



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**РЕШЕНИЕ**  
по делу № 110/124

Резолютивная часть решения оглашена 21.01.2016

Решение в полном объеме изготовлено 04.02.2016

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

<...> – заместитель руководителя управления;

члены Комиссии

<...> – начальник отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией;

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией;

в присутствии:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ООО «Маг-15», ООО «Маг-23», ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область», ООО «Арт-Стеллаж»: <...> (по доверенности),

Законодательного Собрания Свердловской области: помощник депутата Коробейникова А.А. – <...>,

рассмотрев дело № 110/124, возбужденное в отношении ООО «МАГ-23», ООО «МАГ-15» и ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область» по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**УСТАНОВИЛА:**

*Дело № 110* по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено в отношении ООО «МАГ-23» Определением от 12.08.2015 на основании итогов внеплановой документарной проверки (Акт от 11.08.2015), в ходе которой специалистами Свердловского УФАС России было выявлено распространение рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства.

Определением от 12.08.2015 рассмотрение дела было назначено на 15.09.2015.

При рассмотрении дела установлено:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило требование Прокуратуры Свердловской области о проведении внеплановой проверки в рамках надзора за исполнением законов по поступившему в Прокуратуру Свердловской области материалу, опубликованному на официальном сайте РИА «Новый день» ([www.urfo.org](http://www.urfo.org)), под заголовком «В центре Екатеринбурга дети рекламируют алкоголь» (указанный материал содержит информацию о распространении на территории г. Екатеринбурга алкомаркетом «Семь пятниц» рекламы следующего содержания: «Семь

пятниц В день рождения ребенка 10%\*». Данная реклама сопровождается изображением ребенка, женщины и праздничного торта с одной свечой).

Согласно представленному Прокуратурой Свердловской области материалу, указанная реклама размещалась рядом с жилым домом (ЖК «Аквамарин») по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 20.

Хозяйственную деятельность по указанному адресу осуществляет ООО «МАГ-23», которое позиционирует себя как минимаркет - алкомаркет «Семь пятниц».

В ходе внеплановой документарной проверки рекламных материалов ООО «МАГ-23» на предмет их соответствия требованиям рекламного законодательства, выявлена следующая рекламная информация:

1. «Семь пятниц На любой вкус, для любого повода 10%\* В день свадьбы» (указанная реклама сопровождается изображением целующихся мужчины и женщины).

2. «Семь пятниц На любой вкус, для любого повода 10%\* В день рождения ребенка» (указанная реклама сопровождается изображением ребенка, женщины и праздничного торта с одной свечой).

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ, законным представителем ООО «МАГ-23» является управляющая организация – ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область».

Дело № 124 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено в отношении ООО «МАГ-15» и ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область» Определением от 15.09.2015 на основании обращения из Прокуратуры г. Первоуральска (вх. № 01-18724 от 28.08.2015) с информацией о размещении около входной группы в алкомаркет-минимаркет «Семь пятниц» по адресу: г. Первоуральск, ул. Ватутина, 50, ненадлежащей рекламы.

Определением от 15.09.2015 рассмотрение дела было назначено на 27.10.2015.

Указанная реклама имела следующее содержание:

*«10%\**

*В день свадьбы*

*В день рождения ребенка*

*При покупке квартиры*

*При покупке машины*

*В день рождения*

*Магазин низких цен!»*

Данная реклама сопровождается изображением целующейся пары, а также изображением ребенка, женщины и праздничного торта с одной свечой.

Хозяйственную деятельность по указанному адресу осуществляет ООО «МАГ-15», согласно информации, размещенной в уголке потребителя, расположенном в магазине «Семь пятниц» по адресу: г. Первоуральск, ул. Ватутина, 50. Указанный магазин позиционирует себя как минимаркет-алкомаркет «Семь пятниц».

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ, законным представителем ООО «МАГ-15» является управляющая организация – ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область».

