



# Особенности антимонопольного регулирования на рынке страховых услуг

*Докладчик:*

*Лилия Клоченко, партнер, Генеральный директор  
Юридическая Компания АКП Консалтинг*

*Москва - 24 сентября 2007 года  
Мастер-Центр СТРАХОВАНИЕ*



## **Правовая оценка отдельных положений законодательства**

- ❖ **Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»**
- ❖ **Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»**
- ❖ **Закон о об организации страхового дела в РФ от 27.11.1992 №4015-1**
- ❖ **Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: изменения от 09.04.2007 №45-ФЗ и от 22.06.2007 №116-ФЗ**



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг – общее:

### Три группы норм:

- √ нормы, которые распространяются только на финансовые организации,
- √ нормы, которые **не** распространяются на финансовые организации и
- √ нормы, которые распространяются на всех субъектов рынка.

*Большинство норм данного закона относится к третьей группе.*

*К первой группе относится ч. 7 ст. 5, п. 7 ч. 1 ст. 10, ст. 18, пункты 3 и 5 ч. 1 ст. 27, ст. 29, пункты 3 и 4 ч. 1 ст. 30, части 9-11 ст. 35 Закона*



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (1):

Федеральный закон от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»

*Экстерриториальность действия (ст.3):*

- √ Установлена в отношении соглашений российских или иностранных лиц или организаций.
- √ Регулирует заключенные за пределами России соглашения, достигнутые в отношении активов, акций (долей) российских хозяйственных обществ, прав в отношении российских коммерческих организаций.



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.1):

### Доминирующее положение страховых организаций:

- √ Условия признания доминирующим положения страховой организации и Порядок установления такого положения определяются Правительством РФ (п.7. ст.5 Закона, Постановление №359 от 09.06.2007)
- √ Признается доминирующим положение страховой организации, доля которой **превышает**:
  - 10% - на единственном рынке (федеральный), или
  - 20% - на рынке с товаром, обращающимся и на иных рынках (региональный),
  - и доля увеличивается и превышает указанные значения
- √ Порядок проведения анализа **состояния конкуренции** в целях установления доминирующего положения страховой организации утверждается ФАС России



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.2):

### Порядок определения доминирующего положения:

- √ определения ее доли в границах товарного рынка независимо от ее места нахождения, указанного в учредительных документах,
- √ Этапы установления:
  - а) установление сферы обращения финансовой услуги путем определения границ соответствующего товарного рынка на основе исследования спроса и предложения финансовой услуги;
  - б) определение объема финансовых услуг и долей финансовых организаций на соответствующем товарном рынке;
  - в) определение наличия условий признания доминирующим положения финансовой организации.<sup>6</sup>



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.3):**

**Расчет объема финансовых услуг на товарном рынке осуществляется на основе следующих показателей (в стоимостном выражении):**

- в отношении услуг, оказываемых страховщиком и обществом взаимного страхования: объем собранной финансовой организацией страховой премии по каждому виду страхования за отчетный период (п/п б) п.7)
- в отношении услуг, оказываемых страховым брокером, - размер дохода страхового брокера по договору об оказании брокерских услуг (п/п и) п.7)



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.4):

**Установление доминирующего положения** финансовой организации осуществляется с учетом следующих сведений:

- а) данные государственной статистической отчетности, финансово-экономической и иной отчетности финансовых организаций;
- б) сведения об объеме предоставленных услуг;
- в) сведения, характеризующие сферу обращения финансовой услуги;
- г) сведения о возможности финансовой организации оказывать решающее влияние на общие условия предоставления услуги на соответствующем товарном рынке, устранять с указанного рынка и (или) затруднять доступ на указанный рынок других субъектов;
- д) заключения независимых экспертиз;
- е) данные о состоянии и структуре товарного рынка;
- ж) сведения о наличии экономических, технологических, административных или иных ограничений доступа на товарный рынок.



