

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии -	заместитель руководителя Управления – Никуйко Ирина Борисовна,
Члены Комиссии -	главный специалист-эксперт – Селютина Елизавета Михайловна Заместитель начальника отдела – Алимova Елена Владимировна;

в присутствии представителя по доверенностям ООО «Вино-розница» и ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» Григоровой Т.А.;

рассмотрев дело № 17-03-21-02/709, возбуждённое в отношении ООО «Вино-розница» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выразившихся в размещении по адресу: г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 рекламы в виде рекламной растяжки и рекламной конструкции, выполненной в форме бутылки вина. На растяжке указана следующая информация: «Винзавод Millstream предлагает большой ассортимент вин и шампанского! Узнай больше о Millstream (QR-код) www.millstream-vines.ru. Магазин винзавода Millstream. Мы открылись! Цена завода без посредников. Гарантия качества производителя. Собственные виноградники 1000 Га». На рекламной конструкции в форме бутылки вин надпись: «Вино. Millstream. Магазин винзавода Millstream». По оранжевой нижней линии: «Магазин винзавода Millstream»,

УСТАНОВИЛА:

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

Волгоградским УФАС России в ходе мониторинга соблюдения рекламного законодательства 28 ноября 2017 года по адресу: г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 было выявлено распространение рекламы в виде рекламной растяжки и рекламной конструкции, выполненной в форме бутылки вина. На растяжке указана следующая информация: «Винзавод Millstream предлагает большой ассортимент вин и шампанского! Узнай больше о Millstream (QR-код) www.millstream-vines.ru. Магазин винзавода Millstream. Мы открылись! Цена завода без посредников. Гарантия качества производителя. Собственные виноградники 1000 Га». На рекламной конструкции в форме бутылки вин: «Вино. Millstream. Магазин винзавода Millstream». По оранжевой нижней линии: «Магазин винзавода Millstream» (акт мониторинга № 325-Р от 28.11.2017).

Позднее 07 декабря 2017 года Волгоградским УФАС России вновь был произведен мониторинг соблюдения рекламного законодательства по адресу: г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 (акт мониторинга № 327-Р от 07.12.2017) в результате которого было установлено, что рекламная конструкция в виде бутылки вина отсутствует, рекламный баннер прежнего содержания в наличии, также зафиксирована информация вывеске на входной двери винного магазина «Магазин винзавода Millstream. Время работы 9:00 22:00 без выходных. Волгоградская область, г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 КПП 344345001. ООО «Вино розница» ИНН 2352053872, КПП 344345001 юр. адрес: 353500, Российская Федерация, Краснодарский край, г. Темрюк, ул. Розы Люксембург, дом 3, этаж 2, кабинет 2. www.millstream-vines.ru».

Согласно информации на сайте <http://millstream-wines.ru>, указанного в рекламе, производство вин под маркой «Millstream» осуществляет ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» (ОГРН 1062352024052 ИНН/КПП 2352039821/235201001) официально зарегистрировано по адресу: 353542, Краснодарский край, район Темрюкский, п. Виноградный, ул. Мичурина, д. 5 Б).

Статьей 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» установлены особенные требования к рекламе алкоголя.

В том числе:

- п.5 ч.2 ст. 21 установлено, что 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;

- ч. 2.1. ст. 21 установлено, что реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

- ч. 3. ст. 21 установлено, что 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).

На основании полученной информации Волгоградским УФАС России в отношении ООО «Вино-розница» определением от 13 декабря 2017 года было возбуждено производство по делу №-17-03-21-02/709 по признакам нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 21, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

На заседание Комиссии 26.12.2017 представитель ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» и ООО «Вино розница» представила следующие письменные и устные объяснения:

Размещенные растяжка и конструкция по мнению представителя ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» и ООО «Вино розница» это временные информационные конструкции, которые не являются рекламой. Объем информации, по мнению представителя ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» и ООО «Вино розница», об объекте торговли размещенной ООО «Вино розница» не позволяет индивидуализировать товар.

Также был представлен договор коммерческой концессии № 1/ВР-ФР/2017 между ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» и ООО «Вино розница», согласно пп. в) п. 2.2 которого ООО «Вино розница» обязано письменно согласовывать с ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» место расположения, дизайн внешнего и внутреннего оформления магазина, концепцию оформления наружной рекламы и организации внутреннего пространства торгового зала. Представитель ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» и ООО «Вино розница» данные о том, что макеты рекламы ООО «Вино розница» согласовываются с ООО «АПК Мильстрим –

Черноморские вина» подтвердила также устно.

