

Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми

РЕШЕНИЕ

09 декабря 2021 года

(изготовление решения в полном
объеме)

25 ноября 2021 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/9299

г. Сыктывкар

<...>

(по адресу)

<...>

(по адресу)

ИП <...>

(по адресу)

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>;

рассмотрев дело № 011/05/5-656/2021, возбуждённое в отношении <...> (далее – <...>) по факту распространения рекламы компании «Чистая Вода Плюс» с использованием образа «Родина-мать» с признаками нарушения требований ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя, <...>, ИП <...>, надлежащим образом извещенных о времени и месте рассмотрения дела, направивших ходатайства о рассмотрении дела в своё отсутствие,

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление <...> (далее – <...>) от 18.06.2021, направленное письмом Прокуратуры г. Воркуты № 1р-2021 от 24.06.2021 (вх. № 2854 от 29.06.2021), о размещении на стекле перед уличным входом в офисные помещения в г. Воркуте рекламы воды с символом Великой Отечественной войны.

Из материалов дела № 011/05/5-656/2021 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

На стекле перед уличным входом в офисные помещения, расположенные по адресу: г. Воркута, ул. Ленина, д. 64, размещена реклама компании «Чистая Вода Плюс» следующего содержания: «Внимание ПАВОДОК! Ты купил емкость с чистой водой! Продажа, доставка Чистой Питьевой Воды! г. Воркута, ул. Ленина 58-А За Водоканалом <...> Часы работы: 11.00 – 18.00 перерыв 14.00 – 15.00 Воскресенье 12.00 – 15.00 Заказы на доставку

принимаем с 9.00 до 12.00 кроме воскресенья В паводок работаем с 10.00 до 18.00 без перерыва на обед Всегда в наличии кулера, помпы, емкости 5, 10, 19л» с использованием образа «Родина-мать».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на стекле перед уличным входом в офисные помещения;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: Компании «Чистая Вода Плюс», услугам по продаже и доставке питьевой воды, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

Заявитель считает, что в России, как правопреемнице СССР, отношение к символам Великой Отечественной войны должно быть особенным и образ, использованный в рассматриваемой рекламе, недопустимо указывать в рекламных коммерческих целях.

В силу положений, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодатель.

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

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

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

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

Согласно письменной информации, представленной администрацией МО ГО «Воркута», продажа и доставка питьевой воды осуществляется индивидуальным предпринимателем <...> (далее – ИП <...>), ОГРНИП: <...>, ИНН: <...>.

Из материалов заявления усматривалось, что рекламодателями рассматриваемой рекламы являются <...> (далее – <...>), индивидуальный предприниматель <...> (далее – ИП <...>).

В связи с чем, по результатам рассмотрения заявления было принято решение о возбуждении дела № 011/05/5-656/2021 в отношении <...> по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/6305 от 27.08.2021.

Определением № 03-01/7127 от 27.09.2021 срок рассмотрения дела № 011/05/5-656/2021 продлён, рассмотрение дела отложено, к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена ИП <...>.

<...>, ИП <...> представили письменные пояснения, где выразили своё несогласие с позицией антимонопольного органа о наличии в их действиях признаков нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе. <...> и ИП <...> ходатайствовали о прекращении производства по делу № 011/05/5-656/2021 в отношении <...> и ИП <...>.

Комиссия, изучив материалы рекламного дела, пришла к следующим выводам.

Коми УФАС России 03.10.2019 заключено соглашение с Саморегулируемой организацией Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (далее – СРО АМИ РС, соглашение). Предметом соглашения является, в том числе организация профессионально-консультационного взаимодействия Коми УФАС России и СРО АМИ РС по вопросам экспертизы и оценки рекламы на предмет соответствия требованиям действующего законодательства.

В соответствии с п. 2.1 соглашения в случае возникновения у Коми УФАС

России вопросов относительно содержания и восприятия рекламы, распространяемой на территории региона, рассматриваемой Коми УФАС России на основании обращения юридических или физических лиц или в результате собственного мониторинга, Коми УФАС России вправе направить соответствующий запрос в СРО АМИ РС, поставив в нем необходимые вопросы, касающиеся спорной рекламы и/или переслав соответствующую жалобу юридического или физического лица.

