

**Управление Федеральной антимонопольной службы
по республике Коми**

РЕШЕНИЕ

13 февраля 2023 года

(изготовление решения в полном объеме)

30 января 2023 года

(оглашение резолютивной части)

№ 02-16/1010

г. Сыктывкар

<.....> (по адресу)

<.....> (по адресу)

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

Председатель Комиссии: <.....> – <.....> Управления;

Члены Комиссии: <.....> – <.....> Управления; <.....> – <.....> Управления;

Рассмотрев дело № 011/05/28-1062/2022, возбуждённое в отношении индивидуального предпринимателя <.....> (далее – ИП <.....>, индивидуальный предприниматель) по факту распространения на внешней стене торгового павильона, находящегося по адресу: г.<.....>, над входом с торговые помещения, а также на выносном щтендере рядом со входом в указанное здание рекламы бытовых услуг с признаками нарушения требований ч. 1 ст. 28 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

отсутствии:

...>.

отсутствии:

заявителя, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В УФАС России поступило заявление <.....> от 05.10.2022 (вх. № 5361-э от 05.10.2022) о нарушении рекламного законодательства при распространении информации о страховых услугах.

В результате рассмотрения заявления было принято решение о возбуждении административного дела № 011/05/28-1062/2022 в отношении <.....> по признакам нарушения ч. 1 ст. 28 КоАП РФ о рекламе, о чём вынесено соответствующее определение № 03-01/9405 от 15.12.2022.

В материалах дела № 011/05/28-1062/2022 (далее – рекламное дело) содержится следующее.

На внешней стене торгового центра, находящегося по адресу: <.....>, над входом в торговые помещения, размещены конструкции с информацией следующего содержания:

«ОГАЗ страховая группа АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ сервис будущего в настоящем ДКО • ОСАГО • ИПОТЕКА • ЖИЗНЬ».

Кроме того, на выносном щтендере рядом со входом в указанное здание размещена информация следующего содержания: «АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ ДКО ОСАГО ИПОТЕКА ЖИЗНЬ КВАРТИРА ДОМ тел. <.....>».

В соответствии с письменными пояснениями ИП <.....>, представленными в материалы рекламного дела, а также устными пояснениями ИП <.....>, данным в ходе рассмотрения рекламного дела, рассматриваемые конструкции не являются рекламными, поскольку всё, что размещено на конструкциях – это объекты, содержащие другую информацию, которую можно было бы квалифицировать как рекламу, например, о конкретных программах страхования, которые бы привлекали внимание к ним, выделяя среди других участников страхового рынка, акциях и прочей информации, которая бы формировала интерес к объектам, на данной конструкции нет. В данном случае имеет место перечень видов страхования без указания на их конкурентные преимущества, без указания

кретных критериев, по которым осуществляется сравнение.

указала ИП <.....>, являясь одним из собственников здания по адресу: <.....>, <.....> осуществляет по данному адресу предпринимательскую деятельность, в том числе и оказание услуг страхования на основании агентских договоров, заключенных со страховыми компаниями.

<.....>, ссылаясь на Постановление Президиума ВАС РФ от 16.04.2013 № 57/12 по делу № А59-2627/2012, указывает, что размещение на конструкции на фасаде здания в месте нахождения организации сведений о наименовании общества, номере телефона и/или официальном сайте юридического лица в сети Интернет», если в этой информации не содержится конкретных сведений о цене, об условиях его приобретения или использования, представляет собой размещение сведений о виде деятельности общества в целях доведения этой информации до потребителей. Такая информация не подпадает под понятие «реклама».

на основании вышеизложенного, ИП <.....> ходатайствовала о прекращении рассмотрения данного рекламного дела ввиду отсутствия фактов нарушения законодательства о рекламе.

также ИП <.....>, ссылаясь на пункт 26 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2021 году, утвержденным Приказом ФАС России от 14.04.2021 № 348/21, просила обратить внимание на следующее.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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.

Согласно части 1 статьи 19 Закона о рекламе наружной рекламой признается реклама, распространяемая с использованием щитов, стендов, вывесочных сеток, перетяжек, электронных табло, проекционного и иного оборудования, предназначенного для проекции рекламы на любые поверхности оборудования, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений, вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

Согласно части 1 статьи 19 Закона о рекламе также содержится указание на «любые технические средства стабильного территориального размещения». По мнению ФАС России, к иным техническим средствам стабильного территориального размещения следует относить любые конструкции, предназначенные для распространения рекламы, которые размещены стационарно, прочно связаны с землей, зданиями, строениями и сооружениями (в том числе с объектами недвижимого имущества) и не предназначены для перемещения.

техническим средствам стабильного территориального размещения не осятся выносные щтендеры, поскольку они являются переносными структурами, устанавливаемыми чаще всего на часть дня на улице (тротуаре) дом с определенной организацией. Такие щтендеры не подпадают под понятие рекламной конструкции, закрепленное в статье 19 Закона о рекламе и их установку не распространяются требования указанной нормы, в части ожения о получении разрешения органа местного самоуправления на его размещения.

