

"18" марта 2011 г.

г. Благовещенск

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...>, заместитель руководителя – начальник отдела товарных рынков и рекламы,

члены Комиссии: <...>, <...>, главные специалисты-эксперты отдела товарных рынков и рекламы, <...>, ведущий специалист-эксперт указанного отдела,

рассмотрев дело № P-16/32 2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований статьи 16, части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», далее – Федеральный закон «О рекламе»), возбужденное по фактам размещения в общественно-политическом издании газете «БАМ», в № <...> от <...> сентября 2010г.:

текстов реклам без пометок «реклама» или «на правах рекламы»;

рекламы медицинской техники, без сопровождения предупреждением о наличии противопоказаний к её применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов;

рекламы банковских и иных финансовых услуг, не содержащей наименований или имён лиц, оказывающих эти услуги (в том числе указаний на их организационно-правовую форму и полных наименований),

(существо нарушения с указанием рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе)

в присутствии представителей:

заявителя –

<...>, место нахождения: <...>,

(наименование, адрес юридического лица, Ф.И.О., адрес физического лица и иные сведения о лице; Ф.И.О. представителя)

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе –

ИП Т<...>, место нахождения: <...>, место жительства: <...>;

главный редактор газеты «БАМ» <...>, место жительства: <...>,

(наименование, адрес юридического лица, Ф.И.О., адрес физического лица и иные сведения о лице; Ф.И.О. представителя)

заинтересованного лица – ---,

(наименование, адрес юридического лица, Ф.И.О., адрес физического лица и иные сведения о лице; Ф.И.О. представителя)

эксперта – ---,

(Ф.И.О., место жительства эксперта)

переводчика – ---,

(Ф.И.О., место жительства переводчика)

УСТАНОВИЛА:

В Амурское УФАС России поступило заявление <...> (исх. <...> от <...>, вх. №<...>, <...> от <...>; исх. <...> от <...>, вх. № <...> от <...>) о нарушении требований статьи 16, части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» при размещении в общественно-политическом еженедельнике «БАМ», в № <...> от <...> сентября 2010 г. Заявитель указал, что в рекламных материалах:

супермаркетов «Айгуль» и «Детский мир» (на 1-й и 8-й полосах), о детских садах (на 5-й полосе), о продаже баз отдыха «Бухта Лазурная» и «Бухта Муравьиная» (на 9-й полосе), по установке дверей (на 14-й полосе), по оформлению в собственность бесхозных квартир (на 14-й полосе) – в нарушение статьи 16 Федерального закона «О рекламе» отсутствуют пометки «реклама или «на правах рекламы»;

«Слуховые аппараты «Радуга звуков» (на 1-й полосе) – в нарушение части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама медицинской техники не сопровождается предупреждением о возможных противопоказаниях, необходимости консультации со специалистом;

кредит для покупки мягкой мебели «Уют» (на 3-й полосе) – в нарушение части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» не содержит наименований лиц, оказывающих банковские услуги (фирменных наименований, включающих в себя указание на их организационно-правовую форму).

Заявитель просил пресечь незаконную рекламную деятельность еженедельника «БАМ», привлечь к административной ответственности виновное в нарушении Федерального закона «О рекламе» лицо.

Амурским УФАС России в ходе рассмотрения данного заявления <...> установлено размещение в вышеназванном номере газеты «БАМ» информации о детских садах и на 3-й полосе.

28.12.2010 по данным фактам Амурским УФАС России возбуждено дело № P-16/32 2010 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований статьи 16, части 7 статьи 24 и части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе») в

отношении должностного лица – главного редактора газеты «БАМ» <...> (рекламораспространителя).

21.01.2011 срок рассмотрения указанного дела продлен, рассмотрение назначено на 03.03.2011, к участию в рассмотрении дела привлечен ИП Т<...> - в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламораспространителя).

В ходе рассмотрения данного дела, исследовав его материалы, заслушав участвующих в деле лиц, установлены следующие обстоятельства.