В связи с чем, Коми УФАС России письмом от 15.07.2021 № 03-05/5118 направило в адрес СРО АМИ РС фотографию рассматриваемой рекламы с просьбой рассмотреть её на предмет восприятия с точки зрения потребителя и выразить мнение по рассматриваемой рекламе по следующим вопросам:

- Допустимо ли использование в рассматриваемой рекламе символа Великой Отечественной войны?
- Имеет ли место использование в рассматриваемой рекламе оскорбительных образов, сравнений и выражений?
- Если в рассматриваемой рекламе имеет место использование оскорбительных образов, сравнений и выражений, то в отношении каких объектов (социальной категории, официальных государственных символов, объектов культурного наследия, иного)?

СРО АМИ РС по результатам рассмотрения запроса Коми УФАС России письмом № 103-792 от 27.07.2021 (вх. № 3910-э от 29.07.2021) представила решение, в котором указала, что эксперты пришли к следующему выводу:

- использование в рассматриваемой рекламе символа Великой Отечественной войны недопустимо, поскольку в рекламе имеет место использование оскорбительных образов, сравнений и выражений (1 эксперт высказался против).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом:

- использование образа «Родина-мать» в коммерческих целях кощунственно и с морально-этической точки зрения неприемлемо;
- совершенно недопустимо использование символов ВОВ в рекламе;
- символ «Родина-мать» с плаката Тоидзе признаётся символикой Победы, использование которой в коммерческой деятельности признаётся неэтичной, т.к. нарушает границы мирского и сакрального;
- использование образа «Родина-мать» в коммерческой рекламе неэтично;
- ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе не допускает использования объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской

Федерации в коммерческих целях. В данном случае речь идёт об оскорбительном использовании символа Победы для продвижения товара;

- в данной рекламе имеется неуместное использование плаката ВОВ, оскорбляющее чувства ветеранов. В данном случае использован плакат, однозначно ассоциирующийся с символикой ВОВ, в коммерческих целях, что недопустимо в соответствии с ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе (не допускается использование в рекламе объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации).

Согласно особому мнению, оскорблений нет, но некорректность допущена, экспертом указано на вопрос прав на использование образа, что указанные действия относятся к области авторского права, а не Закона о рекламе.

Определением об отложении рассмотрения дела № 011/05/5-656/2021 от 26.10.2021 № 03-01/8050 к рассмотрению рекламного дела была привлечена Коми республиканская общественная организация ветеранов (пенсионеров) войны, труда, вооружённых сил и правоохранительных органов в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах.

Коми УФАС России направило в адрес вышеуказанной организации фотографию рассматриваемой рекламы с просьбой рассмотреть её на предмет восприятия и выразить мнение по рассматриваемой рекламе по следующим вопросам:

- Допустимо ли использование в рассматриваемой рекламе образа «Родины-матери»?
- Имеет ли место использование в рассматриваемой рекламе оскорбительных образов, сравнений и выражений?
- Если в рассматриваемой рекламе имеет место использование оскорбительных образов, сравнений и выражений, то в отношении каких объектов (социальной категории, официальных государственных символов, объектов культурного наследия, иного)?

Коми республиканская общественная организация ветеранов (пенсионеров) войны, труда, вооружённых сил и правоохранительных органов по результатам рассмотрения вышеуказанной рекламы в письме № 166 от 08.11.2021 (вх. № 5724-э от 15.11.2021) указала, что использование в рассматриваемой рекламе образа «Родины-матери» категорически недопустимо, в рассматриваемой рекламе имеет место использование оскорбительных образов, сравнений и выражений в отношении всех объектов (социальной категории, официальных государственных символов, объектов культурного наследия, иных), поскольку использовать этот символ можно только во время проведения мероприятий патриотической направленности.