им образом, по мнению ИП <.....>, даже в том случае, если бы на зсматриваемой информационной конструкции в форме щтендера зполагалась рекламная информация, данная конструкция не могла быть изнана рекламой в соответствии с действующим законодательством о ламе.

миссия Коми УФАС России, рассмотрев вышеуказанные доводы и материалы ламного дела, приходит к нижеследующим выводам.

ласно пунктам 1, 2, 3 статьи 3 Закона о рекламе реклама - это информация, зпространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых здств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на влечение внимания к объекту рекламирования, формирование или держание интереса к нему и его продвижение на рынке.

ьект рекламирования - это товары, средства индивидуализации дического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, зультаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе ртивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске ы, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

ар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для дажки, обмена или иного введения в оборот.

оответствии с пунктами 2, 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе настоящий деральный закон не распространяется на информацию, раскрытие или зпространение либо доведение до потребителя которой является изательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и затели, не содержащие сведений рекламного характера.

основании пункта 18 Информационного письма Президиума Пленума Высшего битражного суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики зсмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» зведения, распространение которых по форме и содержанию является для дического лица обязательным на основании закона или обычая делового рота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их олнения на соответствующей вывеске.

огласно пункту 1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда

Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация обязательная к размещению в силу закона или размещения в силу иная делового оборота, также не является рекламой.

анным сведениям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования адреса и режима ее работы относится к обязательным требованиям, предъявляемым к вывеске Федеральным законом Российской Федерации «О защите прав потребителей». Следовательно, такая информация не может рассматриваться в качестве рекламы независимо от манеры ее исполнения.

Кроме того, указание в месте нахождения организации профиля деятельности (магазин, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемого товара и услуг (техника, продукты, мебель) также может быть признана обычаям делового оборота, и на такие информационные конструкции нормы Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Указание в месте нахождения предприятия коммерческого обозначения, в том числе не совпадающего с наименованием организации, также предназначена унификации магазина для потребителей и не является рекламой.

Следуя изложенное, указание на здание в месте нахождения организации и ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием товарного знака или его части, а также профиля деятельности и перечня оказываемых услуг, не может рассматриваться в качестве рекламы, в связи с чем, на такую информацию, не распространяются требования Закона о рекламе.

В случае если конструкция с наименованием организации, а также видами оказываемых услуг размещается на здании на уровне этажа в пределах окон, указанная организация осуществляет хозяйственную деятельность, то есть в месте нахождения организации, такая информация не является рекламой и требования Закона о рекламе на нее не распространяются.

Кроме-либо специальных требований, касающихся количества и порядка размещения таких конструкций, в Законе о рекламе не содержится.

В этом размещении конструкции с наименованием организации вне места нахождения организации направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования, в связи с чем, такая конструкция является рекламой и ее размещение должно осуществляться с учетом положений Закона о рекламе.

Размещение на такой конструкции иной информации (например, характеристик реализуемого товара) также может рассматриваться как реклама, поскольку Федеральный закон «О защите прав потребителей» не содержит указания на то,

данная информация является обязательной к размещению, в связи с чем, на эту информацию распространяются положения Закона о рекламе.

Материалами дела установлено, что на внешней стене торгового центра, расположенного по адресу: <.....>, над входов в торговые помещения, размещены конструкции с информацией следующего содержания: «СОГАЗ страховая группа АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ сервис будущего в настоящем КАСКО • АГО • ИПОТЕКА • ЖИЗНЬ».

Кроме того, на выносном щтендере рядом со входом в указанное здание размещена информация следующего содержания: «АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ АГО ОСАГО ИПОТЕКА ЖИЗНЬ КВАРТИРА ДОМ тел. <.....>».

Материалами рекламного дела ИП <.....> представлены копии договоров аренды недвижимого имущества от 05.08.2019, от 15.05.2020 № 3/2020, в соответствии с которыми индивидуальным предпринимателем сдаются в аренду (во временное пользование) помещения, расположенные по адресу: Республика Коми, <.....>. Кроме того в материалы дела представлено свидетельство государственной регистрации права от 12.07.2016, согласно которому в общей долевой собственности (9/20) ИП <.....> находится земельный участок, расположенный по адресу: <.....>.

Следовательно, материалами рекламного дела Коми УФАС России установлено, что в торговом центре, расположенном по адресу: Республика Коми, <.....>, помимо ИП <.....> осуществляют деятельность иные хозяйствующие субъекты.

Таким образом, размещенная ИП <.....> вышеуказанная информация на внешней стене торгового центра, расположенного по адресу: <.....>, над входов в торговые помещения, на выносном щтендере рядом со входом в указанное здание, является рекламной, поскольку используемые выражения: «Сервис будущего в настоящем» и «Альфа страхование. Каско. Осаго, Ипотека. Жизнь. Квартира. Дом. Тел. <.....>» формируют интерес к деятельности компании и являются обязательными в силу Федерального закона «О защите прав потребителей».

С постановлением от 16.01.2023 № КТ/1675/23 (вх. № 162-э от 16.01.2023) ФАС России также сообщено, что вышеуказанная информация является рекламой.