Поскольку в рассматриваемых случаях рекламодателями являются ООО «МАГ-23», ООО «МАГ-15» и ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область» (является также законным представителем - управляющей организацией вышеуказанных лиц), постольку Определением от 15.09.2015 дело № 110 и № 124 были объединены Свердловским УФАС России в одно производство для полного, всестороннего и объективного рассмотрения. Объединенному делу был присвоен № 110/124.

Определением от 15.09.2015 рассмотрение объединенного дела № 110/124 было назначено на 27.10.2015 и по итогам рассмотрения в заседании комиссии был объявлен перерыв до 03.11.2015. Определением от 03.11.2015 рассмотрение дела отложено на 14.01.2016 в связи с необходимостью привлечения к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства ООО «Арт-Стеллаж», а также необходимостью получения дополнительной информации. 14.01.2016 в заседании комиссии объявлен перерыв до 21.01.2016 в связи с необходимостью получения дополнительной информации.

В письменных объяснениях, а также на заседаниях комиссии **ООО «МАГ-23»** сообщило следующее:

Акция, предоставляющая возможность получить в день рождения скидку в размере 10%, действует в магазинах торговой сети «Семь пятниц» постоянно в качестве дисконтной программы и не является рекламой в соответствии с действующим законодательством. Данную скидку может получить держатель карты ТС «Семь пятниц» при предъявлении документа, подтверждающего наступление соответствующего события. Скидка распространяется на все группы товаров, реализуемых в магазинах ТС «Семь пятниц».

Макет акции, предоставляющей право получить скидку в размере 10% («Событийная скидка») был разработан дизайнером компании - <...>. Письменного согласования разработанного макета с руководством не производилось. Как такового согласования рекламных материалов в компании не предусмотрено. В настоящее время данный сотрудник в компании не работает, что подтверждается Приказом о прекращении трудового договора с работником от <...>.

Производство вывески в рекламном цехе (г. Среднеуральск) было осуществлено силами и за счет ООО «МАГ-23». Вывеска была размещена сотрудниками компании, ответственными за монтаж и демонтаж вывесок, баннеров и пр.

Информация о проводимой акции была доведена до потребителей путем ее размещения в виде вывески, размещенной на территории магазинов ООО «Маг-23», каким-либо иным способом, сведения о проводимой акции не распространялись.

Вывески, содержащие информацию о проводимой акции, были смонтированы на магазинах ООО «Маг-23», расположенных по адресам: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 20 и г. Каменск-Уральский, ул. Суворова, 13. Демонтаж вывесок был осуществлен в срочном порядке. Ориентировочно реклама провисела одну неделю в июле 2015 г.

Поскольку ООО «Маг-23» помимо розничной торговли алкогольной продукцией осуществляет продажу продуктов питания и сопутствующих товаров, акция, предоставляющая право получить скидку 10% (событийная скидка) распространялась на все группы товаров (т.е. как на алкогольную продукцию, так и на продукты питания и сопутствующие товары).

Системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров. Данная позиция изложена в Письме Федеральной Антимонопольной службы от 24 января 2011 г. № АК/1829.

Таким образом, предложение по акции ООО «МАГ-23», по мнению Общества, не является рекламой, поскольку не содержит признаков рекламы, указанных в ФЗ «О рекламе».

В письменных объяснениях, а также на заседаниях комиссии **ООО «МАГ-15»** сообщило следующее:

Акция, предоставляющая возможность получить в день рождения скидку в размере 10%, действует в магазинах торговой сети «Семь пятниц» постоянно в качестве дисконтной программы и не является рекламой в соответствии с действующим законодательством. Данную скидку может получить держатель карты ТС «Семь пятниц» при предъявлении документа, подтверждающего наступление соответствующего события. Скидка распространяется на все группы товаров, реализуемых в магазинах ТС «Семь пятниц».

Макет акции, предоставляющей право получить скидку в размере 10% («Событийная скидка») был разработан дизайнером компании - <...>. Письменного согласования разработанного макета с руководством не производилось. Как такового согласования рекламных материалов в компании не предусмотрено. В настоящее время данный сотрудник в компании не работает, что подтверждается Приказом о прекращении трудового договора с работником от <...>.

