

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Мордовия (далее - Мордовское УФАС России) ., рассмотрев протокол об административном правонарушении № 174 от 03.05.2018г. и материалы дела № 268/12-р/адм об административном правонарушении, возбужденного **в отношении гражданина – Ж.** (дата рождения: ; место рождения: ; адрес регистрации:; паспорт выдан , код подразделения),

УСТАНОВИЛ:

В рамках дела № 5/4-Р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе рассмотрены обстоятельства распространения на территории Республики Мордовия в выпусках газеты «Новая жизнь» №39 (9112) 29 сентября 2017 года, стр.6, №43(9116) 27 октября 2017, стр.6 рекламы «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО без доп. услуг, полиса в наличии тех. осмотр восстановление скидок – до 100 л.с – 3623 руб* - от 100 до 120 л.с – 3953 руб* - от 120 до 150 л.с – 4612 руб* - свыше 150 л.с – 5271 руб* *цены указаны без учета скидки за стаж вождения п.Атяшево пер.Школьный д.2 8-962-595-38-64 с 8-00 до 20-00 без выходных», «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО БЕЗ ДОП.УСЛУГ, ПОЛИСА В НАЛИЧИИ ТЕХ.ОСМОТР, ВОССТАНОВЛЕНИЕ СКИДКИ ДО 50% - до 100 л.с. – 3623 руб. – от 100 до 120 л.с. – 3953 руб. – от 120 до 150 л.с. – 4612 руб. – свыше 150 л.с. – 5271 руб. *ЦЕНЫ УКАЗАНЫ БЕЗ УЧЕТА СКИДКИ ЗА СТАЖ ВОЖДЕНИЯ П.Атяшево, пер.Школьный, д.2 (здание бывшего кинотеатра) 8-962-595-38-64 С 8.30 до 17.00ч. с 17.00ч. по согласованию. Без выходных. ИП А.. ИНН », в которой содержатся недостоверные сведения о возможности приобретения страховых услуг по линейке цен, не учитывающих особенностей страховых тарифов по всему спектру базовых ставок и коэффициентов, и о техосмотре, восстановлении скидок, не предоставляемых по указанному в рекламе адресу, а также отсутствует существенная информация, разъясняющая суть рекламного предложения о предоставлении страховых услуг страховым агентом, действующим от имени и в интересах страховых организаций, чье наименование в рекламе умалчивается. Решением Комиссии Мордовского УФАС России от 23.03.2018 № 169 по делу № 5/4-Р такая реклама была признана ненадлежащей, нарушающей требования пунктов 3, 4, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

По установленному факту нарушения законодательства о рекламе в отношении Ж. в последующем был составлен протокол Мордовского УФАС России об административном правонарушении № 174 от 03.05.2018г., согласно которому н а з в а н н о м у гражданину вменяется совершение административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Протокол Мордовского УФАС России об административном правонарушении № 174 от 03.05.2018г. составлен в присутствии Ж , в котором им собственноручно сделана запись, что с протоколом согласен и в настоящее время ненадлежащая реклама не распространяется. К о п и я протокола об административном правонарушении № 174 от 03.05.2018г. вместе с определением от 03.05.2018 № 339 о назначении времени и места рассмотрения дела об административном правонарушении вручены лично Ж. Содержание протокола об административном правонарушении № 174 от 03.05.2018г. соответствует требованиям статьи 28.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, каких-либо нарушений при его составлении не выявлено.

С учетом изложенного, протокол Мордовского УФАС России об административном правонарушении № 174 от 03.05.2018г. рассмотрен в порядке статей 25.15, 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в присутствии Ж дминистративное правонарушение выразилось в следующем.

