

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области
610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "09" августа 2011 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления и членов Комиссии – <...> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <...> – вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,
в присутствии:
<...> – представителя ГНФКУ Кировский областной территориальный фонд обязательного медицинского страхования по доверенности от 06.07.2011 № 5232/08,
<...> – генерального директора ООО «Аргументы»,
<...> – представителя Кировского филиала ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС» по доверенности от 21.06.2011 № 7,
<...> – представителя ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС» по доверенности от 11.07.2011 № МС-605,
<...> – директора Кировского филиала ООО «СК «Ингосстрах-М» по доверенности от 08.11.2010 № 435/10,
протокол вел <...> – вед. специалист – эксперт отдела финансовых рынков и рекламы,
рассмотрев дело № 39 по признакам нарушения ООО «Аргументы» п. 2 ч. 3 ст. 5, ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС» п.п. 1, 2, 20 ч. 3 ст. 5, ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М» п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 года № 38-ФЗ,

УСТАНОВИЛА:

06.06.2011 в Кировское УФАС России поступило заявление ГНФКУ Кировский областной территориальный фонд обязательного медицинского страхования о нарушении действующего рекламного законодательства Кировским филиалом ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС» и Кировским филиалом ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М».

По мнению заявителя, нарушение заключалось в следующем.

1. Кировский филиал ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС» размещает в медицинских учреждениях, на остановках общественного транспорта и в других местах объявления, содержащие недостоверную информацию, в частности, об обязательной замене полисов обязательного медицинского страхования (далее ОМС), срок действия которых закончился 31.12.2010.

В соответствии с частью 2 статьи 51 Федерального закона от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» полисы обязательного медицинского страхования, выданные лицам, застрахованным по обязательному медицинскому страхованию до дня вступления в силу настоящего Федерального закона, являются действующими до замены их на полисы обязательного медицинского страхования единого образца в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Согласно п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения **о любых характеристиках товара**, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Кроме того, в статье «Беспорный лидер, проверенный временем», опубликованной в газете «Аргументы и факты - Вятка» № 6 (582) от 09 февраля 2011 года, указано на то, что только в филиале «Киров-РОСНО-МС» организована служба по защите прав застрахованных, в составе которой работают 12 штатных врачей-экспертов.

Данная информация является недостоверной, так как защита прав застрахованных организована во всех страховых медицинских организациях, работающих в сфере обязательного медицинского страхования на территории Кировской области.

В соответствии с п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

2. В объявлениях ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М», размещенных в помещениях предприятий города Кирово-Чепецка, и в статье «К делу - ответственный подход», опубликованной в газете «Аргументы и факты - Вятка» № 6 (582) от 09 февраля 2011 года, содержится недостоверная информация о том, что дети до 18 лет должны быть застрахованы в той же страховой компании, где застрахован один из родителей. Данная информация противоречит части 3 статьи 16 Федерального закона от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» и является нарушением п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

За нарушение требований п.п. 1, 2, 20 ч. 3 ст. 5 в соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

Рекламодателями вышеуказанных статей, размещенных в газете «Аргументы и факты - Вятка», являются Кировский филиал ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС» и Кировский филиал ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М».

В соответствии со ст. 55 Гражданского кодекса Российской Федерации, представительством и филиалом является обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое осуществляет все его функции или их часть, не являясь при этом юридическим лицом.

Ответственность за нарушение рекламного законодательства представительствами и филиалами возлагается на самостоятельное юридическое лицо.

Поэтому в отношении ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС», в действиях которого содержались признаки нарушения п.п. 1, 2, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», и в отношении ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М», в действиях которого содержались признаки нарушения п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» было возбуждено производство по делу.

Кроме того, рекламопроизводитель также может нести ответственность за нарушение ч. 3 ст. 5, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине. Рекламопроизводителем в данном случае выступает ООО «Аргументы».

Как было установлено, в согласованном тексте статьи «К делу - ответственный подход», рекламодателем которой

является ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М», вышеуказанная недостоверная информация отсутствует. Однако в опубликованном варианте она имеется. Подготовка и публикация статьи была осуществлена ООО «Аргументы», поэтому в отношении данного хозяйствующего субъекта также было возбуждено производство по делу.

Первоначально заседание Комиссии было назначено на 14.07.2011.

Рассмотрение дела было отложено на 09.08.2011 в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств. Учитывая тот факт, что установленный месячный срок для рассмотрения указанного дела истек 21.07.2011 года, Комиссия продлила его на 2 месяца.

На заседаниях Комиссии участники пояснили следующее:

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы сторон, Комиссия установила, что ОАО СК «РОСНО-МС» нарушены п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5, а ООО «СК «Ингосстрах-М» - п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» при размещении рекламы в газете «Аргументы и факты - Вятка».