На основании полученной на заседании информации Комиссией было принято решение об изменении статуса ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» как лица, участвующего в рассмотрении данного дела из лица, обладающего информацией, в лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, а именно рекламодателя, лица, определившего объект рекламирования.

На заседание Комиссии от 30.01.2018 (после перерыва заседание продолжено 06.02.2018) представитель ООО «АПК Мильстрим – Черноморские вина» и ООО «Вино розница» представила дополнительные письменные и устные объяснения:

Объем информации об объекте торговли размещенной ООО «Вино розница» по адресу: г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д.5, указанной в определении, не позволяет однозначным образом индивидуализировать товар, а значит не может является его рекламой.

Указанный довод Общества, по его мнению, поддерживается позицией Федеральной антимонопольной службой изложенной в письме № АКУ1829 от 24.01.2011 года, а так же Постановлениями Федеральных арбитражных судов Поволжского округа (№ А12-20100/2008 от 13.08.2009г.), ФАС Уральского округа (№ Ф09-2073/09-С1 от 13.04.2009г.), ФАС Западно-Сибирского округа (№ А45-19222/2008 от 01.10.2009г.).

Кроме того, часть информации размещенной на магазине, по мнению Обществ, является обязательной по сколько содержит информацию о юридическом лице и режиме работы объекта торговли: Время работы 9:00 22:00 без выходных. Волгоградская область, г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 КПП: 344345001. ООО «Вино розница» ИНН: 2352053872, КПП: 344345001. юр. адрес: 353500, Российская Федерация, Краснодарский край, г. Темрюк, ул. Розы Люксембург, дом 3, этаж 2, кабинет 2.

Размещаемая на магазине информация является оформлением и служит для уведомления потенциальных покупателей о направленности и принадлежности магазина, не неся рекламной информации в отношении алкогольной продукции.

Договор франчайзинга (коммерческой концессии) № 1/ВР-ФР/2017 от 09.02.2017 года является основой коммерческого сотрудничества между ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» и ООО «Вино розница».

При этом ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» поясняет, что на основании вышеназванного договора коммерческой концессии, ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» передало ООО «Вино Розница» комплекс исключительных прав, в том числе право на использование коммерческого наименования, право на товарные знаки и др. ООО «Вино розница» разрабатывает, утверждает и размещает рекламу продукции и своей

деятельности самостоятельно, без согласования и уведомления ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина».

Так же ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» не участвовало в оформлении магазинов ООО «Вино Розница», что подтверждается дополнительным соглашением от 13.02.2017 к договору франчайзинга (коммерческой концессии) № 1/ВР-ФР/2017 от 09.02.2017. (впервые представлено на заседание Комиссии 30.01.2018). Согласно данному доп. соглашению к договору франчайзинга изменен п. 2.2. договора, в частности, условия о согласовании с Правобладателем (ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина») внешнего и внутреннего оформления магазина и содержания рекламы изъяты из договора.

ООО «Вино Розница» поясняет, что не размещало и не распространяло рекламу алкогольной продукции. Подобные информационные вывески, расположенные на магазине и указанные в определениях, размещались на зданиях по адресам предприятий розничной торговли алкогольной продукцией, указанных лицензии № 34 РПА 0006963, выданной ООО «Вино Розница» Комитетом промышленности и торговли Волгоградской области (ул. Академика Павлова, д. 4к, ул. им. Шурухина, д. 13, пр-кт им. Маршала Г.К. Жукова, д. 5). Информационные, по мнению представителя, вывески размещены на предприятиях торговли с 27.10.2017, т.е. с даты получения лицензии на продажу алкогольной продукции ООО «Вино Розница».

Таким образом, при рассмотрении дела ООО «Вино розница» и ООО «АПК Мильсрим-Черноморские вина» представлены пояснения, из которых следует, что данные Общества не согласны с наличием в их действиях нарушений рекламного законодательства, так как рассматриваемые в деле конструкции являются, по их мнению, исключительно информационными и носят временный характер. При этом ООО «Вино розница» устранило все указанные Комиссией нарушения. В дело представлены фото материалы.

Объем информации об объекте торговли размещенный ООО «Вино розница» по мнению представителя ООО «Вино розница» и ООО «АПК Мильсрим-Черноморские вина» не позволяет однозначным образом индивидуализировать товар, поэтому рекламой не является. Часть информации, размещенной в магазине по мнению ООО «Вино розница» является обязательной к размещению. Размещаемая на магазине является оформлением и служит для уведомления потенциальных покупателей о направленности и принадлежности магазина, не неся рекламной информации в отношении алкогольной продукции.

