

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-16/22

11.08. 2016 года

г. Мурманск

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

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., ведущий специалист-эксперт Мареха Д.А.

рассмотрев дело № 08-04-16/22 от 25.07.2016 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) в присутствии представителя ООО «Мегастрой» (далее – Общество) <...> по доверенности б/н от 13.11.2015

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области (далее – Управление) обратилась гражданка <...> по вопросу распространения ненадлежащей рекламы магазина «Мегастрой».

Из обращения гражданки следует, что в г. Мурманске на ул. Транспортной, д.6 в течение года демонстрируется рекламный баннер следующего содержания: «Мегастрой. Бесплатная доставка». При покупке товара выясняется, что доставка не бесплатная, т.к. бесплатная доставка оформляется при покупке товара на 10 000 рублей. Всмотревшись в рекламный баннер покупательница различила(и то не сразу) очень мелкий текст, информирующий «*При покупке на сумму 10000рублей». Заявительница считает, что доведенная в таком виде информация нарушает её права как потребителя рекламы, в этой связи просит привлечь к ответственности лиц, нарушающих рекламное законодательство.

В рамках рассмотрения обращения <...> комиссией Мурманского УФАС России была осуществлена выездная проверка с целью фиксации распространяемой рекламы. Рекламодателю направлен запрос о предоставлении информации с целью выяснения обстоятельств дела.

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.

В соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 3 Закона о рекламе:

объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

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

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

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

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

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

Согласно пункту 5 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара.

В силу пункта 7 статьи 5 закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В адрес выгодополучателя и рекламодателя - ООО «МегаСтрой» (ул. Транспортная, д. 6, г. Мурманск; пр. Защитников Заполярья, д. 13, г. Кола; т. 77-75-57) направлен запрос 22.06.2016 о предоставлении к 04.07.2016г. информации, с целью выяснения обстоятельств дела.

К установленному сроку от ООО «МегаСтрой» (далее – Общество) поступила только часть информации, а именно учредительные документы. В связи с переездом бухгалтерии Общество не смогло предоставить необходимые документы. Просило продлить срок предоставления документов. Каких-либо доказательств объективной невозможности не предоставлять документы Общество не направило.

Определением № 08-04-16/22 рассмотрение дела назначено на 11.08.2016 года в 10.00 и в порядке подготовки дела к рассмотрению запрошены ранее не представленные Обществом документы, со сроком представления к 08.08.2016г.

ООО «МегаСтрой» получило Определение о возбуждении дела по признакам нарушения рекламного законодательства № 08-04-16/22 02.08.2016г., согласно почтовому уведомлению о вручении № 183016014565.

04.08.2016г. представитель ООО «МегаСтрой» <...> по доверенности б/н от

13.11.2015 ознакомился с материалами дела № 08-04-16/22 и оставил в материалах дела отметку об ознакомлении.

08.08.2016г. Обществом представлены запрашиваемые документы, но не в полном объеме.

Согласно представленным материалам и письменным объяснениям ООО «МегаСтрой» по договору Аренды недвижимого имущества б/н от 20.03.2015 года занимает помещение площадью 4057,8 кв.м для размещения магазина строительных материалов и хозяйственных товаров по адресу г. Мурманск ул. Транспортная, д.6, принадлежащее ООО «Промресурс» (ИНН 5190122275, ОГРН 1035100196383, 191002, г. Санкт петербург, ул. Достоевского, д.1, кв.6).

Из Договора комплексного оказания рекламных услуг 13/2 от 22.05.2015г следует, что ООО «МегаСтрой» (заказчик) заключило с ООО «Промресурс» (исполнитель) на оказание комплексных рекламных услуг, в том числе изготовление рекламной продукции по эскизам заказчика (п.1.1.3); оказание услуг по размещению наружной рекламы и рекламы на транспорте (п. 1.1.5); изготовление мобильных демонстрационных и выставочных стендов (п.1.1.8).

Пунктом 3.4 Договора предусмотрено, что заказчик гарантирует, что требования, предъявляемые им к рекламной продукции (работам, услугам) соответствуют требованиям действующего законодательства РФ.

ООО «Мегастрой» письменно сообщает, что рекламные конструкции, на которых размещена спорная реклама не являются собственностью Общества, однако, рекламные материалы, размещенные на указанных конструкциях выполнены по заказу ООО «Мегастрой».