Факт распространения объявлений, содержащих недостоверные сведения, сотрудниками ОАО СК «РОСНО-МС» и ООО «СК «Ингосстрах-М» в ходе рассмотрения дела не нашел своего подтверждения. Соответственно факт нарушения п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в действиях ОАО СК «РОСНО-МС» отсутствует. Доказательства обратного в материалах дела не представлены.

В отношении рекламопроизводителя и рекламораспространителя ООО «Аргументы» Комиссия решила производство по делу прекратить в виду неподтверждения в его действиях факта нарушения рекламного законодательства.

Выводы Комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.**

Статьи, размещенные в газете «Аргументы и факты - Вятка» № 6 (582) от 09 февраля 2011 года под названиями: «Беспорный лидер, проверенный временем» и «К делу – ответственный подход», соответствуют требованиям ст. 3 Федерального закона «О рекламе», являются рекламными, так как направлены на привлечения внимания к услугам в области обязательного медицинского страхования, оказываемым Кировскими филиалами ОАО СК «РОСНО-МС» и ООО «СК «Ингосстрах-М» и служат продвижению их на рынке.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ.

1. В соответствии с п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Статья «Беспорный лидер, проверенный временем», опубликованной в газете «Аргументы и факты - Вятка» № 6 (582) от 09 февраля 2011 года, содержала высказывание о том, что «только в филиале «Киров-РОСНО-МС» организована служба по защите прав застрахованных, в составе которой работают 12 штатных врачей-экспертов».

Согласно толковому словарю русского языка под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю. Шведовой (4-е издание, дополненное 80 000 слов и фразеологических выражений, Москва 1999) слово «**только**» - это частица и выражает **ограничение, выделение из множества, единственно, исключительно.**

Указанная выше фраза употребляется автором в контексте статьи, а именно в той части текста, где говорится о преимуществах полиса «РОСНО-МС». При прочтении статьи у потребителя складывается мнение о том, что одним из преимуществ услуг, оказываемых данной страховой компанией, является наличие только в филиале «Киров-РОСНО-МС» службы по защите прав застрахованных, в составе которой работают 12 штатных врачей-экспертов, что выделяет ее из числа конкурентов, ставит в преимущественное положение. При этом такие же службы в обязательном порядке имеются и в других страховых компаниях.

Как было установлено в ходе рассмотрения дела, на территории Кировской области деятельность по оказанию услуг ОМС в 2011 году осуществляют пять страховых медицинских организаций, т.е. рынок ОМС - конкурентен. На момент публикации рекламной статьи (09.02.2011) в каждой из них были организованы службы по защите прав застрахованных, в состав которых входили штатные врачи - эксперты. В частности, количественный состав таких служб в некоторых страховых организациях, по данным Кировского территориального фонда ОМС, был следующий: ЗАО «МАКС-М» -18 человек, в том числе **12 врачей-экспертов**; ООО «Росгосстрах-Медицина» - 6 человек, в том числе 1 врач-эксперт; ООО «ВСК-Милосердие» - 4 человека, в том числе 1 врач-эксперт; ООО «СК «Ингосстрах-М» - 2 человека, в том числе 2 врача-эксперта.

Таким образом, антимонопольный орган считает информацию о том, что «только в филиале «Киров-РОСНО-МС» организована служба по защите прав застрахованных, в составе которой работают 12 штатных врачей-экспертов» несоответствующей действительности и нарушающей требования п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе».

Кроме того, использованное «Киров-РОСНО-МС» выражение об оказываемых услугах Обществом, является также нарушением п. 20 ч. 3 ст. 5 Закона, которым не допускается распространение несоответствующих действительности сведений об изготовителе или о продавце товара.

2. В статье «К делу - ответственный подход», опубликованной в газете «Аргументы и факты - Вятка» № 6 (582) от 09 февраля 2011 года, содержалась информация о том, что «дети до 18 лет, согласно нового ФЗ должны быть застрахованы в той же страховой компании, где застрахован один из родителей».

Согласно ч. 3 ст. 16 Федерального закона от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» обязательное медицинское страхование детей со дня рождения до дня государственной регистрации рождения осуществляется страховой медицинской организацией, в которой застрахованы их матери или другие законные представители. **После дня государственной регистрации рождения ребенка и до достижения им совершеннолетия либо после приобретения им дееспособности в полном объеме и до достижения им совершеннолетия обязательное медицинское страхование осуществляется страховой медицинской организацией, выбранной одним из его родителей или другим законным представителем.**

Таким образом, информация о том, что «дети до 18 лет, согласно нового ФЗ должны быть застрахованы в той же страховой компании, где застрахован один из родителей» является недостоверной, так как содержит несоответствующие действительности сведения о характеристиках услуги обязательного медицинского страхования граждан, что является нарушением п. 2 ч. 3 ст. 5 Закона «О рекламе».

