

## РЕШЕНИЕ № 1360-ФАС52-07/15

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 09 ноября 2015 года.

Решение в полном объеме изготовлено 18 ноября 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

- Смирнов С.В. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;
- Швецова О.Ю. - член Комиссии, начальник отдела контроля финансовых рынков, рекламы и недобросовестной конкуренции;

**член Комиссии,  
специалист-эксперт  
отдела контроля  
финансовых рынков,  
рекламы и  
недобросовестной  
конкуренции,**

Лекутова Е.А.

-

рассмотрев дело №1360-ФАС52-07/15, возбужденное в отношении **Общества с ограниченной ответственностью «Город 52» (603006, г. Нижний Новгород, ул. Варварская, д. 32, оф. 201)** при участии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - **Индивидуального предпринимателя Ворожцовой В.А. (603006, г. Нижний Новгород, ул. Варварская, д. 32, оф. 201; 610035, г. Киров, ул. Сурикова, д. 7А, кв. 65)** по обращению потребителя рекламы Б. по признакам нарушения части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в отсутствии представителей сторон,

## УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение потребителя рекламы Б. (в Нижегородском УФАС России отсутствует письменное согласие заявителя на использование персональных данных) по поводу рекламы страховых и финансовых услуг, распространенной в рекламно-информационном издании «PRO ГОРОД», содержащей, по мнению заявителя, признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»).

Учредителем газеты «PRO ГОРОД» является ООО «Город 52» (603006, г. Нижний Новгород, ул. Варварская, д. 32, оф. 201).

В связи с указанными обстоятельствами, Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области 18 сентября 2015 года вынесло Определение о возбуждении дела №1360-ФАС52-07/15 по признакам нарушения части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» в отношении рекламодателя - ООО «Город 52».

В ходе рассмотрения дела №1360-ФАС52-07/15 Комиссия Нижегородского УФАС России установила, что деятельность по изданию газеты «PRO ГОРОД» и размещению в ней рекламы осуществляет ИП Ворожцова В.А. (603006, г. Нижний Новгород, ул. Варварская, д. 32, оф. 201; 610035, г. Киров, ул. Сурикова, д. 7А, кв. 65). В связи с этим, определением от 08 октября 2015 года Комиссия Нижегородского УФАС России привлекла ИП Ворожцову В.А. к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства.

Рассмотрение дела по существу состоялось 09 ноября 2015 года в отсутствие представителей сторон. ООО «Город 52» и ИП Ворожцова В.А. извещены надлежащим образом 19.10.2015г. согласно почтовым уведомлениям (№60300091630202 и №60300091630196).

### **Изучив материалы дела, представленные документы, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.**

В газете «PRO ГОРОД» №23(196) от 13.06.2015г. распространялись следующие сообщения: «*Страхование жизни и здоровья детей. 89103811661*», «*Деньги для бизнеса 2301101*» и «*Деньги – последний шанс*».

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что реклама – это 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 пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара. Пунктом 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что товар это продукт деятельности (в том числе работа, услуга),

предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанные сообщения являются рекламой, так как ориентированы на неопределенный круг лиц и направлены на мотивацию потребителей рекламы к тому, чтобы воспользоваться предложенными услугами по страхованию и услугами, связанными с привлечением денежных средств.

В соответствии с пунктом 2 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – ФЗ «О защите конкуренции») под финансовой услугой понимается 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.

При этом основным содержательным признаком отнесения той или иной услуги к финансовой, указанным в пункте 2 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции», является существо осуществляемой деятельности – то есть привлечение или размещение денежных средств физических и юридических лиц либо одновременное привлечение и размещение таких денежных средств.

Согласно пункту 6 статьи 4 ФЗ «О защите конкуренции» финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, - кредитная организация, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, страховая организация, страховой брокер, общество взаимного страхования, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, специализированный депозитарий инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов, негосударственных пенсионных фондов, ломбард (финансовая организация, поднадзорная Центральному банку Российской Федерации), лизинговая компания (иная финансовая организация, финансовая организация, не поднадзорная Центральному банку Российской Федерации).