Исследовав имеющиеся материалы дела, выслушав объяснения лиц, участвующих в деле, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.

Материалами дела подтверждается и сторонами не опровергнуто

распространение следующей информации:

28 ноября 2017 года по адресу: г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 - в виде рекламной растяжки, прикрепленной к внешней стене здания, и рекламной конструкции, выполненной в форме бутылки вина. На растяжке указана следующая информация: «Винзавод Millstream предлагает большой ассортимент вин и шампанского! Узнай больше о Millstream (QR-код) www.millstream-vines.ru. Магазин винзавода Millstream. Мы открылись! Цена завода без посредников. Гарантия качества производителя. Собственные виноградники 1000 Га». На рекламной конструкции в форме бутылки вина: «Вино. Millstream. Магазин винзавода Millstream». По оранжевой нижней линии: «Магазин винзавода Millstream».

07 декабря 2017 года по адресу: г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 - в виде рекламной растяжки, прикрепленной к внешней стене здания со следующей информацией: «Винзавод Millstream предлагает большой ассортимент вин и шампанского! Узнай больше о Millstream (QR-код) www.millstream-vines.ru. Магазин винзавода Millstream. Мы открылись! Цена завода без посредников. Гарантия качества производителя. Собственные виноградники 1000 Га».

В соответствии с п. 1 ст. 3 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.

Указанная выше информация, распространяемая наружно по адресу г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5, является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы, установленным п. 1 ст. 3 Закона о рекламе.

Рассматриваемая информация, распространяемая в Волгограде при входе в магазин, адресована неопределенному кругу лиц, по своему содержанию направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к магазину винзавода Millstream, самому винзаводу Millstream и продаваемым в нём товарам (вино).

Объектом рекламирования является магазин по продаже вина магазин винзавода Millstream (хозяйственную деятельность осуществляет ООО «Вино розница»), винзавод Millstream, само средство индивидуализации винзавода, а также вид алкогольной продукции - вино и игристое вино (шампанское), производимое винзаводом Millstream. При этом реклама является наружной.

В виду изложенного, Комиссия не соглашается с доводами ООО «Вино розница» и ООО «АПК Мильсрим-Черноморские вина» о том, что распространенная наружно информация не является рекламой.

При разграничении понятия вывески и рекламы следует принимать во внимание целевое назначение информации и обстоятельства размещения такой информации на здании. По мнению ФАС России, если целевым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности не является информирование о месте нахождения организации (в том числе с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама. Обстоятельства размещения таких сведений подлежат дополнительной оценке.

Согласно письму ФАС России от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама» если целевым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности не является информирование о месте входа в организацию или месте нахождения организации (в том числе с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама. Обстоятельства размещения таких сведений подлежат дополнительной оценке.

Следовательно, конструкции, содержащие информацию о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках, либо различные лозунги, слоганы, либо иную информацию об определенном лице или товаре, не обязательную к размещению, могут быть расценены как вывески, содержащие сведения рекламного характера, и на такие конструкции распространяются требования Закона о рекламе, в том числе в случае их размещения в месте нахождения организации. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам N А28-12028/2016, N А51-7177/2009.

Пленум ВАС РФ в пункте 2 постановления от 08.10.2012 № 58 разъяснил, что при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителей ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре.

Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара (пункт 16 информационного письма от 25.12.1998 № 33 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

Информация **«Винзавод Millstream предлагает большой ассортимент вин и шампанского! Узнай больше о Millstream (QR-код) www.millstream-vines.ru. Магазин винзавода Millstream. Мы открылись! Цена завода без посредников. Гарантия качества производителя. Собственные виноградники**

1000 Га» по своему содержанию и целевому назначению не может быть отнесена к вывеске магазина.

Конструкция в виде бутылки вина с надписью «*Вино. Millstream. Магазин винзавода Millstream*», также направлена на привлечение особого внимания (ввиду оригинальности конструкции) к продукции винзавода, магазину винзавода, винзаводу *Millstream* и не может быть квалифицирована со своему содержанию и цели размещения иначе как реклама.

Рекламные конструкции в виде растяжки и бутылки вина являются большими и ярко оформленными, содержат элементы, направленные на привлечение внимания потребителей – обращены на улицу и адресованы не только лицам, которые непосредственно намерены посетить магазин винзавода «Мильстрим» и хотели бы найти вход, но и неопределенному кругу лиц, осуществляющих движение по улице, в том числе в транспорте.