Производство вывески в рекламном цехе (г. Среднеуральск) было осуществлено силами и за счет ООО «МАГ-15». Вывеска была размещена сотрудниками компании, ответственными за монтаж и демонтаж вывесок, баннеров и пр.

Информация о проводимой акции была доведена до потребителей путем ее размещения в виде вывески, размещенной на территории магазинов ООО «МАГ-15», каким-либо иным способом, сведения о проводимой акции не распространялись.

Вывески, содержащие информацию о проводимой акции, были смонтированы на магазине ООО «МАГ-15», расположенном по адресу: г. Первоуральск, ул. Ватутина, 50. Демонтаж вывесок был осуществлен в срочном порядке. Ориентировочно реклама распространялась в августе 2015 г.

Поскольку ООО «МАГ-15» помимо розничной торговли алкогольной продукцией осуществляет продажу продуктов питания и сопутствующих товаров, акция, предоставляющая право получить скидку 10% (событийная скидка) распространялась на все группы товаров (т.е. как на алкогольную продукцию, так и на продукты питания и сопутствующие товары).

Системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может быть тот товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров. Данная позиция изложена в Письме Федеральной Антимонопольной службы от 24 января 2011 г. № АК/1829.

Таким образом, предложение по акции ООО «МАГ-15», по мнению Общества, не является рекламой, поскольку не содержит признаков рекламы, указанных в ФЗ «О рекламе».

В письменных объяснениях, а также на заседаниях комиссии **ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область»** сообщило следующее:

Общество является исполнительным органом ООО «МАГ-23» и ООО «МАГ-15». Однако ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область» не является владельцем указанных магазинов. Все действия, связанные с размещением баннеров о предоставлении «Событийной скидки» производились от лица ООО «МАГ-23» и ООО «МАГ-15».

03.11.2015 на заседании комиссии ООО «МАГ-23», ООО «МАГ-15» и ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область» сообщили, что <...>, разработавшая

макет акции, предоставляющей право получить скидку в размере 10% («Событийная скидка»), была трудоустроена в ООО «Арт-Стеллаж» (копия трудового договора, приказа о приеме на работу имеется в материалах дела).

В письменных объяснениях, а также на заседаниях комиссии **ООО «Арт-Стеллаж»** сообщило следующее:

Размещенная на фасадах зданий, в которых расположены магазины «Семь пятниц» вывеска о предоставлении скидки в размере 10% («Событийная скидка») является договором публичной оферты, а не рекламой. Данная скидка предоставлялась всем лицам, подтвердившим определенное событие.

Данная вывеска разрабатывалась силами ООО «Арт-Сталлаж» (ответственное лицо - <...> - директор по маркетингу) для сети магазинов «Семь пятниц». Монтаж и демонтаж указанной вывески также производились силами ООО «Арт-Сталлаж».

В силу пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», объектом рекламирования являются 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. Из этого определения следует, что рекламируют не собственно деятельность, а конкретного продавца, изготовителя и средства индивидуализации.

Согласно письму ФАС РФ «О квалификации конструкций в качестве рекламных или информационных» от 28.11.2013 № АК/47658/13, в случае размещения на фасаде магазина фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (например, бочка, кружка, какая-либо техника, одежда и т.п.) без индивидуализирующих признаков указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными, поскольку не преследуют цели продвижения товара на рынке.

В соответствии с п. 1 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая хотя и отвечает критериям, предъявляемым к рекламе, однако обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

Размещение в месте осуществления деятельности организации коммерческого обозначения, применяемого юридическим лицом для идентификации места осуществления своей деятельности, а также профиля деятельности организации и вида реализуемых товаров, оказываемых услуг, признано обычаем делового оборота (письма ФАС от 23 июля 2009 г. N АЦ/24234, 28.11.2013 № АК/47658/13).

Рассматриваемые баннеры были демонтированы по устному распоряжению директора <...>.