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.5):

### П.9 Постановления №359:

- √ доля финансовой организации на товарном рынке определяется исходя из отношения объема финансовых услуг определенного вида, оказанных ею, в натуральном и (или) стоимостном выражении к общему объему финансовых услуг данного вида, оказанных в границах товарного рынка
- √ Расчет объема, исходя из основных показателей:
  - объем собранной страховой премии по каждому виду страхования за отчетный период,
  - могут использоваться другие показатели, деятельности организации, рассчитываемые на основании данных финансово-экономической, статистической и другой отчетности организации.



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.6):

⇒ Кто определяет:

- антимонопольный орган (в целях установления доминирующего положения или факта злоупотребления доминирующим положением, исходя из запрошенных у организации документов, заключений независимых экспертиз, статистических данных или документов, которые организация предоставляет согласно п. 9 и п. 10 ст. 35 ),
- организация самостоятельно



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (2.7):

- Единственный в Российской Федерации товарный рынок – это рынок, на котором обращается товар, не имеющий замены. Под товарным рынком Федеральный закон «О защите конкуренции» понимает и рынок финансовых услуг.
- Иной рынок в контексте «товар, обращающийся на товарном рынке, обращается также на иных товарных рынках в Российской Федерации» означает, что один товар обращается на двух и более товарных рынках.

*Если товар обращается более чем на одном рынке, уведомлять антимонопольный орган не требуется, если доля организации на одном из рынков, на котором обращается данный товар, менее 20 процентов.*



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (3):

### Злоупотребление доминирующим положением: УСТАНОВЛЕН:

- √ **Общий запрет на действия (бездействие) доминирующей страховой организации, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц**

### ОЦЕНИВАЕТСЯ:

- √ **Влияние доминирующей страховой организации на состояние конкурентной среды как на рынке, где установлено доминирование, так и на смежных рынках**



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (4):**

### **Злоупотребление доминирующим положением (ст.10):**

- ✓ **установление необоснованно высокой / низкой цены финансовой услуги**
- ✓ **навязывание контрагенту невыгодных условий договора**
- ✓ **не обоснованные сокращение или прекращение оказания финансовых услуг**
- ✓ **не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями**
- ✓ **не обоснованное установление различных цен (тарифов) на одни и те же финансовые услуги**
- ✓ **создание дискриминационных условий**
- ✓ **создание препятствий доступу на рынок или выходу с рынка другим хозяйствующим субъектам**



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (5):**

### **Соглашения и согласованные действия, ограничивающие конкуренцию:**

- √ **Более жесткий правовой режим контроля за соглашениями финансовых организаций по сравнению с соглашениями хозяйствующих субъектов:**
  - допустимость заключения вертикальных соглашений не распространена на соглашения между финансовыми организациями
  - обязанность уведомить обо всех достигнутых соглашениях финансовых организаций
- √ **Предусмотрена возможность согласования с антимонопольным органом проекта соглашения в предварительном порядке**



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (6.1):

### Уведомление о соглашениях:

- √ Финансовые организации обязаны уведомить антимонопольный орган обо всех достигнутых соглашениях, за исключением трех типов соглашений:
  - договоров между финансовыми организациями, имеющими в совокупности долю на рынке менее норматива, установленного Правительством (доля 10% на федеральном рынке; 20% на региональном рынке РФ);
  - договоров о предоставлении финансовых услуг (договоры кредита, депозита, страхования и т.п.);
  - договоров, заключаемых в процессе обычной хозяйственной деятельности, то есть для обеспечения хозяйственных нужд (договоры аренды, размещения рекламы, закупки оборудования и т.п.)



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (6.2):

Пример:

Соглашение с участием в качестве одной из сторон соглашения финансовой организации, не было признано сделкой в процессе обычной хозяйственной деятельности - Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 02.05.2007 г. по делу № 09АП-5198/2007-АК.

В постановлении суд указал на то, что к соглашениям, заключаемым в процессе обычной хозяйственной деятельности, относятся соглашения о предоставлении товаров, работ, услуг для хозяйственных нужд финансовой организации.