Согласно письменным пояснениям <...>, ИП <...>, представленным в материалы рекламного дела, заявитель не указывает, что использование данного изображения носило оскорбительный характер, либо содержало оскорбительные (нецензурные) сравнения и выражения, в связи с чем непонятно, на основании чего Коми УФАС России усмотрело нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе. Кроме того, сама формулировка поставленных перед СРО АМИ РС вопросов имеет обвинительный уклон, так как изначально приравнивает плакат «Родина-мать зовёт!», созданный художником И.М. Тоидзе в конце июня 1941 года, являющийся предметом авторского права, к символам Великой Отечественной войны. При этом не существует ни одного нормативно-правового документа, определяющего понятие «Символ Великой Отечественной войны», то есть изначально поставленный перед СРО АМИ РС вопрос содержал недопустимую формулировку.

Как полагают <...>, ИП <...>, эксперты ответили только на первый из поставленных перед ними вопросов, который сформулирован Коми УФАС России с нарушением закона. Приведённое обоснование о том, что «символ «Родина-мать» с плаката Тоидзе признаётся символикой Победы» противоречит выводам заключения тех же экспертов о том, что данный плакат является символом Великой Отечественной войны. Вывод об использовании оскорбительных образов, сравнений и выражений ничем не обоснован, так как всё обоснование сводится к неэтичности использования данной символики в рекламных целях и не содержит выводов о том, что в рекламе использованы оскорбительные образы, сравнения и выражения.

По мнению <...>, ИП <...>, усматривается противоречие относительно того, чем именно является рассматриваемый плакат, – символом Победы в Великой Отечественной войне, либо символом самой Великой Отечественной войны. Кроме того, <...>, ИП <...> указывают на то, что не существует ни одного нормативно-правового документа, определяющего понятие «Символ Великой Отечественной войны», либо «Символ Победы в Великой Отечественной войне», или об отнесении указанного плаката к объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации. Плакат – это не флаг, не герб, не гимн, не памятник истории и культуры. Кроме того, алкогольная или вредная продукция не рекламируется.

Как поясняют <...>, ИП <...>, они не хотели оскорбить чувств ветеранов войны или тружеников тыла, ничего оскорбительного в этом плакате нет и не было изначально. Вода является исключительно полезным и качественным продуктом для всех россиян, в том числе и для ветеранов, и реклама для её продвижения является исключительно полезной и необходимой. Женщина с плаката призывает приобретать воду в период паводка, когда из кранов в квартире течёт грязная вода, и только после обработки в качественных фильтрах она перестаёт быть вредна для здоровья. Рассматриваемая реклама полезна для людей, привлекает их внимание, направлена на укрепление их здоровья.

Как указывают <...>, ИП <...>, даже при экспертном исследовании не установлено, что в рекламе использовались объекты культурного наследия (памятники истории и культуры) народов Российской Федерации в оскорбительных образах, сравнениях и выражениях. Оскорбительным является такое воспроизведение объекта или информации о нём, способ или характер представления которого способны причинить обиду, унижить честь и достоинство кого-либо. Вопрос этичности использования известных объектов в рекламных целях, либо, как это указано в экспертном заключении, – неуместное использование плаката ВОв, оскорбляющее чувства ветеранов, не является предметом регулирования Закона о рекламе и не входит в полномочия Коми УФАС России. Заявитель не указал, чем этот рекламный плакат его оскорбил или унизил, или оскорбил кого-нибудь другого. Законодательного запрета на использование символов ВОв в рекламе нет.

Кроме того, как указывают в своих письменных пояснениях <...>, ИП <...>, услуги по продаже и доставке питьевой воды осуществляет ИП <...>, рекламодатель и рекламораспространитель рассматриваемой рекламы в данном случае отсутствуют, никаких установочных документов относительно рассматриваемой рекламы нет. Данный информационный рисунок размером А4 в одном экземпляре в период паводка в г. Воркуте висел возле входа в офисные помещения по ул. Ленина, д. 64 в период с 07.06.2021 по 20.06.2021, был снят по завершении паводка спустя несколько дней. Никто указанный рисунок не одобрял, не согласовывал, не утверждал. Содержание плаката определено <...>, плакат был подготовлен <...>.

По мнению <...>, им не нарушены требования Закона о рекламе, поскольку данный рисунок не является государственным символом, памятником истории и культуры, объектом культурного наследия.

Как указала ИП <...>, она не является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, рассматриваемый рисунок размещался в период с 07.06.2021 по 20.07.2021, никто рассматриваемую рекламу не одобрял, не согласовывал, заказа на её производство не было. ИП <...> не платила за изготовление данной рекламы.

