

РЕШЕНИЕ

по делу № 65/04-2017 р

Резолютивная часть решения оглашена 30 ноября 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 01 декабря 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства в составе: Председателя комиссии <...> - руководителя управления Кировского УФАС России, Членов Комиссии: <...> - начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...> -специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

Индивидуального предпринимателя <...>

при ведении протокола <...> – специалистом отдела ФРИР Кировского УФАС России;

рассмотрев материалы дела № 65/04-2017р по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» по факту размещения на ограждении, расположенном напротив ТЦ <...>. <...>), информации следующего содержания: «ОСАГО. КАСКО Автострахование. В салоне связи <...>»,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), Кировским УФАС России было установлено, что на ограждении, расположенном напротив ТЦ <...>, размещена информация следующего содержания: «ОСАГО. КАСКО Автострахование. В салоне связи <...> (акт фиксации от 07.09.2017).

Определением от 29.09.2017 возбуждено дело № 65/04-2017р в отношении рекламодателя и рекламораспространителя индивидуального предпринимателя <...> рассмотрение назначено на 19.10.2017.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «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.

Информация, размещенная на ограждении, расположенном напротив ТЦ <...> следующего содержания: «ОСАГО. КАСКО Автострахование. В салоне связи <...>», адресована неопределенному кругу лиц, поскольку ее могут видеть пешеходы, водители, пассажиры общественного транспорта и т.д., т.е. является общедоступной для всех без исключения категорий населения, направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (Офису <...> и оказываемым в нем финансовым услугам), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам (к страховым услугам) и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно ч. 1 ст. 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Согласно выписке из ЕГРИП индивидуальный предприниматель <...> осуществляет деятельность под кодом 66.22 - деятельность страховых агентов и брокеров.

При рассмотрении дела установлено, что финансовую услугу - «страхование» предоставляют САО «ВСК» и ГСК «Югория», что подтверждается агентскими договорами об оказании агентских услуг по заключению договоров страхования.

В соответствии со ст. 4 Федерального закона № 135-ФЗ от 26.07.2006 г. «О защите конкуренции» (далее - Федеральный закон «О защите конкуренции») к финансовым организациям относятся хозяйствующие субъекты, оказывающие финансовые услуги.

Хозяйствующий субъект - коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход.

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

В соответствии с ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 27.11.1992 N 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» страхование - отношения по защите интересов физических и юридических лиц, Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении определенных страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплаченных страховых премий (страховых взносов), а также за счет иных средств страховщиков. В соответствии с ч. 2 ст. 2 Федерального закона от 27.11.1992 N 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» Страховая деятельность (страховое дело) - сфера деятельности страховщиков по страхованию, перестрахованию, взаимному страхованию, а также страховых брокеров по оказанию услуг, связанных со страхованием, с перестрахованием.

Согласно ч. 1 ст. 8 Федерального закона от 27.11.1992 N 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» под деятельностью страховых агентов, страховых брокеров по страхованию и перестрахованию понимается деятельность, осуществляемая в интересах страховщиков или страхователей и связанная с оказанием им услуг по подбору страхователя и (или) страховщика (перестраховщика), условий страхования (перестрахования), оформлению, заключению и сопровождению договора страхования

(перестрахования), внесению в него изменений, оформлению документов при урегулировании требований о страховой выплате, взаимодействию со страховщиком (перестраховщиком), осуществлению консультационной деятельности.

На основании вышеизложенного Комиссия делает вывод о том, что спорная реклама может быть расценена как реклама финансовых услуг, поскольку в ней предлагаются услуги по страхованию (услуги по заключению договоров обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО), услуги по заключению договоров на страхование транспортного средства КАСКО), что связано с привлечением денежных средств физических лиц.

Учитывая изложенное, реклама финансовых услуг, размещенная на ограждении, расположенном напротив ТЦ <...>, следующего содержания: «ОСАГО. КАСКО Автострахование. <...>», не содержит наименование лиц, предоставляющих финансовые услуги – страховые услуги, что является нарушением ч. 1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 и 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» несет как рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), так и рекламораспространитель (лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств).

Из документов, представленных в материалы дела, а именно: договора аренды № 3 от 31.07.2012г., согласно которому <...> передано в аренду нежилое помещение, расположенное по адресу: <...>, а также письменных объяснений следует, что лицом, определившим объект рекламирования и распространившим спорную рекламу, является <...>

Таким образом, действия <...> по определению содержания и распространению рекламной информации: «ОСАГО. КАСКО Автострахование. В салоне связи ТЦ <...>», в которой отсутствует наименование лиц, предоставляющих финансовые услуги – страховые услуги, не соответствуют требованиям ч. 1 ст.28 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения нарушение устранено, Комиссия решила <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе 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 пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении.

Руководствуясь ст. 3, ч. 1 ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «ОСАГО. КАСКО Автострахование. В салоне связи <...>», размещенную на ограждении, расположенном напротив ТЦ <...> в отсутствие наименования лица, оказывающего финансовую услугу, так как она противоречит части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание <...> об устранении нарушения части 1 статьи 28 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении <...>.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>