При этом суд сослался на пункт 30 Постановления Пленума ВАС РФ №19 от 18.11.2003.

=> в целях применения п. 3 ч. 9 ст. 35 Закона под договорами, заключенными в процессе обычной хозяйственной деятельности, следует понимать договоры, не содержащие положения об оказании финансовых услуг или намерении оказывать такие услуги, и единственным предметом которых является приобретение финансовыми организациями товаров, работ, услуг для обеспечения их хозяйственных нужд как обычного хозяйствующего субъекта, то есть неспецифической деятельности финансовой организации.



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (6.3):

### Обязанность уведомлять о:

- √ соглашения о сотрудничестве между страховой организацией и банком: ч. 9 ст. 35 Закона.

*Соглашение о сотрудничестве не может входить в исключение как соглашение между финансовыми организациями, имеющими в совокупности долю на товарном рынке менее норматива, установленного Правительством РФ, поскольку в этой норме имеется в виду один рынок. В нашем случае есть два рынка: рынок, на котором действуют страховые организации, и рынок, на котором действуют банки.*

*В связи с этим Постановления № 359 и 409 не применяются и доля организации на определенном рынке значения не имеет.*

### Форма уведомления:

в соответствии с ч. 9 ст. 35 - утверждена Приказом ФАС от 25.06.2007 г. № 184.



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (7):

### Типы соглашений и согласованных действий, ограничивающих конкуренцию:

- √ раздел рынка по территориальному принципу, объему оказания финансовых услуг, составу продавцов или покупателей
- √ не обоснованное установление различных цен (тарифов) на одну и ту же финансовую услугу
- √ навязывание контрагенту условий договора, не выгодных для него или не относящихся к предмету договора
- √ создание препятствий доступу на рынок



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (1):**

### **Соглашение акционеров банка и страховой компании:**

- эксклюзивный характер взаимодействия в сфере личного страхования заемщиков
- возможность необоснованного отказа Банка в заключении договоров с иными страховщиками, желающими предоставлять услуги личного страхования заемщикам Банка
- согласование тарифа (цены услуги)



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (9):

### Недобросовестная конкуренция:

- √ Запрещены любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые
- направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности
  - противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости
  - и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (2):**

Дело: Жалоба на действия конкурсной комиссии МУ «Городское хозяйственное управление» г. Ростова-на-Дону при подведении итогов конкурса на закупку услуг по ОСАГО:

- победителем конкурса была признана ОАО СК «Эни», предложившая наименьшую цену контракта**
- цена контракта – цена ОСАГО рассчитана ОАО СК «Эни» с нарушением положений постановления Правительства Российской Федерации от 07.05.2003 № 264**
- нарушение статьи 14 ФЗ «Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» в части совершения действий, направленных на приобретение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречащих законодательству РФ и обычаям делового оборота и причинивших или могущих причинить убытки другим страховым организациям - конкурентам на рынке страховых услуг.**

Результат: Предписание Ростовского УФАС в адрес страховщика.



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (3):**

В 2006 году ФАС России возбудило 328 дел:

- **Злоупотребление финансовой организацией доминирующим положением (статья 5 Закона) – 3 дела (2005 – 3 дела);**
- **Соглашения (согласованные действия) финансовых организаций, ограничивающие конкуренцию (статья 6) – 14 дел (2005 - 34 дела);**
- **Недобросовестная конкуренция (статья 15) - 51 дело (2005 - 41 дело);**
- **Акты и действия органов исполнительной власти, ограничивающие конкуренцию и нарушение порядка конкурсного отбора финансовых организаций (статьи 12, 13, 14) – 224 дела (2005 - 630 дел);**
- **Административные правонарушения (статьи 8,11, 17, 19, 26) – 36 дел (2005 - 59 дел);**



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг: практика применения (4):**

**Северо-Восточное УВД г. Якутска разместило заказ на оказание услуг по ОСАГО для государственных нужд путем запроса котировок.**

