.03.2004г., юридический адрес: 630559, Новосибирская обл., Новосибирский р-он, Кольцово р.п., 12а).

Следовательно, именно данное лицо является рекламораспространителем и несет ответственность за нарушение требований ч. 2 ст.21.

На заседание Комиссии Новосибирского УФАС России ООО «Компания Холидей» представлен Отзыв на определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В соответствии с Отзывом, Общество считает необходимым пояснить следующее.

В соответствии со 2.4 КоАП РФ, «Административной ответственности подлежит должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.»

Частью 2 Статья 2.1. КоАП РФ устанавливается, что юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Общество полагает, что привлечение Компании к ответственности необоснованно и незаконно, поскольку Компанией приняты все необходимые меры для недопущения нарушений в сфере рекламы, вина Компания в произошедшем отсутствует. Событие произошло по вине конкретного должностного лица - Руководителя отдела

рекламы Новосибирского локального рынка «…», которая в соответствии с Должностной инструкцией осуществляет разработку, организацию и контроль проведения акций Компании

Компанией были разработаны локальные акты, а именно: должностная инструкция Руководителя отдела рекламы Новосибирского локального рынка, с которой было ознакомлено должностное лицо.

В соответствии с п. 4.7 Должностной инструкции должностное лицо обязано знать ФЗ «О Рекламе» и в своей деятельности руководствоваться установленными данным законом ограничениями и запретами, в том числе при разработке и проведении акций (п. 6.2, 6.4, 6.6 Должностной инструкции).

Также ООО «Компания Холидей» предоставлена объяснительная записка «…» по данному факту, в которой изложено следующее.

По поступившему в адрес Компании Определению о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 18.10.2013, «…» поясняет следующее.

Как было установлено в ходе проверки в магазине, расположенном по адресу г. Новосибирск, ул. Крылова 53/1, на наружной входной двери, а также на двери тамбура располагался плакат следующего содержания:

«Сибириада Холидей Классик Цена говорит сама за себя Гранат...Груша «Лесная красавица», яблоки Джонаголд. Средство «Доместос» в ассортименте...Пиво «Сибирская корона» Классическое, 5.3 %, 0,5л, 28,90 руб, Чрезмерное употребление пива вредит вашему здоровью, Вино игристое «Грейман» Блан де Блан, бел\сл 11 %, 0.75л, 199,90 Чрезмерное потребление пива вредит вашему здоровью», с изображением жестяной банки пива «Сибирская корона Классическое» и стеклянной бутылки «GreyMan».

Размещение данного плаката было согласовано «…», однако, по ее мнению, размещение плаката не является нарушением Закона «О Рекламе», поскольку:

1.Размещенный плакат с информацией о проводимых в Компании скидках (акциях) не является рекламой.

В соответствии с разъяснениями ФАС России от 13.09.2012 N АК/29977 "О последних изменениях в требованиях к рекламе алкоголя", а также разъяснениях ФАС России в письме от 29.07.10. N АЦ/24295 «О ценовой информации, размещенной на сайте компании»:

«Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" реклама - это 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.

Не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на официальном сайте производителя или продавца данных

товаров, а также на страницах производителя или продавца данных товаров в социальных сетях в Интернете, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта или соответствующей страницы в социальной сети об ассортименте товаров, условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования, также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией и т.п., следовательно, на такую информацию положения Федерального закона "О рекламе" не распространяются».

С учетом данных разъяснений ФАС России, «…» считает, что информация о проводимых в Компании скидках не является рекламой, а предназначена для информирования покупателей о приводящихся в Компании скидках и акциях, вне зависимости от того опубликована данная информация на сайте Компании или же непосредственно на торговых точках Компании.

2. Плакат не является рекламной конструкцией.

С учетом положений ч. 1 ст. 19 ФЗ «О рекламе», а также письма ФАС России от 28.04.2011 №АК/16266 «О некоторых вопросах применения законодательства о рекламе», полагаю, что плакат не является рекламной конструкцией.

ФАС России в письме от 28.04.2011 N АК/16266 указал следующее.

Указанная норма (прим. п. 5 ч.1 ст. 21 ФЗ «О Рекламе») предусматривает запрет на размещение рекламы алкогольной продукции 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.

По смыслу части 1 статьи 19 Федерального закона "О рекламе" к числу технических средств стабильного территориального размещения относятся щиты, стенды, строительные сетки, перетяжки, электронные табло, воздушные шары, аэростаты и иные объекты, монтируемые и располагаемые на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

При этом определяющим признаком для отнесения той или иной конструкции-рекламоносителя к числу технических средств стабильного территориального размещения, по смыслу указанной части статьи 19 Федерального закона "О рекламе", является невозможность перемещения и изменения положения в пространстве присоединенной к конструкции рекламы.