На территории Амурской области, в том числе г. Тында, распространяется периодическое печатное средство массовой информации – общественно-политическое издание газета «БАМ», примерная тематика и (или) специализация которой: *общественно-политическое издание, реклама до 40 %*. Учредителем и издателем данной газеты является – ИП Т<...>, главным редактором <...> (с <...> 2010 г по <...> 2011 г.) - свидетельство о регистрации средства массовой информации серии <...> № <...> от <...>, выдано <...>; Устав редакции газеты «БАМ», принятый на собрании журналистского коллектива газеты <...>, утвержденный соучредителями газеты <...>; приказ (распоряжение) ИП Т<...> от <...> № <...> о приеме работника на работу; трудовой договор № <...> от <...>, заключенный ИП Т<...> (работодателем) с <...> (работником).

В соответствии со статьёй 16 Федерального закона «О рекламе»: размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой "реклама" или пометкой "на правах рекламы". Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Газета «БАМ» является периодическим печатным изданием, *не специализирующемся* на сообщениях и материалах рекламного характера, следовательно, размещенные в ней тексты реклам *должны* сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы».

Тогда как, в газете «БАМ», в № <...> от <...> **сентября 2010 г.**, размещена информация, являющаяся рекламой в силу пунктов 1-3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование и (или) поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке, которая *не сопровождается* пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», а именно:

на 1-й полосе: «...супермаркет Айгуль...»,

на 8-й полосе: «Детский мир супермаркет...»;

на 14-й полосе в разделе «УСЛУГИ»: «ПРИВАТИЗАЦИЯ проблемных квартир, ОФОРМЛЕНИЕ в собственность «бесхозных» квартир...», «УСТАНОВКА дверей, замков, ПЛОТНИЦКИЕ работы, укладка ЛИНОЛЕУМА...».

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» данная реклама является ненадлежащей, поскольку не соответствует требованиям статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела исследовались и *не нашли* своего подтверждения факты наличия нарушений требований 16 Федерального закона «О рекламе» в следующих информациях, опубликованных в вышеназванном номере газеты «БАМ»:

на 3-й полосе: «Улыбаемся всегда В детском саду № 9...»,

на 5-й полосе: информация о детских садах («Тепло сердец...», «Хорошо детям – счастливы и мы...», «Есть такой воспитатель...», «Разрабатываем пособия...», «И в этот день любовь детей нас лучиком своим коснётся...», «Будь солнцем!...»);

на 9-й полосе в разделе «ПРОДАМ» в подразделе «В ДРУГИХ ГОРОДАХ»: «БАЗУ ОТДЫХА «Бухта Лазурная...», «БАЗУ ОТДЫХА «Бухта Муравьиная...»,

поскольку, в силу пункта 6 части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» настоящий Федеральный закон *не распространяется* на объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Кроме того, в данном номере газеты «БАМ» размещена следующая информация, являющаяся рекламой в силу пунктов 1-3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», которая сопровождается пометками «реклама»:

на 1-й полосе: «СЛУХОВЫЕ АППАРАТЫ «РАДУГА ЗВУКОВ» карманные, заушные, внутриушные, цифровые, костные... Аппараты российского, импортного производства... АКССУАРЫ...»,

на 3-й полосе: «МЯГКАЯ МЕБЕЛЬ ... КОРПУСНАЯ МЕБЕЛЬ... КРЕДИТ: РосБанк, АТБ, Далькомбанк... УЮТ...».

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»: реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Вместе с тем, вышеуказанная реклама слуховых аппаратов, которые являются *медицинской техникой*, *не сопровождается* предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Из письма Министерства социальной защиты населения Амурской области (исх. № <...> от <...>, вх. № <...> от <...>) следует, что слуховые аппараты и комплектующие к ним относятся к *медицинской технике*. Противопоказания к применению и использованию слуховых аппаратов имеются. Консультация врача сурдолога для применения и использования слуховых аппаратов необходима.

Лицензия на реализацию слуховых аппаратов не требуется.

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» данная реклама является ненадлежащей, поскольку не соответствует требованиям части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»: реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Согласно пункта 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»:

финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц;

финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда, профессиональный участник рынка ценных бумаг.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» (далее – Закон «О банках и банковской деятельности»):

Кредитная организация - юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка Российской Федерации (Банка России) имеет право осуществлять банковские операции, предусмотренные настоящим Федеральным законом. Кредитная организация образуется на основе любой формы собственности как хозяйственное общество.

