

## РЕШЕНИЕ

25 августа 2016 г.

г. Черкесск

Резолютивная часть решения объявлена 25.08.2016 года

Полный текст решения изготовлен 25.08.2016 года

Комиссия УФАС по КЧР (далее – Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии:

К.А. Бабаева – заместителя руководителя управления;

Членов Комиссии:

И.А. Безгубовой – специалиста эксперта отдела защиты конкуренции и контроля органов власти;

Л.М. Татаршаовой – специалиста эксперта отдела контроля госзаказа и рекламы,

рассмотрев дело № 17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения Индивидуальным предпринимателем Н... (далее – ИП Н...), части 7 статьи 5 и части 1 статьи 28 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), в отсутствие ответчика,

### УСТАНОВИЛА:

В ходе мониторинга рекламной информации, распространяемой на территории г. Черкесска Карачаево – Черкесской Республики, проводимого Управлением Федеральной антимонопольной службы России по Карачаево-Черкесской Республике на предмет соблюдения требований Законодательства РФ о рекламе выявлено распространение рекламы при входе в здание магазина «Окна Юг» и на ступенях лестничной площадки.

Реклама имеет следующее содержание: «ОКНА Юг, окна балконы натяжные потолки». Далее на лестничной площадке, на каждой ступени идет реклама следующего содержания: пластиковые окна, балконы под ключ, натяжные потолки, заборы европейские, выгодный кредит, рассрочка до 10 месяцев и т.д.».

04 августа 2016 года Управлением было возбуждено дело № 17 в отношении ИП Н...,

по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Рассмотрение дела № 17 было назначено на 25 августа 2016 года на 10 ч. 00 мин.

ИП Н... был надлежащим образом уведомлен о рассмотрении дела № 17 по признакам нарушения законодательства о рекламе. На рассмотрение дела ответчик не явился.

Комиссия, рассмотрев материалы дела, установила следующее.

Из буквального восприятия текста рекламы ее потребитель может счесть, что в магазине «Окна Юг» возможно, воспользоваться услугами по кредитованию, для приобретения товара. Вместе с тем отсутствие информации о лице, оказывающем данные услуги не дает потребителю возможности узнать какой услугами организации он может воспользоваться для получения кредита.

Исходя из указанных норм, следует, что в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке следует указывать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги. Следовательно, указание правильных реквизитов организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»), реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Часть 7 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») устанавливает, что 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 вводит в заблуждение потребителя рекламы.

Согласно части 1 статьи 28 ФЗ «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).

Таким образом, в данной рекламе содержится информация о том, что в магазине «ОКНА Юг» имеется возможность воспользоваться услугами кредитования, для приобретения товаров, но отсутствует наименование (имя) лица, оказывающего кредитные услуги данной торговой точке.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 и частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель. В данном случае ИП Н... (магазин «Окна Юг») выступает рекламодателем.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 30, 37-44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, Комиссия,

**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу ИП Н... размещенную с помощью рекламной вывески при входе в здание магазина «Окна Юг» и на ступенях лестничной площадки следующего содержания: «ОКНА Юг, окна балконы натяжные потолки». Далее на лестничной площадке, на каждой ступени идет реклама следующего содержания: пластиковые окна, балконы под ключ, натяжные потолки, заборы европейские, выгодный кредит, рассрочка до 10 месяцев и т.д.», ненадлежащей.

2. Рекламодателю ИП Н... выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Материалы данного дела направить уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении дела об административном правонарушении.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

**Председатель Комиссии**

**К.А. Бабаев**

**Члены Комиссии**

**И.А. Безгубова**

**Л.М. Татаршаова**