Публикация сообщений рекламного характера подтверждается выпусками газеты «Новая жизнь», а именно:

в выпуске газеты «Новая жизнь» №39 (9112) 29 сентября 2017 года, стр.6, размещено объявление «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО без доп. услуг, полиса в наличии тех. осмотр восстановление скидок – до 100 л.с – 3623 руб* - от 100 до 120 л.с – 3953 руб* - от 120 до 150 л.с – 4612 руб* - свыше 150 л.с – 5271 руб* *цены указаны без учета скидки за стаж вождения п.Атяшево пер.Школьный д.2 8-962-595-38-64 с 8-00 до 20-00 без выходных»;

в выпуске газеты «Новая жизнь» №43(9116) 27 октября 2017, стр.6, размещено объявление «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО БЕЗ ДОП.УСЛУГ, ПОЛИСА В НАЛИЧИИ ТЕХ.ОСМОТР, ВОССТАНОВЛЕНИЕ СКИДКИ ДО 50% - до 100 л.с. – 3623 руб. – от 100 до 120 л.с. – 3953 руб. – от 120 до 150 л.с. – 4612 руб. – свыше 150 л.с. – 5271 руб. *ЦЕНЫ УКАЗАНЫ БЕЗ УЧЕТА СКИДКИ ЗА СТАЖ ВОЖДЕНИЯ П.Атяшево, пер.Школьный, д.2 (здание бывшего кинотеатра) 8-962-595-38-64 С 8.30 до 17.00ч. с 17.00ч. по согласованию. Без выходных. ИП А. ИНН ».

Опубликованная в двух выпусках газеты «Новая жизнь» информация адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к услугам автострахования, ОСАГО, технического осмотра по указанным в объявлении ценам, о возможности восстановления скидки, и такая информация поддерживает интерес к предлагаемым услугам, тем самым способствует их продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью 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 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования являются услуги автострахования, ОСАГО, технического осмотра, которыми предлагается воспользоваться по указанному в рекламе адресу (п.Атяшево пер.Школьный д.2), по указанным в рекламе ценам и с возможностью восстановления скидки.

По указанному в рекламе адресу предпринимательскую деятельность осуществляет ИП А. опосредованно через Ж., пользующегося абонентским номером 8-96, ссылка на который также содержится в рекламе, что подтверждается договором аренды помещения №9 от 11.01.2017г., заключенным между Н. и ИП А., договором № 1 возмездного оказания услуг от 09.10.2017г., заключенным между Ж. и ИП А., договором оказания услуг связи, предоставленным с письмом ПАО «ВымпелКом» (оператор связи Билайн) от 01.12.2017 № 53/11 (вх. №5735 от 15.12.2017) и приобщенным к материалам настоящего дела.

Соответственно, реклама услуг автострахования, ОСАГО, технического осмотра, которыми предлагается воспользоваться на условия восстановления скидки и по ценам, сообщаемым в рекламе, а также по адресу: п.Атяшево пер.Школьный д.2, распространена в предпринимательских интересах ИП А., сведения о которой сообщаются во второй версии рекламного объявления, опубликованного в выпуске газеты «Новая жизнь» №43(9116) 27 октября 2017, стр.6.

Рассматриваемая реклама размещена в газете «Новая жизнь», выпускаемой в свет на основании свидетельства о регистрации средства массовой информации ПИ № от 14.01.2013, согласно которому территорией распространения периодического печатного издания является Республика Мордовия.

Следовательно, распространение рассматриваемой рекламы осуществлено на территории Республики Мордовия.

Согласно сведениям об индивидуальном предпринимателе – А. (ИНН ; ОГРНИП), размещенным на официальном сайте Федеральной налоговой службы egrul.nalog.ru (распечатка по состоянию на 24.11.2017 имеется в материалах дела), *основным видом деятельности названного предпринимателя является деятельность страховых агентов и брокеров (ОКВЭД 66.22).*

ИП А. осуществляет деятельность страхового агента на основании агентского договора № от 01.06.2015г., заключенного между ООО «Поволжский страховой альянс» (страховщик) и ИП А. (страховой агент), в рамках которого страховой агент обязуется совершать от имени страховщика действия по заключению договоров страхования по видам страхования, предоставляемым страховщиком, а также на основании агентского договора № 00б оказании услуг в сфере страхования от 03.10.2017г., заключенного между ПАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» (страховщик) и ИП А. (агент), в рамках которого агент обязуется за вознаграждение, от имени, в интересах и за счет страховщика осуществлять деятельность, связанную с оказанием агентом страховщику, в частности, таких услуг как заключение договоров страхования со страхователями по таким видам страхования: страхование от огня и других опасностей имущества юридических лиц, страхование имущества граждан, страхование автотранспортных средств физ.лиц, страхование автотранспортных средств юр.лиц, обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, страхование грузов, страхование гражданской ответственности организаций, эксплуатирующих опасные производственные объекты, страхование строительно-монтажных работ, страхование граждан от несчастных случаев, страхование медицинских расходов граждан, выезжающих за границу, добровольное медицинское страхование, комплексное ипотечное страхование, обязательное страхование гражданской ответственности владельцев опасного объекта.

