

РЕШЕНИЕ

по делу № 021/05/5-1210/2020

30 ноября 2020 г. г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

"..."

члены Комиссии:

"..."

Чувашского УФАС России,

рассмотрев дело № 021/05/5-1210/2020, возбужденное по заявлению Волго – Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации в отношении кредитного потребительского кооператива граждан «Столичный» (ИНН/ОГРН 2127327233/1032127012125, г. Чебоксары, ул. Петрова, д.6/3) (далее – КПКГ «Столичный», кооператив), в связи с распространением рекламы с признаками нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7, части 11 статьи 5 КПК «Столичный»

г. Чебоксары, ул. Пирогова, д.6, пом.3

Волго - Вятское главное управление Центрального

банка Российской Федерации

603008 г.Нижний Новгород, ул.Большая Покровская,

д. 26

Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в отсутствие представителя Заявителя - Волго – Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации, надлежащим образом извещенного о дате и времени рассмотрения дела,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - Председателя Правления КПКГ «Столичный» - Новикова С.С., представителя КПКГ «Столичный» - "..."

(доверенность от 17.11.2020 № б/н),

УСТАНОВИЛА:

Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело по признакам нарушения требований пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7, части 11 статьи 5 Закона о рекламе в отношении КПКГ «Столичный».

Основанием для возбуждения дела послужило поступившее в Чувашское УФАС России 25.09.2020 (вх.№ 9883-ЭП/20) заявление Волго – Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации (далее – банк, Заявитель) в связи с обращением в банк физического лица с жалобой на неправомерную информацию, размещенную в социальных сетях интернет на странице "Вконтакте", которая выразилась в следующем.

В социальных сетях интернет на странице социальной сети "ВКонтакте" (https://vk.com/urtaevo_reklama) распространялась рекламная информация КПКГ «Столичный».

В указанной рекламе содержалась информация: «Кредитный потребительский кооператив граждан «Столичный» Займы предоставляются только членам кооператива Мы к школе готовы, а Вы? ЛЬГОТНЫЕ ЗАЙМЫ на подготовку юных гениев к школе САМЫЙ НИЗКИЙ % 5-20-80 с.Комсомольское, ул. Канашская, д.28».

Факт размещения данной информации подтвержден скриншотом

страницы сети интернет "ВКонтакте".

Согласно заявлению, представленная информация имеет признаки нарушения Закона о рекламе, выразившиеся в следующем.

Рекламная информация, содержащая слоган «САМЫЙ НИЗКИЙ %» указывает не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими производителями или реализуемые другими продавцами, поскольку не содержит указания на конкретный критерий, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Таким образом, содержит признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Также в тексте рекламы используется фраза: «ЛьГОТНЫЕ ЗАЙМЫ», без содержания конкретных условий получения данных «льготных займов», что вводит потребителей рекламы в заблуждение и, тем самым, указывает на признаки нарушения требований части 7 статьи 5 Закона о рекламе. Помимо прочего, банк указывает, что реклама КПКГ «Столичный» не содержит информацию, указание которой обязательно в силу подпункта 1.1 пункта 4 статьи 6 Базового стандарта защиты прав и интересов физических и юридических лиц - получателей финансовых услуг, оказываемых членами саморегулируемых организаций в сфере финансового рынка, объединяющих микрофинансовые организации (далее – Стандарт), утвержденного Банком России от 14.12.2017 № КФНП, а именно, информацию об обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах не внесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков) (информация указывается в случае размещения кредитным кооперативом рекламы с использованием информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» («онлайн реклама»)).

Отсутствие указанной информации в рекламе КПКГ «Столичный» содержит признаки нарушения части 11 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой установлено, что при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации. С учетом изложенного, Заявитель просит провести оценку содержания представленной информации, распространяемую КПКГ «Столичный» в информационно – телекоммуникационной сети интернет, на наличие признаков недостоверной рекламы.