Таким образом, ФАС России, дублируя положения ст. 19 ФЗ «О рекламе», указывает на то, что обозначенный в п.5 ч.1 ст. 21 ФЗ запрет, распространяется на технические средства стабильного территориального размещения, понятие которого раскрывается в ч.1 ст. 19 ФЗ «О рекламе», размещенный на двери плакат не относится к данной категории, в силу чего установленный запрет на него не распространяется.

3. Размещение плаката на входной двери, а также на двери тамбура не является нарушением п.5 ч.2. ст.21 ФЗ «О рекламе», поскольку дверь не является конструктивным элементом здания.

Пункт 5 ч.1 ст.31 содержит положение следующего характера: 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.

Под конструктивными элементами здания следует понимать конструкции и технические устройства, составляющие здание, предназначенные для выполнения заданных функций, в т. ч. фундамент, стены, перегородки, цоколь, отмостка, кровля.

Данный вывод подтверждается, в том числе "ГОСТ Р 53778-2010. Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния", в пп. 5.1.4. а также п. 5.3 раскрывается составляющая конструктивных элементов здания, к которым относятся:

- бетонные и железобетонные конструкции,

- каменные конструкции (это стены, опалубка),

- стальные конструкций,

- деревянные конструкций (узлы опирания деревянных конструкций на фундаменты, каменные стены, стальные и железобетонные колонны; участки покрытия чердачного перекрытия в местах расположения слуховых окон, ендов, парапетов, вентиляционных шахт,

- балконы, эркеры, лоджии, лестницы, кровля, стропила, чердачные перекрытия.

В Приказе Минземстроя РФ от 04.08.1998 N 37 "Об утверждении Инструкции о проведении учета жилищного фонда в Российской Федерации" определены Параметры технического описания, в соответствии с которым к конструктивным элементам здания отнесены: фундаменты, стены, перекрытия, крыши, полы, окна, отопительные печи и кухонные очаги, штукатурка, внутренняя отделка, наружная отделка, электроосвещение, инженерные системы.

Более того, в соответствии п. 3.1 ГОСТ Р 51072-2005 «Двери защитные. Общие технические требования и методы испытаний на устойчивость к взлому, пулестойкость и огнестойкость" дверь защитная (дверь) - устойчивое к регламентированным средствам воздействия защитное средство, состоящее из дверного полотна, дверной коробки и одного или нескольких замков (или запирающего устройства).

Таким образом, действующее законодательство не относит двери к конструктивным элементам здания, а размещение на двери плаката не является нарушением обозначенного в определении пункта.

Следовательно, размещение плаката не является нарушением Закона «О рекламе», т.к. спорный плакат является информацией о проводившейся в Компании акции, спорный плакат не является рекламной конструкцией, двери не являются конструктивным элементом здания.

Комиссией Новосибирского УФАС России данные доводы не приняты по основаниям, изложенным выше.

Кроме того, рассматриваемая реклама, размещенная в стеклянном проеме входной двери, обращена стороной, содержащей изображение жестяной банки пива «Сибирская корона Классическое» и стеклянной бутылки вина «GreyMan» (с указанием емкости, содержании спирта в процентном выражении, стоимости товара) на улицу, т.е. адресована неопределенному кругу лиц, и предназначена не только для информирования покупателей данного магазина. Информация для покупателей магазина размещается на стенде «Уголок потребителя». При этом рассматриваемый рекламный плакат о проводимой акции размещался в свободном доступе не только покупателей данного магазина, но и находился в видимости потребителей, покупателями магазина не являющимися.

При этом целью ФЗ «О рекламе», являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

ФЗ «О рекламе» применяется к отношениям в сфере рекламы.

Ссылки ООО «Компания Холидей» на такие стандарты как"ГОСТ Р 53778-2010. Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния", ГОСТ Р 51072-2005 «Двери защитные. Общие технические требования и методы испытаний на устойчивость к взлому, пулестойкость и огнестойкость" являются несостоятельными.

"ГОСТ Р 53778-2010. Здания и сооружения. Правила обследования и мониторинга технического состояния"предназначен для применения в строительстве при проведении обследований и мониторинга технического состояния зданий и сооружений, при разработке заданий на проектирование, обследование и мониторинг зданий и сооружений, а также при разработке проектной документации.

Данный стандарт является нормативной основой для контроля степени конструктивной безопасности и осуществления проектных работ по повышению степени конструктивной безопасности зданий (сооружений). Настоящий стандарт регламентирует требования к работам и их составу по получению информации, необходимой для контроля и повышения степени конструктивной безопасности здания (сооружения).