Банк - кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц.

В силу статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации (части первой): юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименования некоммерческих организаций, а в предусмотренных законом случаях наименования коммерческих организаций должны содержать указание на характер деятельности юридического лица.

В соответствии со статьёй 7 Закона «О банках и банковской деятельности»:

Кредитная организация должна иметь полное фирменное наименование и вправе иметь сокращенное фирменное наименование на русском языке. Кредитная организация вправе иметь также полное фирменное наименование и (или) сокращенное фирменное наименование на языках народов Российской Федерации и (или) иностранных языках.

Фирменное наименование кредитной организации на русском языке и языках народов Российской Федерации может содержать иноязычные заимствования в русской транскрипции или в транскрипциях языков народов Российской Федерации, за исключением терминов и аббревиатур, отражающих организационно-правовую форму кредитной организации.

Фирменное наименование кредитной организации должно содержать указание на характер ее деятельности путем использования слов "банк" или "небанковская кредитная организация".

Иные требования к фирменному наименованию кредитной организации устанавливаются Гражданским кодексом Российской Федерации.

Банк России при рассмотрении заявления о государственной регистрации кредитной организации обязан запретить использование фирменного наименования кредитной организации, если предполагаемое фирменное наименование уже содержится в Книге государственной регистрации кредитных организаций. Использование в фирменном наименовании кредитной организации слов "Россия", "Российская Федерация", "государственный", "федеральный" и "центральный", а также образованных на их основе слов и словосочетаний допускается в порядке, установленном федеральными законами.

Ни одно юридическое лицо в Российской Федерации, за исключением юридического лица, получившего от Банка России лицензию на осуществление банковских операций, не может использовать в своем фирменном наименовании слова "банк", "кредитная организация" или иным образом указывать на то, что данное юридическое лицо имеет право на осуществление банковских операций.

Вместе с тем, в вышеназванной рекламе «... КРЕДИТ: РосБанк, АТБ, Далькомбанк... УЮТ...», объектами рекламирования в которой являются *банковские (финансовые) услуги, не содержатся* наименования или имена лиц, оказывающих эти услуги (в том числе полные наименования юридических лиц и указания на их организационно-правовую форму).

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» данная реклама является ненадлежащей, поскольку не соответствует требованиям части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Комиссией Амурского УФАС России при подготовке к рассмотрению и во время его рассмотрения исследовался вопрос наличия в данной рекламе признаков нарушения требований статьи 12 Федерального закона «О рекламе», в силу которой: рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания

сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

Установлено, что у газеты «БАМ» отсутствуют указанные в статье 12 Федерального закона «О рекламе» рекламные материалы и договоры по следующей рекламе, опубликованной в вышеназванном данном номере газеты «БАМ»: «...супермаркет Айгуль...», «Детский мир супермаркет...», «ПРИВАТИЗАЦИЯ проблемных квартир, ОФОРМЛЕНИЕ в собственность «бесхозных» квартир...», «УСТАНОВКА дверей, замков...».

В силу пункта 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» данная реклама является ненадлежащей, поскольку не соответствует требованиям статьи 12 Федерального закона «О рекламе».

Остальная вышеперечисленная реклама соответствует требованиям статьи 12 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных статьями 16 и 12, частью 7 статьи 24, частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель. Согласно пункту 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателями, то есть лицами, осуществившими распространение указанной рекламы в газете «БАМ» являются: учредитель и издатель газеты – ИП Т<...> и главный редактор газеты <...>.

Согласно Устава редакции газеты «БАМ», принятого на собрании журналистского коллектива газеты <...>, утвержденного соучредителями газеты <...>: <...>

В копии выписки из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей от <...> № <...> на имя ИП Т<...> (<...>, ИНН <...>), указаны следующие виды экономической деятельности, осуществляемые данным индивидуальным предпринимателем:

основной: код ОКВЭД - 22.12, наименование ОКВЭД – издание газет;

дополнительные: код ОКВЭД - 22.22, наименование ОКВЭД – полиграфическая деятельность, не включенная в другие группировки; код ОКВЭД – 52.47.2, наименование ОКВЭД – розничная торговля газетами и журналами.