Свердловским УФАС России в рамках рассмотрения данного дела на официальном сайте территориального органа ФАС России - [www.sverdlovsk.fas.gov.ru](http://www.sverdlovsk.fas.gov.ru), был проведен опрос: «Как Вы считаете, представленная реклама является», содержащий, в том числе, изображение рассматриваемой рекламы. Предлагаемые варианты ответов: «Рекламой магазина, специализирующегося в 1-ю очередь на продаже алкогольной продукции (и сопутствующих товаров)» и «Рекламой магазина с широким ассортиментом товаров, в котором, в том числе, можно купить алкогольную продукцию». Всего по результатам опроса проголосовало 95 человек (100%), из них 58 голосов (61%) считает, что представленная реклама является рекламой магазина, специализирующегося в 1-ю очередь на продаже алкогольной продукции (и сопутствующих товаров), а 37 голосов (39%) считают, что представленная реклама является рекламой магазина с широким ассортиментом товаров, в котором, в том числе, можно купить алкогольную продукцию.

Также Портал [www.66.ru](http://www.66.ru) провел свой опрос: «Что все-таки рекламирует баннер?». Предлагаемые варианты ответов: «Магазин, специализирующийся на продаже алкоголя» и «Магазин с широким ассортиментом товаров». По результатам данного опроса 71% считает, что баннер рекламирует магазин, специализирующийся на продаже алкоголя, а 29% считают, что баннер рекламирует магазин с широким ассортиментом товаров.

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения лица, в отношении которого возбуждено дело по признакам нарушения рекламного законодательства, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам:

Целями Федерального закона «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ).

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 (п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

ООО «Арт-Стеллаж» разместило в июле 2015 г. (г. Екатеринбург, ул. Радищева, 20; г. Каменск-Уральский, ул. Суворова, 13) и в августе 2015 г. (г. Первоуральск, ул. Ватутина, 50) рекламу «10%\* В день свадьбы В день рождения ребенка При покупке квартиры При покупке машины В день рождения Магазин низких цен!», которая сопровождается изображением целующейся пары, а также изображением ребенка, женщины и праздничного торта с одной свечой.

Согласно п.6 ч.1 ст.21 ФЗ «О рекламе», реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

Согласно ч.4 ст.2 ФЗ «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.

Довод ООО «Маг-15», ООО «Маг-23», ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область», ООО «Арт-Стеллаж» о том, что рассматриваемая информация не является рекламой, нельзя считать обоснованным, поскольку:

Из определения понятия «реклама» следует, что для признания информации рекламой она должна одновременно выполнять несколько условий, а именно:

- быть распространенной любым способом, в любой форме;
- быть адресованной неопределенному кругу лиц;
- быть направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В данной норме под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта

рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена. Соответственно, распространение такой неперсонифицированной информации о лице, товаре, услуге должно признаваться распространением среди неопределенного круга лиц, поскольку заранее невозможно определить всех лиц, для которых такая информация будет доведена.

Реклама должна формировать или поддерживать интерес к объектам рекламирования. Чтобы информация могла считаться рекламой, она должна целенаправленно представить вниманию потребителей объект рекламы. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формирования к нему положительного отношения и закреплению его образа в памяти потребителя. Под рекламой следует понимать сведения, распространяемые исключительно для формирования и поддержания интереса к юридическому или физическому лицу, его товарам, идеям и начинаниям. Реклама призвана способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Реклама должна влиять на мотивацию потребителя при выборе товара и побуждать его совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, вступить в конкретные правоотношения купли-продажи по поводу рекламируемой продукции. Такая способность является отличительной чертой рекламы.

Информация, распространенная ООО «Арт-Стеллаж» на фасадах зданий, в которых расположены магазины «Семь пятниц», является рекламной, поскольку направлена на привлечение внимания к магазинам сети «Семь пятниц» и к дополнительным услугам (предложениям), которыми любое лицо может воспользоваться по своему желанию в магазинах данной сети.