Следовательно, вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

• распространена посредством размещения на стене здания и выносном щтендере;

• адресована неопределенному кругу лиц;

• направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: «СОГАЗ»,

«БФА СТРАХОВАНИЕ», страхованию жизни, квартиры, дома, КАСКО, ОСАГО, точному страхованию, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

им образом, вышеуказанная информация является рекламой, в связи с чем, она должна распространяться в соответствии с требованиями Закона о рекламе.

в связи с чем, довод ИП <.....>, согласно которому размещенная информация не является рекламой, не находит своего обоснования.

в соответствии с пунктами 2, 6 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-«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, профессиональный участник рынка ценных бумаг, организатор торговли, клиринговая организация, микрофинансовая организация, кредитный потребительский кооператив, субъект страхового дела, государственственный 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).

Согласно ч. 2 ст. 4.1 Закона РФ от 27.11.1992 № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» страховые организации, иностранные страховые организации, общества взаимного страхования и страховые брокеры являются субъектами страхового дела.

им образом, рассматриваемые рекламы являются рекламами финансовых услуг.

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

Согласно п. 1 ст. 54 ГК РФ юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на организационно-правовую форму, а в случаях, когда законом предусмотрена возможность создания вида юридического лица, наименование только на такой вид. Наименование некоммерческой организации и в

в предусмотренных законом случаях наименование коммерческой организации должно содержать указание на характер деятельности юридического лица.

Согласно п. 4 ст. 54 ГК РФ установлено, что юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно иметь фирменное наименование.

В соответствии с пунктами 1 и 2 ст. 1473 ГК РФ юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц в Едином государственном реестре регистрации юридического лица. Фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Рекламы, размещённые на внешней стене торгового центра, находящегося по адресу: <.....>, над входом в торговые помещения, а также на выносном знаке рядом со входом в указанное здание, содержат указание на «СОГАЗ страховая группа» и «АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ». Однако указанные рекламы не содержат полного наименования лица, оказывающего финансовые услуги, в соответствии с требованиями организационно-правовой формы.

В связи с изложенным, рассматриваемые рекламы распространены с нарушением требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе.

В связи с чем, основания для удовлетворения ходатайство ИП <.....> о прекращении дела № 011/05/28-1062/2022 не усматривается.

Согласно частям 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение требований, предусмотренных ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе, ответственность несут и рекламодатель, и рекламодатель-распространитель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несёт ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) размещение рекламы лицо.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Согласно п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель-распространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

асно сведениям из ЕГРИП, размещенным на официальном сайте ФНС России, ...>зарегистрирована в качестве индивидуального предпринимателя 12.2004 (ОГРНИП: <.....>, ИНН: <.....>).

же из выписки ЕГРИП следует, что одним из видов деятельности ИП <.....> является деятельность страховых агентов и брокеров; деятельность вспомогательная прочая в сфере страхования и пенсионного обеспечения.

вышеизложенного следует, что рассматриваемые рекламы размещены и распространены ИП <.....> с целью получения индивидуальным предпринимателем прибыли от экономической деятельности, что отвечает предмету предпринимательской деятельности.

материалами рекламного дела установлено, что услуги по страхованию оказываются АО «АльфаСтрахование», АО «СОГАЗ» на основании заключенных с <.....> агентских договоров.

асно материалам рекламного дела ИП <.....> осуществляется деятельность по адресу: <.....>.

из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем и распространителем рассматриваемых реклам, размещенных на наружной стене торгового центра, находящегося по адресу: <.....>, над входом в торговые помещения, на выносном штендере рядом со входом в указанное здание, является ИП <.....>

наим образом, Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований ч. 1 ст. 28 Закона о рекламе при распространении рассматриваемых реклам, произошло по вине рекламодателя и распространителя указанных реклам – ИП <.....>

состоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП <.....> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии ИП всех зависящих от неё мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

с даты принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения ненадлежащей рекламы.

в связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <.....> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

на основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных

Р Е Ш И Л А:

ризнать рекламы следующего содержания:

ОГАЗ страховая группа АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ сервис будущего в настоящем
ОКО • ОСАГО • ИПОТЕКА • ЖИЗНЬ», размещённую на внешней стене
ового центра, находящегося по адресу: <.....>, над входом с торговые
ещения,

АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ КАСКО ОСАГО ИПОТЕКА ЖИЗНЬ КВАРТИРА ДОМ тел.
...>», размещённую на выносном штендере рядом со входом в торговый центр,
адлежащими, поскольку они распространены с нарушением требований ч. 1
28 Закона о рекламе.

ыдать ИП <.....> предписание о прекращении нарушения законодательства
сийской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанной
1 Решения ненадлежащей рекламы.

передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС
сии для возбуждения в отношении ИП <.....> (ОГРНИП: <.....>, ИНН: <.....>) дела
административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса
сийской Федерации об административных правонарушениях.

ление в полном объеме изготовлено 13 февраля 2023 года. Решение может быть
каловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия
шения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного
цессуального кодекса Российской Федерации.

едседатель Комиссии _____ <.....>

ны Комиссии _____ <.....>

_____ <.....>