Комиссия, оценив вышеуказанные доводы <...>, ИП <...>, пришла к следующим выводам.

В рассматриваемой рекламе помимо текста содержится изображение женщины с плакатом в руке с надписью «Компания «Чистая Вода Плюс», сходное с образом Родины-матери с широко известного плаката «Родина-мать зовет!» художника Ираклия Тоидзе времен Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

Поводом для создания плаката послужило известие о начале Великой Отечественной войны, и главной идеей плаката И.Тоидзе являлся

патриотический призыв к исполнению долга по защите Родины, именно к этому призывал на плакате своих сыновей и дочерей символический обобщенный образ Родины-матери.

По мнению Комиссии Коми УФАС России, использование в вышеуказанной рекламе, предлагающей услуги компании «Чистая Вода Плюс» по доставке и продаже воды, изображения, сходного с образом Родины-матери, недопустимо с точки зрения этичности, поскольку является оскорбительным как по отношению к памяти, так и к ныне живущим ветеранам Великой Отечественной войны, фактически превращает знаковый символ эпохи Великой Отечественной войны в искаженный образ, использованный в продвижении рекламируемых услуг.

Воспроизведенный в рекламе агитационный плакат олицетворял символ сопротивления советского народа фашизму в Великой Отечественной войне. Воспроизведение широко известного образа, олицетворяющего сопротивление советского народа фашизму, в качестве призыва покупать питьевую воду является оскорбительным для определенной социальной категории - ветеранов Великой Отечественной войны.

Как указано в письме ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», положение части 6 статьи 5 Закона о рекламе запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения. К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности. К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Знаменитый плакат о Великой Отечественной войне «Родина-мать зовет», созданный художником Ираклием Тоидзе в конце июня 1941 года, преследовал патриотические цели, вдохновлял граждан на защиту своей Родины, использование данного плаката в рекламных, коммерческих целях является недопустимым и неуместным. Использование данного плаката и его фрагментов в рекламе является оскорбительным по отношению к патриотическим чувствам граждан, принижает значимость для граждан памятного исторического события.

Рассматриваемый плакат «Родина-мать зовет» размещён в электронном музее отечественного плаката (www.plakaty.ru), что позволяет отнести плакат времён Великой Отечественной войны «Родина-мать зовет» к памятнику культуры и истории, а также к предмету, который связан с историческими событиями советского народа времён Великой Отечественной войны.

На плакате «Родина-мать зовет» размещён текст военной присяги со следующими словами: «Я, гражданин Союза Советских Социалистических Республик, вступая в ряды Рабоче-Крестьянской Красной Армии, принимаю присягу и торжественно клянусь быть честным, храбрым, дисциплинированным, бдительным бойцом, строго хранить военную и государственную тайну, беспрекословно выполнять все воинские уставы и приказы командиров и начальников.

Я клянусь добросовестно изучать военное дело, всемерно беречь военное и народное имущество и до последнего дыхания быть преданным своему Народу, своей Советской Родине и Рабоче-Крестьянскому Правительству.

Я всегда готов по приказу Рабоче-Крестьянского Правительства выступить на защиту моей Родины — Союза Советских Социалистических Республик и, как воин Рабоче-Крестьянской Красной Армии, я клянусь защищать ее мужественно, умело, с достоинством и честью, не щадя своей крови и самой жизни для достижения полной победы над врагами.

Если же по злему умыслу я нарушу эту мою торжественную присягу, то пусть меня постигнет суровая кара советского закона, всеобщая ненависть и презрение трудящихся».

Таким образом, противопоставление вышеуказанных патриотических слов и надписи следующего содержания: «Компания «Чистая Вода Плюс» является неуместным и оскорбительным как для чувств ветеранов Великой Отечественной войны, так и иных граждан, что подтверждается соответствующим обращением гражданина в антимонопольный орган.

Отсутствие в нормативно-правовых документах законодательно закреплённого понятия «Символ Великой Отечественной войны» само по себе не свидетельствует об отсутствии в рассматриваемой рекламе нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно толковому словарю Ожегова С.И. (адрес интернет-ссылки: <https://slovarozhegova.ru>) образ - результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека (в философии); вид, облик; живое, наглядное представление о ком-чем-н. Символ - то, что служит условным знаком какого-н. понятия, явления, идеи.