Согласно представленным в материалы дела пояснениям КПКГ «Столичный» установлено следующее.

Рекламный модуль «Мы к школе готовы, а Вы?» был направлен КПКГ «Столичный» в офисное отделение Комсомольского района Чувашской Республики для его размещения непосредственно на территории помещения данного офиса.

Размещение рекламного модуля на странице в социальных сетях интернет в группе «ВКонтакте» в период с 14.08.2020 по 06.11.2020, является инициативой сотрудника данного отделения, без согласования с КПКГ «Столичный».

На момент рассмотрения дела, в связи с тем, что данная реклама явилась предметом реагирования антимонопольного органа, она была удалена указанным сотрудником КПКГ «Столичный» со страницы в группе

«ВКонтакте» «Реклама Урмаево».

В материалы дела представлен скриншот страницы «ВКонтакте» группы «Реклама Урмаево», согласно которому Комиссией установлен факт, подтверждающий не размещения на момент рассмотрения дела спорной рекламной информации.

Вместе с тем, КПКГ «Столичный», в том числе, в заседании Комиссии пояснял, что рассматриваемый рекламный модуль, предназначенный для размещения в офисе кооператива, был адресован ограниченному кругу лиц – исключительно пайщикам КПКГ «Столичный», указанное содержится в тексте рекламы.

Данной рекламой пайщики кооператива информировались о программе «Займ Школьный».

В соответствии с программой, предполагались льготные условия пользования займами - под самый низкий и доступный процент 8,4 % годовых, в связи низкой активностью пайщиков в августе 2020 года.

Вместе с тем, КПКГ «Столичный», не согласился с позицией банка относительно вменяемого ему признаков нарушения требований части 11 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку, по мнению кооператива, не соблюдение подпункта 1.1 пункта 4 статьи 6 Стандарта не является нарушением указанной нормы Закона о рекламе.

Система базовых стандартов, включающая указанный банком Стандарт, не относится к актам гражданского законодательства, поскольку данным Стандартом устанавливаются требования к членам саморегулируемых организаций кредитных кооперативов, и в этом смысле, для них определяются нормы внутреннего корпоративного законодательства, контроль и надзор за которым осуществляет не ФАС России, а саморегулированные организации, членом которой и является КПКГ «Столичный».

Исследовав и оценив представленные в материалы дела информацию и документы в их совокупности и взаимосвязи, руководствуясь положениями Закона о рекламе, учитывая правовую позицию, изложенную в постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", Комиссия пришла к следующему.

Материалами дела установлено, что в период с 14.08.2020 по 06.11.2020 на странице в социально – телекоммуникационных сетях интернет «ВКонтакте» (https://vk.com/urmaevo_reklama) размещалась информация следующего содержания: «Кредитный потребительский кооператив граждан «Столичный» Займы предоставляются только членам кооператива Мы к школе готовы, а Вы? ЛЬГОТНЫЕ ЗАЙМЫ на подготовку юных гениев к школе САМЫЙ НИЗКИЙ % 5-20-80 с.Комсомольское, ул. Канашская, д.28».

Отношения в сфере рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы законодательно определены требованиями Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. Объектом рекламирования, по смыслу Закона о рекламе (п.2 ст.3), может

выступать 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.

Содержание рассматриваемой информации, соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы, определенным статьей 3 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой и к ней применимы все требования, установленные Законом о рекламе.

Как следует из указанного понятия рекламы, способы распространения рекламы не ограничены, к таким способам распространения относится также информационно – телекоммуникационная сеть «Интернет».

Вместе с тем, спорные вопросы, относительно распространения рекламы в сети «Интернет» ФАС России разъясняет следующим образом.

Согласно письму ФАС России от 25.09.2019 № АК/83509/19 «О разъяснении по вопросу рекламы в информационно - телекоммуникационной сети интернет» следует, что Федеральный закон "О рекламе" не содержит специальных требований к рекламе, распространяемой в социальных сетях "Вконтакте" и "Одноклассники".