Из объяснений представителя ООО «Мегастрой» следует, что именно общество определило содержание рекламы и объект рекламирования.

Представитель пояснил, что Общество не может представить согласованный ООО «МегаСтрой» макет рекламы, дополнительное соглашение к договору № 13/2 от 22.05.2015 и акты выполненных работ к данному Договору в связи утерей.

Вместе с тем, представитель ООО «МегаСтрой» сообщил, что акция: «МегаСтрой. Бесплатная доставка» бессрочная и действует около года. Приказ Обществом на проведения акции не издавался, все условия изложены в рекламе.

Из пояснений следует, что Обществом предоставляется «Бесплатная доставка» любому покупателю, купившему товар в магазине «МегаСтрой» на сумму 10000 рублей по указанному покупателем адресу, иных условий акция не содержит.

ООО «МегаСтрой» полагает, что реклама не вводит потребителей в заблуждение в отношении предлагаемой услуги, поскольку условие о бесплатной доставке при покупке от 10000 рублей, присутствует на рекламном баннере. При этом баннер находится на уровне глаз, информация на баннере ничем не прикрывается, в том числе движущимися автомобилями и воспринимается нормально при обычных условиях, кроме того баннер снабжен осветительными приборами.

Общество обращает внимание Комиссии, что в нормах действующего рекламного законодательства не содержится требований к размеру шрифта текста на

наружной рекламе или к занимаемой им площади. Общество считает, что не нарушало рекламное законодательство, так существенные условия акции в рекламе присутствуют.

Представитель ООО «МегаСтрой» не смог пояснить Комиссии, по какой причине используя для своей рекламы большие площади (примерно 12-18 кв.м), Общество использовало в десятки раз отличный от основного текста шрифт и цветовую гамму, информируя потребителей именно об условиях получения «Бесплатной доставки», при этом не обозначив сноску.

Комиссия, проанализировав представленные документы, пояснения и содержания рекламы пришла к выводу, что наружная реклама ООО «МегаСтрой»: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей», размещённую 22.06.2016г. в городе Мурманске, на улице Транспортной д.6, не отвечает требованиям пункта 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно учредительным документам общества с ограниченной ответственностью «МегаСтрой» (ИНН 5190044443, ОГРН 1155190001823 от 13.02.2015г, адрес местонахождения торговой организации: ул. Транспортная, д. 6, г. Мурманск; юридический адрес: пр. Защитников Заполярья, д. 13, Мурманская обл. г. Кола, 184380, учредителем и постоянно действующим директором является <...>) является коммерческой организацией осуществляющей розничную, оптовую торговлю непродовольственными товарами и комиссионными товарами, а также предоставляет имущество в аренду. Основной вид деятельности Общества розничная торговля скобяными изделиями, лакокрасочными материалами и материалами для остекления.

Согласно материалам дела Общество осуществляет деятельность в г. Мурманске по ул. Транспортная д.6, по договору аренды б/н от 20.03.2015 года. Общество в целях продвижения своей продукции и услуг заключило Договор комплексного оказания рекламных услуг 13/2 от 22.05.2015г, в том числе на распространение спорной наружной рекламы. ООО «Мегастрой» не отрицает, что самостоятельно определило форму и содержание рекламы и распространяло рекламу в таком варианте на протяжении года.

Наличие рекламной информации: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей» в виде крышной установки и двух рекламных конструкций в месте нахождения организации и демонстрация их в течение года подтверждает согласие ООО «Мегастрой» на их распространение в представленной потребителю форме и содержании.

Реклама: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и поддерживает интерес к магазину «МегаСтрой», его товарам и услуге «Бесплатная доставка».

Объектами рекламирования являются:

-магазин «МегаСтрой»

-услуга «Бесплатная доставка».

В ходе выездной проверки 22 июня 2016 года Мурманским УФАС России выявлена на улице Транспортная, при въезде на прилегающую территорию магазина «Мегастрой» реклама в виде баннера, содержащую следующую информацию: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей».

Информация размещена на натяжном баннере размером приблизительно 3 на 4 метра. Реклама выполнена в ярких тонах оранжевого и красного цветов. Текст «Мегастрой. Бесплатная доставка» выполнен крупным шрифтом белого цвета на красном фоне (приблизительно 60 см). В тоже время слова «*при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей» выполнены мелким шрифтом чёрного цвета, расположен в правой части рекламы между двух слов «Бесплатная» и «доставка». Дисклеймер на рекламе не обозначен на тексте рекламы. Размер шрифта приблизительно 8 см.