Таким образом, рекламные сообщения: «*Страхование жизни и здоровья детей. 89103811661*», «*Деньги для бизнеса 2301101*» и «*Деньги – последний шанс*» подпадают под определение «финансовая услуга», установленное ФЗ «О защите конкуренции», т.е. являются рекламой финансовых услуг

Реклама финансовых услуг (страхование, кредит, займы) должна соответствовать как общим требованиям, предъявляемым к рекламе, так и положениям статьи 28 Федерального закона «О рекламе», устанавливающей специальные требования к рекламе финансовых услуг.

В соответствии с частью 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).

Потребителю важно знать, какое лицо делает заманчивое предложение по страхованию, кредитованию, займам и о денежных вложениях. Поэтому в рекламе банковских, страховых и иных финансовых услуг в обязательном порядке следует

указывать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги.

Установление требований к рекламе финансовых услуг является важной и необходимой мерой, позволяющей защитить интересы потребителей страховых и финансовых услуг.

Следовательно, наименование организации, предоставляющей финансовые услуги, является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Наименование - индивидуализирующий признак организации. Требования ФЗ «О рекламе» предусматривают обязательность указания наименования юридического лица или индивидуального предпринимателя при размещении рекламы банковских, страховых и иных финансовых услуг. Наименование юридического лица включает в себя кроме непосредственного названия обязательное указание на его организационно-правовую форму (ООО, ОДО, АО, ЗАО и иные). Для индивидуального предпринимателя обязательно указание фамилии, имени и отчества. Несоблюдение этого правила является основанием для признания рекламы ненадлежащей.

Реклама, объектом рекламирования которой является финансовая услуга, должна содержать полное наименование лица, оказывающего услугу.

В рекламных сообщениях: «*Страхование жизни и здоровья детей. 89103811661*», «*Деньги для бизнеса 2301101*» и «*Деньги – последний шанс*», не содержится наименование лица, предоставляющего рекламируемые финансовые услуги.

Распространение вышеуказанных рекламных сообщений без указания лица, оказывающего рекламируемые финансовые услуги, противоречит требованиям части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» установлено, что ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В своих пояснениях по делу (вх.№6443 от 06.10.2015г.) ООО «Город 52» сообщило, что согласно Уставу Редакции средства массовой информации газеты «PRO ГОРОД Нижний Новгород» от 29 мая 2015 года редакцией СМИ газеты «PRO ГОРОД Нижний Новгород» (ПИ № ТУ 52-0488 от 08.07.2011г.) является ИП Ворожцова В.А. В соответствии с данным Уставом Редакция осуществляет производство и выпуск газеты, главный редактор несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности Средства массовой информации Федеральным законом «О средствах массовой информации» и другими законодательными актами Российской Федерации.

Таким образом, ИП Ворожцова В.А. (ИНН 434543020350, ОГРНИП 308434512500065) является рекламораспространителем рассматриваемых рекламных сообщений, следовательно, рекламные сообщения: «*Страхование жизни и здоровья детей*».

89103811661», «Деньги для бизнеса 2301101» и «Деньги – последний шанс», распространенные ИП Ворожцовой В.А. в июне 2015 года, противоречат требованиям части 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что рекламные сообщения: «Страхование жизни и здоровья детей. 89103811661», «Деньги для бизнеса 2301101» и «Деньги – последний шанс» распространялись в июне 2015 года в выпуске газеты «ПРО ГОРОД» №23(196) от 13.06.2015г. и на момент принятия решения по делу, рекламные сообщения в рекламно-информационном издании «ПРО ГОРОД» не распространяются, Комиссия Нижегородское УФАС России считает не целесообразным выдавать предписание об устранении выявленного правонарушения.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 года № 508, Комиссия,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащими рекламные сообщения, распространенные ИП Ворожцовой В.А. в июне 2015 года в рекламно-информационном издании «ПРО Город» №23(196) от 13.06.2015г., поскольку они противоречат требованиям части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

**Председатель Комиссии**

**С.В. Смирнов**

**Члены Комиссии**

**О.Ю. Швецова**

**Е.А. Лекутова**

Исп.: Лекутова Е.А.,

тел.: 8 (831) 430-55-74