01.01.2010 ИП Т<...>- Учредитель и Издатель газеты «БАМ», принял на работу в Редакцию газеты «БАМ» на должность главного редактора <...> (приказ (распоряжение) о приеме работника на работу ИП Т<...> от <...> № <...>; трудовой договор № <...> от <...>, заключенный ИП Т<...> (работодателем) с <...> (работником)).

В пункте 2 должностной инструкции главного редактора газеты «БАМ», утвержденной ИП Т<...> <...>, с которой <...> ознакомлен под роспись <...>, указаны должностные обязанности главного редактора, а именно, главный редактор: <...>

Главный редактор газеты «БАМ» <...> письменно (исх. № <...> от <...>, вх. № <...> от <...>, <...> от <...>) и устно в ходе рассмотрения дела сообщил, что в указанном номере газеты «БАМ» два рекламных модуля – «...супермаркет Айгуль...» и «Детский мир супермаркет...» не сопровождаются пометкой «реклама». В подписанных в печать полосах газеты «БАМ» данные пометки имеются. Сверстанные полосы газета отправляются по электронной почте в ОАО «Свободненская типография», где газета печатается. Иногда некоторые фрагменты подписанных в печать полос исчезают при переходе из программы верстки в формат PDF. Художнику-дизайнеру, отправлявшей по электронной почте полосы газеты в типографию, объявлен устный выговор. После этого она подобрала шрифты для верстки полос, которые держат формат PDF. Объявления в рубрике «Услуги» о помощи в приватизации проблемных квартир и установке дверей не сопровождались пометкой «реклама», так как это бесплатные объявления, их в газету дали частные лица, а не юридические лица или предприниматели. Считает, что в рекламном модуле магазина «Уют» нет рекламы банковских или финансовых структур. В модуле лишь содержится информация о том, что клиент магазина при покупке мебели может оформить кредит. Реклама слуховых аппаратов не была сопровождена предупреждениями о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, так как на месте продажи этих слуховых аппаратов любой желающий мог получить консультацию специалистов. Полагает, что слуховые аппараты не являются медицинской техникой. Рекламопроизводителем данной рекламы является редакция газеты «БАМ» (согласно Устава, принятого на собрании журналистского коллектива газеты <...> и утвержденного соучредителями газеты: редакция газеты «БАМ» осуществляет производство и выпуск средства массовой информации – газеты «БАМ»), рекламодателем - ИП Т<...>, являющийся соучредителем и издателем газеты «БАМ». Персональную ответственность за публикацию рекламы несет рекламный менеджер <...>.

ИП Т<...> письменно (исх. <...> от <...>, вх. №№ <...> от <...>, <...> от <...>) и устно в ходе рассмотрения дела поддержал и настаивал на доводах, изложенных главным редактором газеты «БАМ» <...> Уточнил, что в рекламе магазина «Уют» для удобства тындинцев, желающих сделать покупку, сказано о возможности кредита в тех банках, с которыми сотрудничает рекламодатель. В рекламе слуховых аппаратов нет надписи «проконсультируйтесь со специалистом». Но в самом рекламном модуле присутствуют слова «выезд специалиста на дом». То есть подразумевается, что со всеми желающими приобрести слуховые аппараты будет работать специалист, а не случайный человек. Законодательство о рекламе предоставляет право выбрать из альтернативных вариантов, какую надпись сделать при рекламе медицинской техники. Поэтому вышеназванную надпись они трактовали как уточнение про специалиста. В Комментариях к Федеральному закону «О рекламе» слуховые аппараты не присутствуют в перечне медицинской техники.

Вышеназванные доводы главного редактора газеты «БАМ» <...> и ИП Т<...> отклонены Комиссией Амурского УФАС России в виду их несостоятельности.