Следовательно, ИП А. является *страховым агентом, предоставляющим страховые услуги ООО «Поволжский страховой альянс», ПАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ»*, в число которых входит такой вид страхования как обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО).

Распространение рекламы страховых услуг должно осуществляться при обязательном упоминании наименования страховой организации, оказывающей такие услуги и осуществляющей страховую деятельность, однако в рассматриваемой рекламе, посредством которой предлагается воспользоваться страховыми услугами (автострахование, ОСАГО), сведения о страховщиках отсутствуют.

В соответствии с частью 1 статьи 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).

Вместе с тем, действующим законодательством о рекламе закреплена обязанность доводить до потребителей рекламы все необходимые сведения, способные формировать правильное, достоверное представление об объекте рекламирования.

В рассматриваемом случае объектом рекламирования являются страховые услуги, которые предлагает страховой агент ИП А., не обладающая статусом страховщика и самостоятельно не осуществляющая страховую деятельность.

Распространенная реклама направлена на формирование желания воспользоваться страховыми услугами и воспринимается с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями, как непосредственное предложение страховщика, тогда как в действительности такое предложение исходит от страхового агента, продвигающего свои услуги. В этой связи до сведения потребителей не доводится существенная информация, разъясняющая суть рекламного предложения о том, что страховые услуги предоставляются страховым агентом, действующим от имени и в интересах конкретной страховой организации, что искажает смысл рекламы и потребители вводятся в заблуждение, поскольку они лишены возможности воспринимать в полной мере все условия приобретения таких услуг.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Наряду с этим, в рекламе предлагается техосмотр, восстановление скидки и приводятся количественные показатели цены с пометкой о том, что цены указаны без учета скидки за страхование.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона от 01.07.2011 № 170-ФЗ «О техническом осмотре транспортных средств и о внесении изменений в отдельные

законодательные акты Российской Федерации» *технический осмотр проводится операторами технического осмотра, аккредитованными* в соответствии с настоящим Федеральным законом *профессиональным объединением страховщиков*, созданным в соответствии с Федеральным законом от 25 апреля 2002 года № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств».

ИП А., не имеющая соответствующей аккредитации и тем самым не наделенная правом проведения технического осмотра, в письме от 18.01.2018г. б/н (вх.№158 от 18.01.2018) признала, что в рассматриваемой рекламе содержится некорректная ссылка на «техосмотр» и сослалась на то, что при заключении договора обязательного страхования допускается производить осмотр транспортного средства, то есть предстраховой осмотр автомобиля. Тем самым рекламное предложение о техосмотре, услугами которого невозможно воспользоваться по указанному в рекламе адресу, не соответствует действительности.

ИП А. в письме от 18.01.2018г. б/н (вх.№158 от 18.01.2018) также пояснила, что указанные в рекламе ценовые показатели соответствуют расчетам страховой премии по договорам ОСАГО в соответствии с Указанием Банка России от 19.09.2014 № 3384-У «О предельных размерах базовых ставок страховых тарифов и коэффициентах страховых тарифов, требованиях к структуре страховых тарифов, а также порядке их применения страховщиками при определении страховой премии по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств», в подтверждение чего в письме приведен расчет страховой премии.

