

Решение

(по делу № 61)

17 июня 2010 года, город Ставрополь

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Ставропольскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе рассмотрев дело № 61 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения индивидуальным предпринимателем «\*\*\*» рекламы, содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе»,

У С Т А Н О В И Л А:

В газете «Телегазета Кавказинтерпресс» №13 от 24.03.10г. распространялась реклама магазина «Дом дверей» следующего содержания «Дом дверей. Стальные двери. Предупреждаем: жить без фирменных дверей опасно для вашего имущества. До 4 апреля установка бесплатно! г. Ставрополь, ул. Пирогова, 15/2т.72-05-13, ул. 3-я Промышленная, 3, т.38-68-25».

Аналогичная реклама распространяется в г. Ставрополе на пр. Кулакова, с 01.05.10 в районе рынка «Брусневский».

Данная реклама содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами. Кроме того, в вышеуказанной рекламе присутствует изображение товарного знака «ФОРПОСТ».

Кроме того, на автомобиле «Газель» гос. номер <...> также распространяется реклама «Дом дверей», предлагающая оптовым и постоянным покупателям скидку.

В данной рекламе отсутствует срок проведения стимулирующего мероприятия, и из рекламы потребителям не понятно кого продавец имеет в виду в качестве постоянных покупателей.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "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 частью 1 статьи 9 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны сроки проведения такого мероприятия.

В соответствии с частью 2 статьи 9 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 "О рекламе", в рекламе, сообщающей о проведении стимулирующего мероприятия, должны быть указаны источник информации об организаторе такого мероприятия и о правилах его проведения.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.06 "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 соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", не допускается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

На рассмотрении дела индивидуальный предприниматель «\*\*\*» признал факт нарушения законодательства о рекламе. И пояснил, что данное нарушение произошло в связи с незнанием

требований рекламного законодательства. В настоящее время в газете реклама не распространяется, реклама на автомобиле приведена в соответствие с действующим законодательством. На щитах наружной рекламы будут внесены необходимые изменения в течении недели.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе" ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5, статьёй 9 и пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе" несет рекламодатель.

Таким образом, в рекламе, распространенной индивидуальным предпринимателем «\*\*\*» допущены нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и статьи 9 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "О рекламе", выразившиеся в распространении рекламы, содержащей не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, без указания сроков проведения стимулирующего мероприятия и вводящей в заблуждение потребителей из-за отсутствия части существенной информации.

Руководствуясь частью 2 пункта 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, Комиссия

**Р Е Ш И Л А:**

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную индивидуальным предпринимателем «\*\*\*», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5 и статьи 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю «\*\*\*» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.