**По итогам размещения опубликован протокол рассмотрения и оценки котировочных заявок, определен победитель.**

**Ст. 18: федеральные органы исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов РФ осуществляют отбор страховых организаций путем проведения открытого конкурса или открытого аукциона в соответствии с положениями федерального закона о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд для оказания финансовых услуг, в том числе услуг по ОСАГО**

**Дело возбуждено Комиссией УФАС России по Республике Саха в отношении Северо-Восточного УВД г. Якутска по признакам нарушения ст. 18. Прекращено в связи с добровольным устранением Северо-Восточным УВД допущенного нарушения**



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (10):**

### **Ограничения антиконкурентных действий органов власти:**

- √ **Введено определение государственной помощи как произвольного предоставления индивидуальных льгот и преимуществ отдельным хозяйствующим субъектам;**
- √ **Установлены единые антимонопольные требования к проведению всех видов торгов (конкурсов, аукционов) органами государственной власти и органами местного самоуправления.**



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (11):

### Отбор страховых организаций на торгах:

- √ **Обязанность** конкурсного отбора страховых организаций возложена помимо органов власти на естественные монополии и государственные внебюджетные фонды
- √ Два вида отбора:
  - ✓ **открытый конкурс**
  - ✓ **открытый аукцион**
- √ **Отбор** страховых организаций - в порядке, установленном Законом о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд
- √ **Закрытый перечень** финансовых услуг: личное страхование, в том числе медицинское страхование; страхование имущества; негосударственное пенсионное страхование; страхование ответственности.



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (12):

### Контроль за экономической концентрацией:

- √ Отменено согласование каждой сделки
- √ Изменен критерий контроля за экономической концентрацией на рынке финансовых услуг:
  - переход от контроля Уставного капитала к контролю стоимости Активов
- √ Создание страховой организации, уставный капитал которой оплачивается исключительно денежными средствами, не требует согласия антимонопольного органа



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (13):**

**Постановление от 30.05.2007 года №334 (и п/п 3) п.1 ст.27 Закона):**

- √ **Пороговые значения для получения предварительного согласия на совершение сделок с акциями (долями), активами финансовых организаций, правами в отношении финансовых организаций:**
  - для страховых организаций – 200 млн. руб.
  - для страховых медицинских организаций – 50 млн. руб.
- √ **если величина активов приобретаемой организации в результате одной сделки или нескольких сделок превышает 10 процентов стоимости активов**



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (14):**

**Случаи и порядок уведомления страховщиками, обществами взаимного страхования и страховыми брокерами антимонопольного органа:**

- √ о создании финансовой организации в результате слияния финансовых организаций - не позднее чем через 45 дней после даты слияния, если стоимость ее активов не превышает 200 млн. руб. (50 млн. руб. – для страховой медицинской организации);
- √ о присоединении к страховщику, обществу взаимного страхования или страховому брокеру другой финансовой организации - не позднее чем через 45 дней после даты присоединения, если стоимость активов реорганизованной финансовой организации не превышает 200 млн. руб. (50 млн. руб. для страховой медицинской организации).
- √ о соглашениях между финансовыми организациями, если при этом превышает норматив совокупной доли финансовых организаций на товарном рынке: 10 % или 20.



## Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (15):

П. 9. ст. 35 : обязанность уведомить обо всех соглашениях, достигнутых в любой форме между ними или с госорганами, а также с любыми организациями, за исключением:

- √ соглашений между финансовыми организациями, имеющими в совокупности долю на товарном рынке менее норматива, установленного Правительством Российской Федерации;
- √ соглашений, являющихся договорами о предоставлении финансовых услуг;
- √ соглашений, являющихся договорами, заключаемыми финансовой организацией в процессе обычной хозяйственной деятельности.

Для возникновения обязанности уведомлять антимонопольный орган в соответствии с п. 9 ст. 35 достаточно, чтобы финансовая организация была только одной из сторон соглашения.