Приведённые определения позволяют прийти к выводу, что понятия «символ» и «образ» являются равнозначными.

Таким образом, доводы <...>, ИП <...> подлежат отклонению Комиссией как необоснованные.

На основании вышеизложенного, учитывая, в том числе мнения специалистов СРО АМИ РС, Коми республиканской общественной организации ветеранов (пенсионеров) войны, труда, вооружённых сил и правоохранительных

органов, Коми УФАС России установило, что в рассматриваемой рекламе усматривается нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, а именно, использование в рассматриваемой рекламе изображения женщины с плакатом в руке с надписью «Компания «Чистая Вода Плюс», сходного с образом Родины-матери с плаката «Родина-мать зовёт!», поскольку указанный образ, использованный в рекламе в рассматриваемом ключе, оскорбляет как чувства ветеранов Великой Отечественной войны, так и иных граждан, что подтверждается соответствующим обращением гражданина в антимонопольный орган.

Из письменных пояснений <...>, ИП <...> следует, что содержание плаката определено <...>, плакат был подготовлен <...>.

Таким образом, из имеющихся в материалах дела документов следует, что рекламодателем и рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, произошло по вине <...>.

Из материалов рекламного дела усматривается, что <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при изготовлении рассматриваемой рекламы, что и привело к нарушению.

Таким образом, <...> нарушены требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

При таких обстоятельствах оснований для удовлетворения ходатайства <...> о прекращении дела № 011/05/5-656/2021 не усматривается.

Как указала ИП <...>, она не является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы, рассматриваемый рисунок размещался в период с 07.06.2021 по 20.07.2021, никто рассматриваемую рекламу не одобрял, не согласовывал, заказа на её производство не было. ИП <...> не платила за изготовление данной рекламы.

В ходе рассмотрения дела Комиссией не установлено, что ИП <...> является рекламодателем рассматриваемой рекламы, иного в материалы рекламного дела не представлено.

Поскольку в действиях ИП <...> Комиссией вины в нарушении законодательства о рекламе не установлено, производство по делу № 011/05/5-656/2021 в отношении ИП <...> подлежит прекращению.

Согласно письменным пояснениям <...>, ИП <...> данный информационный рисунок размером А4 в одном экземпляре в период паводка в г. Воркуте висел возле входа в офисные помещения по ул. Ленина, д. 64 в период с

07.06.2021 по 20.06.2021, был снят по завершении паводка спустя несколько дней.

Согласно письменным пояснениям администрации МО ГО «Воркута», представленным в материалы рекламного дела письмом № 07/1295 от 16.08.2021 (вх. № 4366-э от 23.08.2021), на стекле входной группы в офисные помещения, расположенные по адресу: г. Воркута, ул. Ленина, д. 64, реклама компании «Чистая Вода Плюс» отсутствует.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что подтверждается соответствующими фотографиями, представленными администрацией МО ГО «Воркута» в материалы рекламного дела.

В связи с чем, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-48, 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу компании «Чистая Вода Плюс», размещённую на стекле перед уличным входом в офисные помещения, расположенные по адресу: г. Воркута, ул. Ленина, д. 64, следующего содержания: «Внимание ПАВОДОК! Ты купил емкость с чистой водой! Продажа, доставка Чистой Питьевой Воды! г. Воркута, ул. Ленина 58-А За Водоканалом <...> Часы работы: 11.00 – 18.00 перерыв 14.00 – 15.00 Воскресенье 12.00 – 15.00 Заказы на доставку принимаем с 9.00 до 12.00 кроме воскресенья В паводок работаем с 10.00 до 18.00 без перерыва на обед Всегда в наличии кулера, помпы, емкости 5, 10, 19л» с использованием образа «Родина-мать», ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы <...> не выдавать, поскольку распространение рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, прекращено.

3. Производство по делу № 011/05/5-656/2021 в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ОГРНИП <...>, ИНН <...>) прекратить.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 09 декабря 2021 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель _____ <...>
Комиссии

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>