Реклама расположена на противоположной стороне от входа в магазин вдали от пешеходной зоны. Реклама оснащена осветительными приборами.

Зафиксировано, что реклама с таким же исполнением и содержанием размещена на рекламной конструкции в виде крышной установки на здании магазина «Мегастрой».

Также зафиксирована реклама с таким же содержанием (текстовое исполнение), с отличающимся графическим исполнением: текст «Мегастрой. Бесплатная доставка» выполнен белым крупным шрифтом белого цвета на оранжевом фоне (приблизительно 60 см). Текст «*при покупке на сумму от 10000 рублей» в нижней части рекламы мелким шрифтом (приблизительно 8 см) на белом фоне. На рекламе изображён автомобиль (грузовой) с надписью на борте «Мегастрой».

Две рекламы расположены на территории магазина «Мегастрой», огороженной забором с пропускной шлагбаумной системой, а также видеонаблюдением.

На подъезде к территории магазина на близлежащих фонарных столбах расположены направления движения, выполненные в одном стиле с рекламой: использование оранжево-красных тонов с разделительной белой полосой и шрифтом белого цвета.

Акт осмотра рекламы составлен в присутствии понятого, реклама зафиксирована с помощью фотоаппарата. Фототаблица прилагается к акту.

Анализируя рекламный текст, Комиссия обратилась к статье «Текстовые деликаты или шоковые способы воздействия на потребителя в креолизованных рекламных текстах» кандидата филологических наук, доцента кафедр английского языка гуманитарного факультета Южного Федерального университета <...>, в которой даётся понятие креолизованным рекламным текстам, способам их воздействия на потребителя, а также исследует механизма формирования двусмысленности в креолизованных рекламных текстах.

Креолизованный текст — текст, фактура которого состоит из двух разнородных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

К средствам креолизации вербальных текстов относятся изобразительные компоненты, соседствующие с вербальными и оказывающие существенное влияние на интерпретацию текста, а также все технические моменты оформления текста, влияющие на его смысл. Среди них: шрифт(нескольких видов и размеров), цвет, фон текста(цветной или иллюстрированный), средства орфографии, пунктуации и словообразования, иконические печатные символы (пиктограммы, идеограммы и т. п.), графическое оформление вербального текста (в виде фигуры, в столбик и т. п.).

Комиссия считает, что в рассматриваемом рекламном тексте подтекст запланированный автором выражен невербально, но он обладает маркерами, которые сигнализируют потребителю о «нужном», то есть подтекст реализуется в таких контекстно-ситуативных условиях, которые являются предпосылками для «нужного» восприятия рекламного текста. Детальное рассмотрение рекламы показывает, что для усиления акцента, в рекламе на первый план помещена привлекательная информация «Бесплатная доставка», тем самым достигается эффект важности и привлекательности именно этой информации.

Рекламодатель, используя в тексте рекламы фразу, выполненную мелким шрифтом в виде черной линии, достигает эффекта её отсутствия, при этом утверждает о подаче полной информации для потребителей и соблюдении норм и требований законодательства.

Общество не смогло объяснить в каких целях на огромной рекламной конструкции, позволяющей в полном объеме разместить весь рекламный текст: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей», для раскрытия значимой для потребителя информации в рекламе использовался мелкий шрифт.

Границы подтекста в креолизованном рекламном тексте обозримы, так как нацеленность автора на восприятие акцента потребителем достигнута.

Утверждение рекламодателя ООО «МегаСтрой» о том, что Закон о рекламе не содержит требований к размеру шрифта и реклама организации соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное) представление о рекламируемом объекте.

Потребитель рекламы не получил из наружной рекламы, размещенной 22.06.2016 в г. Мурманске, ул. Транспортная, д.6 важную для него информацию, которая была выполнена мелким не читаемым шрифтом.

Из анализа текста и способа его выполнения следует, что привлекательная информация о бесплатной доставке выполнена крупным шрифтом, мелким шрифтом указана существенная для потребителя информация – условия получения бесплатной доставки.