## **Антимонопольное регулирование на рынке страховых услуг (16):**

- Однако п. 9 ст. 35 Федерального закона «О защите конкуренции» содержит перечень случаев, в которых финансовым организациям уведомлять антимонопольный орган не нужно.
- Так, не требуется уведомлять антимонопольный орган о соглашениях, если совокупная доля финансовых организаций не превышает 10 процентов на единственном в России товарном рынке или 20 процентов на товарном рынке, где действует указанное соглашение, и обращающийся на котором товар обращается также на иных товарных рынках в Российской Федерации (п. 4 Постановления Правительства РФ от 30.05.2007 г. № 334 «Об установлении величин активов финансовых организаций (за исключением кредитных организаций) и совокупной доли финансовых организаций (за исключением кредитных организаций) на товарном рынке в целях осуществления антимонопольного контроля»).



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (1):

Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в новой редакции:

- в целом **сохраняет** ранее действовавшие концептуальные **подходы** в регулировании отношений в сфере рекламы,
- **содержит ряд новых положений**, которые изменяют отдельные аспекты правового регулирования рекламы,
- **ужесточает требования** к рекламе финансовых услуг

*Примечание: в 2006 возбуждено 277 дел (рост примерно в 3 раза по сравнению с 2005 годом)*



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (2):

**Изменилось определение рекламы:**

**Реклама** - 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 (ст. 3).



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (3):

**Уточнен круг информации, которая не является рекламой (ст.2):**

- √ информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;
- √ справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;
- √ сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (4):

**... не является рекламой (ст.2):**

- √ вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;
- √ объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;
- √ информация о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенная на товаре или его упаковке;
- √ любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;
- √ упоминание о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которое органично интегрировано в произведения науки, литературы или искусства и само по себе не является сведениями рекламного характера.



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (5):

Новеллы: нормы, направленные на предупреждение распространения завуалированной рекламы товаров, ограниченных к рекламированию (часть 4 ст. 2 и часть 2 ст. 5 Закона):

**Во внимание принимаются:**

- √ указание в рекламе средств индивидуализации товаров, их производителей, продавцов,
- √ наличие сходства с товарными знаками товаров, запрещенных к рекламированию.



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (6):

Дополнительные требования к рекламе - в рекламе запрещается:

- использование образов медицинских и фармацевтических работников, за некоторыми исключениями;
- указание на лечебные свойства, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств;
- указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека;
- указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти;
- демонстрировать процессы курения и потребления алкогольной продукции, а также пива.



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (7):

### Изменились требования:

- √ Изменены нормы, направленные на защиту несовершеннолетних в рекламе. Запрет на использование образов несовершеннолетних предусмотрен в рекламе алкогольной продукции, пива, табака и табачных изделий, азартных игр и пари, оружия и продукции военного назначения (ст.ст. 21 – 23, 26, 27).
- √ Отменено требование о сообщении в рекламе о том, что товар подлежит обязательной сертификации, а также требование об указании информации о лицензии. Одновременно ужесточается ответственность за рекламу не сертифицированных товаров и деятельности при отсутствии лицензии.



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (8):

### Появились требования:

- √ к рекламе товаров при дистанционном способе их продажи (ст. 8 Закона),
- √ к рекламе, сообщающей о проведении стимулирующих мероприятий (ст. 9 Закона)

### Ужесточены требования к объему рекламы в телепрограммах:

- √ объем рекламы в телепрограммах не может превышать 20 % времени вещания в течение часа и 15% в течение суток (с 01.07.2006)
- √ 15 % времени вещания в течение часа (с 01.01.2008)



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (9):

### Уточнены:

- √ распространения наружной рекламы и установки рекламных конструкций (ст.19).
- √ контроль над установкой незаконно установленных рекламных конструкций передан органам местного самоуправления.

### Реклама на транспорте:

- √ изменились требования, предъявляемые к рекламе на транспорте (статья 20 Закона).
- √ с 1 января 2007 года вступит в силу запрет на использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций.