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований п. 1, п. 2, п. 20 ч. 3 ст. 5 несет рекламодатель. Рекламодателем статьи «Беспорный лидер, проверенный временем» является филиал «Киров-РОСНО-МС» ОАО

СК «РОСНО-МС», а статьи «К делу - ответственный подход» - ООО «СК «Ингосстрах-М» филиал в г. Кирове.

Текст статьи «Беспорный лидер, проверенный временем» был предоставлен филиалом «Киров-РОСНО-МС» ОАО СК «РОСНО-МС» и согласован с ООО «Аргументы» (рекламопроизводитель и рекламопроизводитель). Согласно акту от 09.02.2011 № 000031 заказчик (филиал «Киров-РОСНО-МС» ОАО СК «РОСНО-МС») к качеству, объему и срокам выполненной работы претензий не имел. Поэтому, нарушение действующего рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя вышеупомянутой статьи, а именно филиала «Киров-РОСНО-МС» ОАО СК «РОСНО-МС».

В согласованном тексте статьи «К делу - ответственный подход», рекламодателем которой является ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М», вышеуказанная недостоверная информация отсутствует. Однако в опубликованном варианте она имеется. При этом, как пояснил представитель ООО «Аргументы», спорная информация была добавлена в статью со слов сотрудников рекламодателя - ООО «СК «Ингосстрах-М» филиал в г. Кирове при телефонном разговоре уже после согласования готового материала. После опубликования статьи 09.02.2011, сторонами был подписан акт от 09.02.2011 № 000032, который передавался рекламодателю вместе с публикацией. Так как заказчик (ООО «СК «Ингосстрах-М» филиал в г. Кирове) принял выполненную работу, к объему, качеству и срокам которой претензий не имел, он тем самым согласился с содержанием опубликованного рекламного материала. Поэтому, нарушение действующего рекламного законодательства произошло по вине рекламодателя вышеупомянутой статьи, а именно ООО «СК «Ингосстрах-М» филиала в г. Кирове.

В соответствии со ст. 55 Гражданского кодекса Российской Федерации, представительством и филиалом является обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое осуществляет все его функции или их часть, не являясь при этом юридическим лицом.

Отсутствие ответственности за нарушение рекламного законодательства представительств и филиалами возлагается на самостоятельное юридическое лицо.

В отношении рекламопроизводителя - ООО «Аргументы», производство по делу следует прекратить, так как со стороны заказчиков в его адрес каких-либо претензий по поводу нарушения действующего законодательства при опубликовании статей не поступало.

Учитывая то, что статьи имели разовый характер и в настоящий момент не распространяются, Комиссия решила ОАО СК «РОСНО-МС» и ООО «СК «Ингосстрах-М» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятидесяти тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Должностным лицом Кировского филиала ОАО СК «РОСНО-МС» является директор <...>, а Кировского филиала ООО «СК «Ингосстрах-М» - директор <...>. Указанные должностные лица в соответствии с положениями о филиалах несут ответственность за их деятельность, а потому отвечают за нарушение действующего законодательства, совершенного по вине указанных обособленных подразделений. Кроме того, именно Бякова Н.М. и Попкова Н.И. заключили договоры на размещение рекламы с рекламораспространителем и рекламопроизводителем - ООО «Аргументы».

Комиссия считает необходимым привлечь директора Кировского филиала ОАО СК «РОСНО-МС» <...> и директора Кировского филиала ООО «СК «Ингосстрах-М» <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 36-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, а именно: статью под названием «Беспорный лидер, проверенный временем», опубликованную в газете «Аргументы и факты - Вятка» № 6 (582) от 09 февраля 2011 года, в части фразы: «только в филиале «Киров-РОСНО-МС» организована служба по защите прав застрахованных, в составе которой работают 12 штатных врачей-экспертов», так как она противоречит требованиям п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС», нарушившим п. 1 и п. 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» при размещении рекламы в газете «Аргументы и факты - Вятка».

3. Признать ненадлежащей рекламу, а именно: статью под названием «К делу – ответственный подход», опубликованную в газете «Аргументы и факты - Вятка» № 6 (582) от 09 февраля 2011 года, в части фразы: «Дети до 18 лет, согласно нового ФЗ должны быть застрахованы в той же страховой компании, где застрахован один из родителей», так как она противоречит требованиям п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

4. Признать ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М», нарушившим п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» при размещении рекламы в газете «Аргументы и факты - Вятка».

5. ОАО СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «РОСНО-МС» и ООО «Страховая компания «Ингосстрах-М» предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

6. В отношении ООО «Аргументы» производство по делу прекратить.

7. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении директора Кировского филиала ОАО СК «РОСНО-МС» и директора Кировского филиала ООО «СК «Ингосстрах-М».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 23.08.2011 года.

Председатель Комиссии

<>..>

Члены Комиссии

<...>