В то же время такая реклама должна соответствовать как общим требованиям, установленным Федеральным законом "О рекламе", в том числе требованиям достоверности и добросовестности, так и специальным требованиям, установленным указанным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров и услуг.

Общие требования к рекламе установлены статьей 5 Закона о рекламе.

В силу части 1 данной статьи определено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, следует, что недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе определено, что недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В силу правовой позиции, изложенной в пункте 9 Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Постановление) следует, что согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе, реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недобросовестной.

При анализе информации, содержащейся в рекламе, судам необходимо иметь в виду, что рекламодатель несет ответственность за достоверность не только тех сведений, которые относятся к его собственной деятельности (товару), являющейся объектом рекламирования, но и тех сведений, которые относятся к деятельности (товару) его конкурентов, объектом рекламирования не являющейся.

Вместе с тем, пунктом 29 Постановления установлено, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителей верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной, как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

В рассматриваемой рекламе членам кооператива предлагается займ денежных средств, с указанием слогана «САМЫЙ НИЗКИЙ %».

Из представленных пояснений кооператива установлено, что в данном случае, в связи с низкой активностью пайщиков в августе 2020 года, КПКГ «Столичный» предложил членам кооператива льготные условия пользования займами по программе «Займ Школьный», используя, при этом, в целях привлечения внимания, вышеуказанное выражение «САМЫЙ НИЗКИЙ %».

Между тем, для обыденного сознания потребителей рекламы, в зависимости от личного социального и индивидуального опыта, характерно множественное понимание смысла того или иного текста.

Таким образом, рекламный слоган «САМЫЙ НИЗКИЙ %» также может восприниматься потребителями рекламы по-разному, но доминирующим смыслом данного слогана, логично является следующее.

КПКГ «Столичный» предлагает потребителям рекламы, в том числе, членам кооператива, такой низкий процент по займу, который ее потребитель уже не сможет получить ни у одного из иных субъектов, осуществляющих данный вид финансовой деятельности.

В данном случае, реклама, имея указание на рекламируемый займ, в то же время, не указывает по отношению к каким иным услугам и условиям, оказываемых кооперативом, в том числе, пайщикам, предоставляется «самый низкий %».

В данном случае, отсутствует указание конкретного критерия, по которому рекламируемый займ КПКГ «Столичный» можно признать таковым. В отсутствие конкретного критерия сравнения, создается впечатление, что предлагаемый КПКГ «Столичный» денежный займ «самый низкий %» обладает преимуществом по всем критериям из числа однородных, на рынке реализации аналогичной продукции.

При этом, объективного подтверждения критерия, в подтверждение заявленного рекламой утверждения, КПКГ «Столичный» в материалы дела не представлено.

В связи с чем, такое утверждение является некорректным сравнением аналогичного товара других продавцов, то есть недостоверной рекламой. Таким образом, реклама вводит потребителей в заблуждение и нарушает права потенциальных конкурентов.

Вместе с тем, из вышеприведенного разъяснения Постановления следует, что заявление о преимуществах, в данном случае, слоган «САМЫЙ НИЗКИЙ

%)», содержащий превосходную степень, определяемую значением «Самый», должен иметь документальное подтверждение и фактическое обоснование. Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что данную рекламу, не содержащую объективного подтверждения критерия "самый", нельзя признать правомерной, в связи с чем, рассматриваемая реклама является недобросовестной и недостоверной, что нарушает пункт 1 части 2, пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Помимо прочего в тексте рекламы используется фраза: «ЛьГОТНЫЕ ЗАЙМЫ».

Согласно информации общедоступных источников, понятие слова льгота заключает в себя определенные преимущества, дополнительные права, полное или частичное освобождение от выполнения установленных правил, обязанностей, или облегчение условий их выполнения.