Сопоставление показателей, используемых в приведенном расчете, с утвержденными базовыми ставками и коэффициентами, с учетом которых должны складываться страховые тарифы по договорам обязательного страхования, показывает, что в расчет показателей ИП А. заложено максимальное значение лишь одной базовой ставки страхового тарифа, применяемой для физических лиц и индивидуальных предпринимателей, при том, что в такой расчет избирательно включены только некоторые показатели из установленного перечня коэффициентов страховых тарифов (КТ, КБМ, КВС, КО, КМ, КС, КП, КН), а именно: КТ (коэффициент территории преимущественного использования транспортного средства), который учитывает только территорию районов Республики Мордовия и не учитывает территории Саранска и Рузаевки, примененный КБМ не учитывает всех особенностей наличия или отсутствия страховых возмещений при наступлении страховых случаев, произошедших в период действия предыдущих договоров обязательного страхования, КО не учитывает обстоятельство того, что договор обязательного страхования может быть заключен без ограничения количества лиц, допущенных к управлению транспортным средством, КВС не учитывает всех возрастных категорий и стажа водителя транспортного средства, в расчете не учтен КПр – коэффициент, предусматривающий возможность управления транспортным средством с прицепом к нему, КС не учитывает все предусмотренные периоды использования транспортного средства, КП не учитывает все предусмотренные сроки страхования.

Вместе с тем, как установлено выше, ИП А. осуществляет деятельность страхового агента на основании заключенных с двумя страховщиками гражданско-правовых договоров, согласно которым договоры страхования, оформленные при участии

страхового агента, заключаются со страхователями на условиях страхования, которые применяются такими страховщиками, не допускающими самостоятельного предоставления скидок (бонусов) страховым агентом.

В этой связи следует признать, что в распространенной рекламе, содержащей поясняющую надпись «*цены указаны без учета скидки за стаж вождения», умалчивается существенная информация об иных условиях, не учтенных в предлагаемой линейке цен, но способных повлиять на окончательную цену по ОСАГО, которая будет отличаться от рекламируемых цен, а ссылка на восстановление скидок, которые ИП А. не предоставляет, является недостоверной, что вводит потенциальных потребителей страховых услуг в заблуждение относительно действительных страховых тарифов, применяемых страховым агентом при заключении договоров обязательного страхования.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктами 3, 4, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного времени; о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара; об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Таким образом, распространенная на территории Республики Мордовия в выпусках газеты «Новая жизнь» №39 (9112) 29 сентября 2017 года, стр.6, №43(9116) 27 октября 2017, стр.6 реклама «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО без доп. услуг, полиса в наличии тех. осмотр восстановление скидок – до 100 л.с – 3623 руб* - от 100 до 120 л.с – 3953 руб* - от 120 до 150 л.с – 4612 руб* - свыше 150 л.с – 5271 руб* *цены указаны без учета скидки за стаж вождения п.Атяшево пер.Школьный д.2 8-962-595-38-64 с 8-00 до 20-00 без выходных», «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО БЕЗ ДОП.УСЛУГ, ПОЛИСА В НАЛИЧИИ ТЕХ.ОСМОТР, ВОССТАНОВЛЕНИЕ СКИДКИ ДО 50% - до 100 л.с. – 3623 руб. – от 100 до 120 л.с. – 3953 руб. – от 120 до 150 л.с. – 4612 руб. – свыше 150 л.с. – 5271 руб. *ЦЕНЫ УКАЗАНЫ БЕЗ УЧЕТА СКИДКИ ЗА СТАЖ ВОЖДЕНИЯ П.Атяшево, пер.Школьный, д.2 (здание бывшего кинотеатра) 8-962-595-38-64 С 8.30 до 17.00ч. с 17.00ч. по согласованию. Без выходных. ИП А. ИНН », в которой содержатся недостоверные сведения о возможности приобретения страховых услуг по линейке цен, не учитывающих особенностей страховых тарифов по всему спектру базовых ставок и коэффициентов, и о техосмотре, восстановлении скидок, не предоставляемых по указанному в рекламе адресу, а также отсутствует существенная информация, разъясняющая суть рекламного предложения о предоставлении страховых услуг страховым агентом, действующим от имени и в интересах страховых организаций, чье наименование в рекламе умалчивается, нарушает требования пунктов 3, 4, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» и поэтому является ненадлежащей рекламой.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям

законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что *рекламодатель* несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 3 и 7 статьи 5, статьей 28 настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как установлено выше, ненадлежащая реклама распространена в интересах ИП А., для которой по указанному в рекламе адресу Ж. осуществляет поиск и подбор клиентов на страхование, проводит переговоры со страхователями о заключении договоров страхования, передает страхователям документацию для заполнения, оформляет договоры страхования на основании доверенности, выданной ИП А. Для таких целей Ж. произвел заказ на размещение рассматриваемой рекламы в выпусках газеты «Новая жизнь», что подтверждается его объяснением б/н, б/д (вх. №1011 от 15.03.2018).