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (10):

### Реклама страховых услуг не должна:

- √ содержать гарантии или обещания в будущем доходности вложений, если такая доходность вложений не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;
- √ умалчивать об условиях оказания страховых услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (11):

### Сохранены полномочия антимонопольного органа:

- √ выдавать обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе;
- √ предъявлять в суд или арбитражный суд иски о запрете распространения рекламы;
- √ применять меры ответственности в соответствии с законодательством об административных правонарушениях.



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (12):

### Изменен порядок осуществления контр-рекламы:

Антимонопольный орган вправе предъявлять в суд или арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы (контр-рекламе) в случае

- √ установления факта распространения недостоверной рекламы и выдачи соответствующего предписания.
- √ суд определяет форму, место и сроки такого опровержения.



## Регулирование рекламы на рынке страховых услуг (13):

### Новые полномочия антимонопольного органа:

- ✓ обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительным разрешения на установку рекламной конструкции;
- ✓ выдавать органам власти обязательные для исполнения предписания об отмене или изменении актов, изданных ими и противоречащих законодательству о рекламе;
- ✓ обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительными полностью или в части противоречащих законодательству о рекламе нормативных и ненормативных актов органов власти.



## Регулирование страховой деятельности (1):

### Закон №4015-1:

Орган страхового надзора осуществляет надзор в целях (п.1 ст. 30):

- соблюдения страхового законодательства,
- предупреждения и пресечения нарушений страхового законодательства,
- обеспечения защиты прав и законных интересов страхователей, иных заинтересованных лиц и государства,
- эффективного развития страхового дела



## Регулирование страховой деятельности (2):

**Орган страхового надзора и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции на страховом рынке:**

Ст. 31:

Предупреждение, ограничение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции на страховом рынке обеспечивается федеральным антимонопольным органом в соответствии с антимонопольным законодательством РФ.



## Последствия нарушений и ответственность (1):

### Последствия нарушения порядка предварительного согласования или уведомления (ст. 34):

- √ ликвидация либо реорганизация в форме выделения или разделения в судебном порядке по иску антимонопольного органа, если ее создание привело или может привести к ограничению конкуренции,
- √ сделки признаются недействительными в судебном порядке по иску антимонопольного органа, если ...,
- √ неисполнение предписания влечет признание сделок недействительными + административная ответственность



## Последствия нарушений и ответственность (2):

### Ответственность за нарушения:

- √ обязательность исполнения решений и предписаний антимонопольного органа (ст. 36),
- √ ответственность несут как субъекты, так и должностные лица (ст. 37),
- √ возможность принудительного выделения или разделения организации при систематическом нарушении и при условии (ст. 38):
  - возможности обособления структурных подразделений организации,
  - отсутствие технологически обусловленной взаимосвязи (напр., <35% потребляется структурными подразделениями организации),
  - существует возможность самостоятельной деятельности

*Условия применяются совокупно*



## Последствия нарушений и ответственность (3):

### Основания для возбуждения дела (ст. 39):

- √ информация из государственных органов,
- √ заявления юридических или физических лиц,
- √ обнаружение антимонопольным органом,
- √ сообщения средств массовой информации

### Участники дела:

- √ заявитель,
- √ ответчик,
- √ заинтересованные лица



## Последствия нарушений и ответственность (5):

### Административная ответственность:

В КоАП предусмотрена ответственность за:

- ✓ неподачу ходатайств и уведомлений о совершении сделок экономической концентрации
- ✓ непредставление уведомлений о заключенных соглашениях
- ✓ непредставление информации в антимонопольный орган
- ✓ неисполнение предписания антимонопольного органа

*Поправки в КоАП ужесточают ответственность за нарушение антимонопольного законодательства  
Поправки вступили в силу с 13 мая 2007 года.*