Из информации КПКГ «Столичный», полученной в рамках рассмотрения дела, следует, что по смыслу рекламы, слоган «Льготные займы» предполагал осуществление кооперативом займа денежных средств, при этом, «под самый низкий процент», только тем пайщикам, которые имеют детей школьного возраста.

Вместе с тем, указанная в рекламе информация, не может быть доступна и понятна всем категориям ее потребителей, в том числе пайщикам, без содержания полной информации предоставления указанного «льготного займа». В рекламе отсутствуют существенные сведения, указывающие категорию потребителей, имеющих возможность воспользоваться предлагаемой льготой, тем самым у неопределенного круга лиц создается неверное и искаженное представление, что рекламируемые таким способом услуги не являются исключительными и могут быть получены всеми потребителями рекламы, в том числе, пайщиками.

В то же время, отношения в сфере рекламы должны строиться на принципах достоверности сообщаемых сведений о товарах и услугах и исходить из того, что достоверная информация о товарах и услугах позволяет потребителю сделать правильный выбор.

Поскольку в рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламой, вся необходимая смысловая информация должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться на момент ознакомления с рекламой, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Подобного рода недостоверная реклама, в отсутствие полной информации обо всех существенных условиях указанной льготы, может создать у потребителя иллюзию привлекательного продукта финансовой услуги для всех без исключения, что в данном случае, принимая пояснения КПКГ «Столичный», таковой не является.

Таким образом, обстоятельства дела свидетельствуют, что Заявитель правомерно усмотрел в рекламе, с вышеуказанным текстом, признаки недостоверной информации, поскольку они не соответствуют действительности и вводят в ее потребителей в заблуждение.

Присутствие в рекламе неполной информации, в отсутствие существенных условий по ней, в частности, без содержания конкретных условий получения «льготных займов» влечет признания рекламы недостоверной.

В этой связи, Комиссия, проанализировав представленные в материалы дела документы и пояснения сторон, пришла к выводу, что рассматриваемая реклама содержит нарушения части 7 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку в ней отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, что приводит к искажению смысла информации и вводит в заблуждение потребителей рекламы.

Также Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии с указанными нормами Стандарта установлено, что в случае размещения кредитным кооперативом рекламы с использованием информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» («онлайн реклама»), кооперативам необходимо указывать информацию об обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах не внесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков).

КПКГ «Столичный» вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своих финансовых услуг, но, при этом, с учетом требований действующего Стандарта, он должен соблюдать требования Закона о рекламе. Указанный Стандарт определяет основные принципы в области защиты прав и интересов получателей финансовых услуг и устанавливает требования, которыми кредитный потребительский кооператив должен руководствоваться в процессе осуществления своей деятельности.

При этом, действующим Стандартом установлены требования к особенностям размещения кредитными потребительскими кооперативами интернет-рекламы.

В частности, статей 6 данного Стандарта «Принципы предоставления информации рекламного характера о деятельности кредитного кооператива», установлено следующее.

1. Основными принципами предоставления информации рекламного характера являются добросовестность и достоверность сообщаемых сведений.

2. Информация рекламного характера должна быть оформлена таким образом, чтобы не злоупотреблять доверием получателей финансовой услуги и (или) не эксплуатировать недостаток у получателя финансовой услуги опыта и знаний.

3. Информация рекламного характера не должна содержать каких-либо текстовых, звуковых или визуальных обращений или заявлений, которые прямо или косвенно, посредством замалчивания, двусмысленности или преувеличения, могут ввести получателя финансовой услуги в заблуждение, в частности, в отношении условий финансовой услуги, которые могут повлиять на выбор получателя финансовой услуги.

4. Кредитный кооператив в материале рекламного характера обязан указывать следующую информацию:

1) об обязанности члена кредитного кооператива (пайщика) солидарного несения субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах не внесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков) в следующих случаях:

1.1. размещение рекламы с использованием информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» («онлайн реклама»);

1.2. раскрытие информации о процентных ставках по договору передачи личных сбережений и договору займа.