Соответственно, Ж., заинтересованный в продвижении услуг страхового агента ИП А., поскольку является её субагентом на основании договора № 1 возмездного оказания услуг от 09.10.2017г., определил содержание такой рекламы и инициировал её дальнейшее распространение, и тем самым, наряду с ИП А., выступил рекламодателем ненадлежащей рекламы, действиями которого опосредовано и выражено нарушение требований пунктов 3, 4, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Ж., выступая в качестве рекламодателя, имел и правовую, и реальную возможность выполнить обязанность по соблюдению требований законодательства о рекламе, однако не проявил разумной заботливости и осмотрительности по соблюдению требований, установленных пунктами 3, 4, 20 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», следствием чего стало распространение ненадлежащей рекламы, за что предусмотрена административная ответственность.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2-4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях - 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.

Исследовав и оценив обстоятельства настоящего дела в их совокупности,

уполномоченное должностное лицо территориального антимонопольного органа пришло к следующим выводам.

Ж., реализуя свою волю по распространению рассматриваемой рекламы в интересах ИП А., оказывающей услуги страхового агента, обязан был учитывать требования пунктов 3, 4, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» и при этом имел возможность не нарушать их.

Однако Ж. не были предприняты все зависящие от него меры по соблюдению требований пунктов 3, 4, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», тем самым Ж. пренебрежительно отнесся к исполнению своих обязанностей соблюдать требования законодательства о рекламе, вследствие чего допустил распространение ненадлежащей рекламы с недостоверными сведениями о возможности приобретения страховых услуг по линейке цен, не учитывающих особенностей страховых тарифов по всему спектру базовых ставок и коэффициентов, и о техосмотре, восстановлении скидок, не предоставляемых по указанному в рекламе адресу, а также с отсутствующей в рекламе существенной информацией, разъясняющей суть рекламного предложения о предоставлении страховых услуг страховым агентом, действующим от имени и в интересах страховых организаций, чье наименование в рекламе умалчивается.

Частью 1 статьи 2.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В рассматриваемом случае вина гражданина - Ж., состоящего в договорных отношениях с ИП В., заключается в непринятии им исчерпывающих мер по соблюдению установленных норм и правил рекламного законодательства.

Учитывая изложенное, следует признать, что Ж. (дата рождения: ; место рождения:), при попустительстве которого на территории с.Дубенки Дубенского района Республики Мордовия в двух выпусках газеты «Новая жизнь» №39 (9112) 29 сентября 2017 года, стр.6, №43(9116) 27 октября 2017, стр.6 распространялась ненадлежащая реклама услуг автострахования, ОСАГО с недостоверными сведениями о возможности приобретения таких услуг по линейке цен, не учитывающих особенностей страховых тарифов по всему спектру базовых ставок и коэффициентов, и о техосмотре, восстановлении скидок, не предоставляемых по указанному в рекламе адресу, а также с отсутствующей в рекламе существенной информацией, разъясняющей суть рекламного предложения о предоставлении страховых услуг страховым агентом, действующим от имени и в интересах страховых организаций, чье наименование в рекламе умалчивается, виновен в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена санкциями части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Местом и временем совершения рассматриваемого правонарушения является село Дубенки Дубенского района Республики Мордовия, где в течение месяца в двух выпусках газеты «Новая жизнь» №39 (9112) 29 сентября 2017 года, №43(9116) 27