Акция, предоставляющая возможность получить в день рождения, в день свадьбы скидку в размере 10%, действует в магазинах торговой сети «Семь пятниц» постоянно в качестве дисконтной программы. Данную скидку (событийная скидка) может получить держатель карты ТС «Семь пятниц» при предъявлении документа, подтверждающего наступление соответствующего события.

Распространенная информация направлена на формирование и поддержание интереса к продавцу – торговой сети «Семь пятниц», а также к дополнительным услугам – событийной скидке, предоставляемым в данной торговой сети.

Кроме того, по своему содержанию рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц. Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (Письмо ФАС РФ от 5 апреля 2007 г. N АЦ/4624). Гражданин приобретает и осуществляет права и обязанности под своим именем, включающим фамилию и собственно имя, а также отчество, если иное не вытекает из закона или национального обычая (п.1 ст.19 ГК РФ). Имя, полученное гражданином при рождении, а также перемена имени подлежат регистрации в порядке, установленном для регистрации актов гражданского состояния (п.3 ст.19 ГК РФ). В тексте распространенной информации отсутствует обращение к кому-либо по имени.

Также в результате опросов мнения граждан, проведенных на официальном сайте Свердловского УФАС России - [www.sverdlovsk.fas.gov.ru](http://www.sverdlovsk.fas.gov.ru) и на сайте [www.66.ru](http://www.66.ru), подавляющее большинство опрошенных лиц считают, что магазины «Семь пятниц»

специализируются, в первую очередь, на продаже алкогольной продукции. Следовательно, в представлении граждан данные магазины позиционируются именно магазинами по продаже (продавцами) алкогольной продукции, а не магазинами с широким ассортиментом товаров, включающим, в том числе, алкоголь.

Кроме того, в оформлении сети магазинов «Семь пятниц» помимо наименования магазина содержатся сведения о виде (направлении) деятельности данных магазинов – алкомаркет, то есть данные магазины, в первую очередь, ориентированы на реализацию алкогольной продукции.

Таким образом, ООО «Арт-Стеллаж» распространило рекламу продавца продукции (торговая сеть «Семь пятниц»), содержащую образы людей.

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Как следует из материалов дела, ООО «Арт-Стеллаж» указанная реклама распространялась в июле – августе 2015 г., таким образом, необходимость в выдаче предписания о прекращении распространения ненадлежащей рекламы отсутствует.

Ответственность за нарушение требований, установленных в ч.1 ст.21 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель (ч.6 ст.38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст.3 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодателем данной рекламы является ООО «Арт-Стеллаж».

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 ФЗ «О рекламе» Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

Согласно п.43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением Правительства РФ №508 от 17.08.2006) дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1.КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 – 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по нарушениям законодательства Российской Федерации о рекламе», утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу *«10%\* В день свадьбы В день рождения ребенка При покупке квартиры При покупке машины В день рождения Магазин низких цен!»*, которая сопровождается изображением целующейся пары, а также изображением ребенка, женщины и праздничного торта с одной свечой, распространенную в июле 2015 г. по адресам: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 20; г. Каменск-Уральский, ул. Суворова, 13, и в августе 2015 г. по адресу: г. Первоуральск, ул. Ватутина, 50, ненадлежащей,



нарушающей требование п.6 ч.1 ст.21 ФЗ «О рекламе», что выразилось в использовании в рекламе образов людей.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства ООО «Арт-Стеллаж» не выдавать.

3. Дело в отношении ООО «Маг-15», ООО «Маг-23», ООО «Объединенные ритейлеры Свердловская область» прекратить ввиду неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения рекламного законодательства (п.п. «а» п.36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508).

4. Законному представителю ООО «Арт-Стеллаж» (ст. 25.4 КоАП РФ – законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **09 марта 2016 г. в 14 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

5. Передать материалы дела должностному лицу Свердловского УФАС России, уполномоченному составлять протоколы об административных правонарушениях, для дальнейшего осуществления производства по делу об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ по факту действия/бездействия генерального директора ООО «Арт-Стеллаж» - <...>.

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

*В соответствии с п.1 ст.25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.*

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>