При этом п.5.1.4 стандарта содержится исключительно указание на то, что конструктивные части зданий (см. 5.3.5) в своем составе содержат совместно работающие элементы, выполненные из различных материалов, П.5.3.5 определен порядок обследования технического состояния конструкций зданий, в том числе обследование таких элементов зданий и сооружений как балконы, эркеры, лоджии, лестницы, кровли, стропило и фермы, чердачные перекрытия.

ГОСТ Р 51072-2005 «Двери защитные. Общие технические требования и методы испытаний на устойчивость к взлому, пулестойкость и огнестойкость" распространяется на вновь разрабатываемые и модернизируемые защитные двери. Стандарт устанавливает требования и методы испытания дверей на

устойчивость к взлому, пулестойкость и огнестойкость, предназначенных для обеспечения безопасности объектов. Термин «дверь защитная (дверь)» - устойчивое к регламентированным средствам воздействия защитное средство, состоящее из дверного полотна, дверной коробки и одного или нескольких замков (или запирающего устройства), используется только применительно к данному стандарту (ГОСТу).

Кроме того, ФАС России в письме от 28.04.2011 N АК/16266 дает разъяснения о применениип.5 ч.2 ст.21 Федерального закона "О рекламе" к рекламе алкогольной продукции, распространяемой посредством исключительно выносных штендеров. Размещение рекламных плакатов в данном письме ФАС России не рассматривается.

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую в октябре 2013г. по адресу: ул. Крылова, 53/1 (на входной двери магазина «Сибириада») следующего содержания:

- «Сибириада Холидей Классик Цена говорит сама за себя Гранат… Груша «Лесная красавица»блоки Джонаголд… Средство «Доместос» в ассортименте, 1л… Пиво «Сибирская корона» Классическое, 5,3%, 0,5л 28,90 Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью Вино игристое «Грейман» Блан де Блан, бел/сл. 11%, 0,75л 199,90 Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением жестяной банки пива «Сибирская корона Классическое» и стеклянной бутылки вина «Grey Man»,

а Общество с ограниченной ответственностью «Компания Холидей» (ИНН/КПП 5406277570/543301001, ОГРН 1045402463831, дата постановки на учет: 19.03.2004г., юридический адрес: 630559, Новосибирская обл., Новосибирский р-он, Кольцово р.п., 12а), нарушившим требования п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «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.

2. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «Компания Холидей» (ИНН/КПП 5406277570/543301001, ОГРН 1045402463831, дата постановки на учет: 19.03.2004г., юридический адрес: 630559, Новосибирская обл., Новосибирский р-он, Кольцово р.п., 12а), предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новосибирского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации

об административных правонарушениях.

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

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

"20" ноября 2013 г. г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: И. В. Волохина – и.о. заместителя руководителя управления – начальника отдела рекламы;

члены Комиссии: Е. В. Максимейко – начальник правового отдела;

Ю. В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

на основании своего решения от "20" ноября 2013 г. по делу №77 о признании ненадлежащей рекламы, распространенной в октябре 2013г. по адресу: ул. Крылова, 53/1 (на входной двери магазина «Сибириада») следующего содержания:

- «Сибириада Холидей Классик Цена говорит сама за себя Гранат… Груша «Лесная красавица»блоки Джонаголд… Средство «Доместос» в ассортименте, 1л… Пиво «Сибирская корона» Классическое, 5,3%, 0,5л 28,90 Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью Вино игристое «Грейман» Блан де Блан, бел/сл. 11%, 0,75л 199,90 Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», с изображением жестяной банки пива «Сибирская корона Классическое» и стеклянной бутылки вина «Grey Man»,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона "О рекламе", пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Компания Холидей» (ИНН/КПП 5406277570/543301001, ОГРН 1045402463831, дата постановки на учет: 19.03.2004г., юридический адрес: 630559, Новосибирская обл., Новосибирский р-он, Кольцово р.п., 12а) в 5-дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить

нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно, не допускать распространение рекламы, с нарушением:

- п.5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «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.

2. Обществу с ограниченной ответственностью ««Компания Холидей» (ИНН/КПП 5406277570/543301001, ОГРН 1045402463831, дата постановки на учет: 19.03.2004г., юридический адрес: 630559, Новосибирская обл., Новосибирский р-он, Кольцово р.п., 12а) представить в Новосибирское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до "10" декабря 2013 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Новосибирское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда; на юридических лиц - от двух тысяч до пяти тысяч минимальных размеров оплаты труда.

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