Комиссия Амурского УФАС России считает, что как ИП Т<...> (учредитель и издатель газеты), так и <...> (главный редактор газеты), являясь рекламодателями данной рекламы, имели возможность при публикации в газете «БАМ» текстов реклам:

сопровождать их необходимыми пометками, предупреждениями, названными в Федеральном законе «О рекламе», указывать полные наименования юридических лиц, оказывающих рекламируемые банковские (финансовые) услуги, содержащие в том числе их организационно-правовую форму, а не только сокращенные имена (РосБанк, АТБ, Далькомбанк),

хранить в течение установленного срока указанные в статье 12 Федерального закона о рекламе рекламные материалы и договоры,

что исключило бы нарушение требований статей 16 и 12, части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», однако не предприняли для этого необходимых мер.

На основании изложенного, установлены факты нарушения рекламодателями: ИП Т<...> и главным редактором газеты «БАМ» <...> требований статей 16 и 16, части 7 статьи 24, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно частей 4 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» к лицам, виновным в нарушении требований законодательства о рекламе, необходимо применить меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Комиссией Амурского УФАС России принята к сведению информация <...> (исх. <...> от <...>, вх. № <...> от <...>) о том, что с <...> он работает в аппарате главы Тындинского района – председателя Тындинского районного Совета народных депутатов.

ИП Т<...> (рекламодателю), в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1 и 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 (далее - Правила рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе), выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (требований статей 16 и 12; части 7 статьи 24; части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»):

а) о прекращении распространения и не распространении впредь в общественно-политическом издании газете «БАМ»:

текстов реклам без сопровождения пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», в частности вышеперечисленной рекламы, распространенной в газете «БАМ», в № 39 (599) от 29 сентября 2010 г.: «...супермаркет Айгуль...», «Детский мир супермаркет...», «ПРИВАТИЗАЦИЯ проблемных квартир...», «УСТАНОВКА дверей, замков...», по которой отсутствуют рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы,

вышеуказанной рекламы «СЛУХОВЫЕ АППАРАТЫ «РАДУГА ЗВУКОВ»...» - рекламы медицинской техники без сопровождения предупреждением о наличии противопоказаний к её применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов необходимого размера,

вышеназванной рекламы «...КРЕДИТ: РосБанк, АТБ, Далькомбанк... УЮТ...» - рекламы банковских (финансовых) услуг, не содержащей наименований или имен лиц, оказывающих эти услуги, в том числе не содержащей полных наименований юридических лиц и указаний на их организационно-правовую форму,

не соответствующих требованиям статей 16 и 12, части 7 статьи 24; части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе»,

б) о хранении в соответствии с требованиями статьи 12 Федерального Закона «О рекламе» в течение года со дня последнего распространения в общественно-политическом издании газете «БАМ» текстов реклам или со дня окончания сроков действия договоров на их производство, размещение и распространение: рекламных материалов или их копий, в том числе всех вносимых в них изменений, а также вышеназванных договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

Резолютивная часть решения, принятого Комиссия Амурского УФАС России по результатам рассмотрения настоящего дела, оглашена Председателем Комиссии <...> немедленно по окончании рассмотрения дела – 03.03.2011.

(излагаются описательная и мотивировочная часть решения в соответствии с п.п. 40, 41, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе)

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

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламой тексты реклам, опубликованных в общественно-политическом издании газете «БАМ», в № <...> от <...> сентября 2010г., а именно:

1.1. на 1-й полосе: «...супермаркет Айгуль...»,

на 8-й полосе: «Детский мир супермаркет...»,

на 14-й полосе в разделе «УСЛУГИ»: «ПРИВАТИЗАЦИЯ проблемных квартир, ОФОРМЛЕНИЕ в собственность «бесхозных» квартир...», «УСТАНОВКА дверей, замков...».

(описание рекламы)

поскольку в ней нарушены требования статей 16 и 12 Федерального закона «О рекламе»,

1.2. на 1-й полосе: «СЛУХОВЫЕ АППАРАТЫ «РАДУГА ЗВУКОВ»...»,

(описание рекламы)

поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»,

1.3. на 3-й полосе: «...КРЕДИТ: РосБанк, АТБ, Далькомбанк... УЮТ...»,

(описание рекламы)

поскольку в ней нарушены требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП Т<...> (рекламодателю)

(кому)

предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3 . Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Амурского УФАС России для принятия решения о возбуждении дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьями 14.3 и 19.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме "18" марта 2011 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>

<...>