Фраза «Винзавод Мильстрим предлагает большой ассортимент вин и шампанского!» носит явно выраженную эмоциональную окраску (использован восклицательный знак, текст набран заглавными буквами) и обращена к каждому лицу лично, поскольку размещена на улице.

Фразы «*Цена завода без посредников. Гарантия качества производителя. Собственные виноградники 1000 Га*» направлены на акцентирование внимания потребителей на особенно привлекательных качествах данного производителя вина (невысокая цена, собственное производство, высокое качество), информация направлена на продвижение товара на рынке, данные сведения нельзя отнести к информации, размещаемой на вывеске.

Таким образом, проанализировав внешний вид и содержание рекламных конструкций, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле информация является рекламой винзавода Мильстрим, магазина от винзавода Мильстрим и алкогольной продукции данного винзавода.

В соответствии с **п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе** реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

При этом в соответствии с **ч. 4 ст. 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.

Таким образом, установленные Законом о рекламе запреты для рекламы алкоголя распространяются также на рекламу средства индивидуализации (в частности, наименование «Millstream») производителя и продавца алкоголя.

В нарушение п. 5 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе на внешней стене жилого дома размещена информация рекламного характера о продаже алкогольной продукции, а также рекламная конструкция в форме бутылки вина с надписью вино и указанием средства индивидуализации производителя вина «Millstream».

Согласно **ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе** реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта *пять и более процентов* объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Вино - алкогольная продукция с содержанием этилового спирта от 8,5 (за исключением вина с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения) до 16,5 (за исключением столового вина) процента объема готовой продукции, произведенная в результате полного или неполного брожения ягод свежего винограда, виноградного сусла без добавления этилового спирта, а также без добавления (за исключением столового вина) концентрированного виноградного сусла и (или) ректификованного концентрированного виноградного сусла. Вино с защищенным географическим указанием или с защищенным наименованием места происхождения может иметь содержание этилового спирта не менее 4,5 процента объема готовой продукции. Содержание этилового спирта в столовом вине не должно превышать 15 процентов объема готовой продукции (п. 11 ст. 2 Федерального закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции»).

В данном случае размещение рекламы магазина винзавода «Мильстрим», реализующего, в том числе, крепкую алкогольную продукцию, на улице у входа в магазин, дает возможность для восприятия ее потребителями, находящимися вне места продажи алкоголя. Данная реклама формирует интерес лиц к спиртным напиткам, не имеющих намерение приобрести спиртную продукцию.

Согласно **ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе** реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее

чрезмерного потребления, причём такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рассматриваемой рекламе отсутствует также предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкоголя, однако данное нарушение включается в предыдущее, так как данная реклама вообще не должна была распространяться вне стационарных торговых объектов.

Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле реклама содержит нарушения п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе.

Согласно ч. 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Пунктом 7 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Также в соответствии ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе.

Пунктом 7 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Комиссия приходит к выводу, что рекламодателем рассматриваемой рекламы выступило ООО «Вино розница», согласно дополнительному соглашению от 13.02.2017 к договору франчайзинга (коммерческой концессии) № 1/ВР-ФР/2017 от 09.02.2017, заключенного между ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» и ООО «Вино розница» ООО «АПК Мильстрим-Черноморские вина» не принимает участие в согласовании содержания рекламы и оформления магазина, ответственность за содержание рекламы несет ООО «Вино розница».

Таким образом, рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Вино розница» ИНН/КПП 2352053872/344345001, ул. Розы Люксембург, дом 3, этаж 2, кабинет 2, г. Темрюк, Краснодарский край, 353500).

На момент вынесения решения данная реклама не распространяется, соответственно у Комиссии нет оснований для выдачи предписания.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу распространяемую в ноябре 2017 года по адресу: г. Волгоград, проспект Маршала Жукова, д. 5 рекламы в виде рекламной конструкции, выполненной в форме бутылки вина с надписью: «Вино. Millstream. Магазин винзавода Millstream» и рекламной растяжки следующего содержания: «Винзавод Millstream предлагает большой ассортимент вин и шампанского! Узнай больше о Millstream (QR-код) www.millstream-vines.ru. Магазин винзавода Millstream. Мы открылись! Цена завода без посредников. Гарантия качества производителя. Собственные виноградники 1000 Га» ненадлежащей, нарушающей п. 5 ч. 2 ст. 21, ч. 2.1 ст. 21 Закона о рекламе.
2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Вино розница» ИНН/КПП 2352053872/344345001, ул. Розы Люксембург, дом 3, этаж 2, кабинет 2, г. Темрюк, Краснодарский край, 353500).

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