## Последствия нарушений и ответственность (6):

### Административная ответственность:

- √ Злоупотребление страховой организацией своим доминирующим положением **влечет**:
  - для должностных лиц **штраф от 150 до 200 МРОТ**
  - для страховых организаций **штраф от 1% - 15%** суммы выручки от реализации страховой услуги, но не более **2%** совокупной выручки страховщика
- √ Заключение соглашений и ведение согласованных действий, ограничивающих конкуренцию, **влечет**:
  - для должностных лиц **штраф от 170 до 200 МРОТ** или **дисквалификация** на срок до 3 лет
  - для страховых организаций **штраф от 1% - 15%** суммы выручки от реализации страховой услуги



## Последствия нарушений и ответственность (7):

### Административная ответственность:

- √ Недобросовестная конкуренция влечет:
  - для должностных лиц штраф от 150 до 200 МРОТ
  - для страховых организаций штраф от 1000 до 5000 МРОТ
- √ Недобросовестная конкуренция, связанная с использованием интеллектуальной собственности влечет:
  - для должностных лиц штраф 200 МРОТ или дисквалификация сроком до 3 лет
  - для страховых организаций штраф от 1% - 15% суммы выручки от реализации страховой услуги, но не менее 1000 МРОТ



## Мониторинг законодательства предполагает (1):

- √ анализ **текущих** изменений законодательства, регулирующего страховую деятельность
- √ верификация бизнес-процессов компании, которые могут быть затронуты изменениями
- √ анализ внешних рисков компании, связанных с применением нового регулирования
- √ анализ внутренних рисков компании, связанных с применением нового регулирования
- √ принятие решения об адаптации соответствующего бизнес-процесса к новому регулированию  
*уровень внутрикорпоративных решений*



## Мониторинг законодательства предполагает (2):

- √ анализ перспективных изменений законодательства, регулирующего страховую деятельность
- √ определение сфер влияния изменений, универсальных для страхового сообщества
- √ анализ рисков, связанных с применением нового регулирования, универсальных для страхового сообщества в целом или определенного сегмента
- √ выработка законотворческих предложений и инициатив

*уровень решений в рамках страхового сообщества*



## Элементы правовой безопасности ведения бизнеса (1):

- √ эффективная внутрикорпоративная коммуникация
- √ определение центра ответственности по выработке новых правил и процедур, описание новых элементов бизнес-процессов
- √ определение центра ответственности по внедрению новых правил и процедур
- √ определение центра осуществления контроля за порядком применения новых правил и процедур
- √ определение методов контроля за результатами применения новых правил и процедур
- √ принятие решения о применении новых правил и процедур

*уровень превентивных мероприятий*



## Элементы правовой безопасности ведения бизнеса (2):

- √ идентификация несоответствий (нарушений) действующего законодательства
- √ определение природы и причины несоответствий (нарушений): разовые или систематические
- √ прогнозирование последствий и их оценка
- √ установление мер по устранению выявленных несоответствий (нарушений)
- √ своевременное реагирование на нарушения, выявленные в ходе проверок
- √ качественное реагирование на нарушения, выявленные в ходе проверок  
*уровень «реактивных» мероприятий*



## Методы контроля и верификации несоответствий:

- √ деятельность службы внутреннего контроля, построение системы внутренней ревизии
- √ выборочные и (или) целевые внутрикорпоративные проверки
- √ определение степени ответственности подотчетных лиц
- √ система внутрикорпоративного обучения
- √ надлежащее документирование результатов проверок и принятых решений
- √ создание системы IT верификации несоответствий



## Примеры превентивных мероприятий в ответ на:

- √ изменения законодательства о рекламе
- √ изменения в антимонопольном регулировании



## Примеры «реактивных» мероприятий:

- √ по итогам проведения внутренних проверок в компании
- √ по итогам проведения налоговых проверок
- √ по итогам проведения проверок органом страхового надзора
- √ по итогам проведения проверок службой финансового мониторинга
- √ по итогам обработки заявлений (жалоб) страхователей
- √ по итогам обобщения судебной практики страховщика и страхового рынка в целом