2) о том, что кредитный кооператив оказывает услуги исключительно

членам кредитного кооператива (пайщикам).

Стандарт разработан в соответствии со статьями 4, 5 Федерального закона от 13.07.2015 № 223-ФЗ «О саморегулируемых организациях в сфере финансового рынка», Федеральным законом от 18.07.2009 № 190-ФЗ «О кредитной кооперации», Указанием Банка России от 14.08.2017 № 4490-У «О требованиях к содержанию базового стандарта защиты прав и интересов физических и юридических лиц – получателей финансовых услуг, оказываемых членами саморегулируемых организаций в сфере финансового рынка, объединяющих кредитные потребительские кооперативы».

Настоящий Стандарт определяет основные принципы в области защиты прав и интересов получателей финансовых услуг и устанавливает требования, которыми кредитный потребительский кооператив должен руководствоваться в процессе осуществления своей деятельности.

В данном случае, в рекламе КПКГ «Столичный» отсутствует, установленное пунктом 1.1 пункта 4 статьи 6 Стандарта, требование.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе следует, что при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Указанная норма части 11 статьи 5 Закона о рекламе носит отсылочный характер и подразумевает необходимость соблюдения действующего законодательства Российской Федерации, устанавливающего требования к содержанию и размещению рекламы.

Комиссия пришла к выводу, что информация, размещенная без соблюдения упомянутых требований Стандарта, разработанного в соответствии с требованиями вышеуказанных законов, подлежит оценке на предмет выявления наличия в ней признаков нарушения Закона о рекламе.

Поскольку действующим Стандартом, в силу подпункта 1.1 пункта 4 статьи 6 указано об обязанности при размещении рекламы с использованием информационно - телекоммуникационной сети «Интернет» («онлайн реклама»), указывать информацию о солидарном несении субсидиарной ответственности по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кредитного кооператива (пайщиков), не указание в рекламе данного требования, является нарушением требований части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

При этом статья 38 Закона о рекламе не устанавливает ответственность за нарушение части 11 статьи 5 Закона о рекламе и не определяет субъекта ответственности за нарушение данной нормы, в связи с чем возбуждение дела по признакам нарушения Закона о рекламе в части нарушения только части 11 статьи 5 Закона о рекламе не предусмотрено.

Вместе с тем, в рекламе КПКГ «Столичный» одновременно выявлено нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение указанных требований несет рекламоатель.

В силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламоателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В данном случае рекламоателем является КПКГ «Столичный».

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение Закона о

рекламе несет КПКГ «Столичный».

При этом, материалами дела установлено, что размещение ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела прекращено.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В связи с тем, что распространение ненадлежащей рекламы в настоящее время не прекращено, Комиссия пришла к выводу об отсутствии оснований выдачи КПКГ «Столичный» предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую в период с 14.08.2020 по 06.11.2020 на странице в социальных сетях интернет "ВКонтакте" (<https://vk.com/urtaevo reklama>), следующего содержания: «Кредитный потребительский кооператив граждан «Столичный» Займы предоставляются только членам кооператива Мы к школе готовы, а Вы? ЛЬГОТНЫЕ ЗАЙМЫ на подготовку юных гениев к школе САМЫЙ НИЗКИЙ % 5-20-80 с.Комсомольское, ул. Канашская, д.28»

ненадлежащей, т.к. ее содержание нарушает требования пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7, части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать КПКГ «Столичный» (ИНН/ОГРН 2127327233/1032127012125, г. Чебоксары, ул. Петрова, д.6/3) нарушившим пункт 1 части 2, пункт 1 части 3, части 7, части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

3. Не выдавать КПКГ «Столичный» предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе. 4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении КПКГ «Столичный» за нарушение пункта 1 части 2, пункта 1 части 3, части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии "..."

Члены Комиссии "..."

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