

ФАС России: страховая компания «Согласие» нарушила закон о рекламе

12 ноября 2010, 12:42

9 ноября 2010 года Комиссия Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) признала ненадлежащей, нарушающей требования части 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» рекламу страховых услуг Страховой компании (СК) «Согласие» (ООО).

Комиссия ФАС России установила, что в июле–августе страховая компания разместила на одном из сайтов рекламный баннер, не указав в нем свою организационно-правовую форму, вопреки требованиям части 1 статьи 28 закона о рекламе.

В баннере на сайте содержалось название поставщика страховых услуг – «Согласие», утверждение «Профессиональная страховая защита бизнеса» и «Все виды страхования», а также номер телефона. Организационно-правовая форма компании, а именно – Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – в рекламе отсутствовала. Дело в отношении страховой компании антимонопольная служба возбудила по обращению гражданина с указанием на признаки нарушения закона в рекламе страховых услуг, оказываемых компанией.

По итогам рассмотрения дела Комиссия ФАС приняла решение предписание компании не выдавать, поскольку она прекратила распространение ненадлежащей рекламы.

Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении рекламодателя, то есть – ООО СК «Согласие», предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ) для определения размера штрафа.

«Страховые компании обязаны строго соблюдать нормы закона о рекламе, так как при выборе страховщика потребитель чаще всего обращает внимание на его рекламу. А реклама для страховщика это возможность привлечь клиента (потребителя) и чем реклама добросовестнее, тем легче потребителю сделать правильный выбор», - отметил начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов.

Справка:

В соответствии с частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица – наименование).

Согласно части 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

В прошлом году ФАС России и ее территориальные органы пресекли более 8,8 тысяч фактов ненадлежащей рекламы.

Следите за новостями ФАС России в [Twitter](#) и [Facebook](#).