Информация доведена до потребителя ненадлежащим образом и вводит потребителя в заблуждение в отношении предлагаемой услуги, поскольку формальное присутствие в рекламе существенной информации, приведенной мелким нечитаемым шрифтом, не позволяет потребителю воспринимать эти

сведения, тем самым искажает смысл рекламы.

Так как рассматриваемая реклама является наружной, следовательно, она предназначена для восприятия потребителями размещенной на ней информации (относительно быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, а также ее понимания и уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточенное внимание).

При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, нечитаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.

Не случайно гражданка <...> обратилась в антимонопольный орган за восстановлением своих прав, как потребителя рекламы.

Только при близком рассмотрении, прочитав полный текст рекламы, потребитель смог осознать, что бесплатная доставка оказывается при условии приобретения товара в магазине МегаСтрой на сумму 10000 рублей.

Следует отметить, что существенная информация об услуге по доставке товаров магазина «Мегастрой», выполнена шрифтом приблизительно 8 см и с дальнего расстояния напоминает прямую черную линию, проходящую под надписью «МЕГАСТРОЙ БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА», изображенных крупно на ярком красном фоне белыми буквами примерно 60 см и без дисклеймера.

Несмотря на формальное наличие в рекламе условий доставки, форма и способ представления сведений были таковы, что они не воспринимались потребителями и фактически в рекламе отсутствовали. В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводится в заблуждение потребители рекламы.

Согласно пункту 5 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об условиях доставки.

Расставленный в рекламе акцент в виде крупно выделенной фразы: « МЕГАСТРОЙ БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА» создавали представление у потребителя о том, что любой товар, приобретенный в магазине МегаСтрой можно доставить бесплатно.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение

потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

В нарушение нормы Закона о рекламе в визуальном восприятии рекламы отсутствует часть существенной информации об условиях доставки, при этом искажается смысл информации «БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА», и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Способ доведения до потребителей условий «бесплатной доставки» в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным потребителем достаточно ясно и понятно, позволяющими ему при ознакомлении с текстом рекламы иметь возможность правильно и в полном объеме оценить приемлемость условий получения необходимой ему услуги. Доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

Письменные доводы ООО «МегаСтрой» о доведении в рекламе полной информации до потребителя рекламы и соблюдении требований рекламного законодательства не принимаются Комиссией.

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу полных сведений и условий приобретения товара.

Комиссия признала наружную рекламу ООО «МегаСтрой»: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей», размещенную 22.06.2016г. в городе Мурманске, на улице Транспортной д.6, ненадлежащей, не отвечающей требованиям пункта 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламодатель – общество с ограниченной ответственностью «МегаСтрой» (ИНН 5190044443, ОГРН 1155190001823 от 13.02.2015г, почтовый адрес: ул. Транспортная, д. 6, г. Мурманск; юридический адрес: пр. Защитников Заполярья, д. 13, Мурманская обл. г. Кола, 184380).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных

Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей», размещённую 22.06.2016г. в городе Мурманске, на улице Транспортной д.6 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ

3. Признать лицом, нарушившим пункт 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе ООО «Мега Строй».

4. Выдать предписание ООО «Мега Строй» о прекращении нарушения и соблюдения требований пункта 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Мега Строй».

Резолютивная часть решения объявлена 11 августа 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 12 августа 2016 года.

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

Председатель комиссии: И.Н. Попова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по делу

№ 08-04-16/22

11.08.2016года

г. Мурманск

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

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., ведущий специалист-эксперт Мареха Д.А.

на основании своего Решения № 08-04-16/22 от 25.07.2016 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) о признании наружной рекламы: «Мегастрой... Бесплатная доставка... *при покупке на сумму от 10000 (десяти) тысяч рублей», размещённой 22.06.2016г. в городе Мурманске, на улице Транспортной д.6 ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Закона о рекламе, и в соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

Рекламодателю - обществу с ограниченной ответственностью «МегаСтрой» (ИНН 5190044443, ОГРН 1155190001823 от 13.02.2015г, почтовый адрес: ул. Транспортная, д. 6, г. Мурманск; юридический адрес: пр. Защитников Заполярья, д. 13, Мурманская обл. г. Кола , 184380.) прекратить нарушение пункта 5 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ и обеспечить соблюдение указанных норм при размещении рекламы в СМИ и с использованием наружной рекламы.

Об исполнении предписания и принятых мерах сообщить в УФАС по Мурманской области до 19 августа 2016 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель комиссии: И.Н. Попова