октября 2017 распространялась ненадлежащая реклама «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО без доп. услуг, полиса в наличии тех. осмотр восстановление скидок – до 100 л.с – 3623 руб* - от 100 до 120 л.с – 3953 руб* - от 120 до 150 л.с – 4612 руб* - свыше 150 л.с – 5271 руб* *цены указаны без учета скидки за стаж вождения п.Атяшево пер.Школьный д.2 8-962-595-38-64 с 8-00 до 20-00 без выходных», «АВТОСТРАХОВАНИЕ ОСАГО БЕЗ ДОП.УСЛУГ, ПОЛИСА В НАЛИЧИИ ТЕХ.ОСМОТР, ВОССТАНОВЛЕНИЕ СКИДКИ ДО 50% - до 100 л.с. – 3623 руб. – от 100 до 120 л.с. – 3953 руб. – от 120 до 150 л.с. – 4612 руб. – свыше 150 л.с. – 5271 руб. *ЦЕНЫ УКАЗАНЫ БЕЗ УЧЕТА СКИДКИ ЗА СТАЖ ВОЖДЕНИЯ П.Атяшево, пер.Школьный, д.2 (здание бывшего кинотеатра) 8-962-595-38-64 С 8.30 до 17.00ч. с 17.00ч. по согласованию. Без выходных. ИП А. ИНН ».

В силу части 1 статьи 29.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дело об административном правонарушении рассматривается по месту его совершения.

С учетом норм части 1 статьи 4.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях давность привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе исчисляется сроком в один год.

Соответственно, на дату вынесения настоящего постановления срок привлечения к административной ответственности по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях не истек.

При рассмотрении настоящего дела учитывается, что ненадлежащая реклама, содержащая недостоверные сведения о предлагаемых услугах в сфере страхования и при этом умалчивающая существенную информацию о предоставлении таких услуг страховым агентом, действующим от имени и в интересах страховых организаций, чье наименование в рекламе отсутствует, нарушает права потребителей рекламы на получение достоверной и полной информации и тем самым посягает на установленный, регламентированный государством, порядок распространения рекламы.

С учетом изложенного, малозначительность административного правонарушения отсутствует.

Вместе с тем, учитывается, что в настоящее время распространение ненадлежащей рекламы услуг автострахования, ОСАГО, предлагаемых страховым агентом ИП А., в выпусках газеты «Новая жизнь» прекращено. Также в процессе административного производства не установлено фактов привлечения в течение 2017 – 2018 года гражданина – Ж. к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства.

Данные обстоятельства, с учетом положений статьи 4.6 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, принимаются как обстоятельства, смягчающие административную ответственность.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

Руководствуясь пунктами 3, 4, 20 части 3 статьи 5, частью 7 статьи 5, частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе», а также частью 1 статьи 14.3,

статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать **гражданина - Ж.** (дата рождения: ; место рождения: ; адрес регистрации: ; паспорт выдан , код подразделения нарушившим часть 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку им не соблюдены требования пунктов 3, 4, 20 части 3 статьи 5, части 7 статьи 5, части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

2. Применить к **гражданину - Ж** .(дата рождения: ; место рождения: ; адрес регистрации: Р; паспорт выдан , код подразделения) меры административной ответственности в виде административного штрафа в размере двух тысяч (2000) рублей.

Сумму штрафа необходимо перечислить на счет казначейства:

Получатель: ИНН 1326136739; КПП 132601001 УФК по Республике Мордовия (Мордовское УФАС России, л/с 04091091570) код администратора доходов КБК 161 1 16 26000 01 6000 140 ОКТМО 89701000; Банк получателя: Отделение - НБ Республика Мордовия г.Саранск БИК 048952001 Расчетный счет 40101810900000010002; Назначение платежа: Денежные взыскания (штрафы) за нарушение законодательства о рекламе по постановлению Мордовского УФАС России от 06.06.2018 № 357.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП) штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

Согласно части 5 статьи 32.2 КоАП при отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного штрафа, и информации об уплате административного штрафа в Государственной информационной системе о государственных и муниципальных платежах, по истечении срока, указанного в [части 1](#) настоящей статьи, должностное лицо, вынесшее постановление, направляет в течение десяти суток постановление о наложении административного штрафа с отметкой о его неуплате судебному приставу-исполнителю для исполнения в порядке, предусмотренном федеральным законодательством, а также составляет протокол об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 20.25 настоящего Кодекса, в отношении лица, не уплатившего административный штраф.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление

по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в суд общей юрисдикции в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Руководитель Управления