

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/8-16

«16» мая 2016 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Стрельников Д.Ю. — заместитель руководителя  
Управления Федеральной антимонопольной  
службы по Московской области (далее —  
Управление);  
Жукова Е.А. — начальник отдела контроля за  
рекламной деятельностью Управления;

Члены Комиссии: Жуков А.А. — государственный  
инспектор отдела контроля за  
рекламной деятельностью Управления,

рассмотрев дело № 08-21/8-16, возбужденное по факту распространения 23.12.2015 в системе «ЯНДЕКС.ДИРЕКТ» рекламы следующего содержания: «Гостиница «Пахра» 3\*, Подольск/ ru.hotels.com» с признаками нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), выразившимися в указании в рекламе не соответствующих действительности сведений о соответствии указанного средства размещения категории 3\*, в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА» (место нахождения: 129110, г. Москва, Суворовская площадь, д. 2) Рожковой С.А.;

в отсутствие представителей лиц, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «И-МЕДИА» (место нахождения: 119048, г. Москва, Комсомольский пр-т, д. 40/13, стр. 1), а также заинтересованного лица - ООО «ЯНДЕКС» (место нахождения: 119021, г. Москва, ул. Льва Толстого, д. 16), надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Московским областным УФАС России 23.12.2015 установлен факт распространения в системе «ЯНДЕКС.ДИРЕКТ» рекламы следующего содержания: «Гостиница «Пахра» 3\*, Подольск/ ru.hotels.com» с признаками нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившимися в указании в рекламе не

соответствующих действительности сведений о соответствии указанного средства размещения категории 3\*.

Согласно позиции ООО «ЯНДЕКС» рекламодателем указанной рекламы является ООО «И-МЕДИА» на основании договора комиссии № 45447/15 от 01.07.2015 г., в соответствии с которым ООО «И-МЕДИА» в течение срока действия указанного договора от своего имени совершает сделки с клиентами на размещение ООО «ЯНДЕКС» рекламных материалов, руководствуясь условиями заключения таких сделок, обусловленными указанным договором, и предоставляет ООО «ЯНДЕКС» для размещения готовые рекламные материалы.

В соответствии с объяснениями ООО «ЯНДЕКС» указанная реклама размещалась в системе «Яндекс.Директ» в период с 28.10.2015 г. по настоящее время.

Согласно представленным ООО «ЯНДЕКС» документам данная реклама размещалась на основании договора № 2924-11-К от 01.06.2011 г. на размещение контекстной рекламы в системе Яндекс.Директ, заключенного между Expedia.com LTD и ООО «И-МЕДИА», в соответствии с которым ООО «И-МЕДИА» предоставляет услуги по размещению в сети Интернет рекламных материалов Expedia.com LTD по принципу контекстной рекламы на условиях договора № 2924-11-К от 01.06.2011 г. и оферты на оказание услуг Яндекс.Директ, размещенной в сети Интернет по адресу: <http://direct.yandex.ru/oferta.rtf>.

В соответствии с позицией ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА» указанная реклама распространялась на основании Корпоративного соглашения о бронировании через Expedia от 27.07.2015 г., заключенного между ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА» и Expedia Lodging Partner Services, согласно которому Expedia Lodging Partner Services за вознаграждение обязуется размещать не принадлежащих ей сайтах информацию о гостиницах ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА».

Согласно объяснениям ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА» в отношении гостиницы «Пахра» не проводилась оценка соответствия требованиям Порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения и, соответственно, категория средства размещения гостинице «Пахра» не присваивалась.

В соответствии с представленными ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА» документами в случае отсутствия у средства размещения официальной классификации рейтинг отеля определяется Expedia Lodging Partner Services с помощью внутренней оценочной системы Expedia.

Согласно позиции ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА» текст рекламы был составлен Expedia Lodging Partner Services без согласования с ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА», информация о соответствии гостиницы «Пахра» категории «три звезды» является субъективной оценкой Expedia Lodging Partner Services и не является рекламой.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В соответствии с пунктами 1-3 статьи 3 Закона о рекламе, 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. Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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 - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к гостинице «Пахра» и ее продвижение на рынке.

Согласно части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

Классификация гостиниц и иных средств размещения осуществляется в добровольном порядке в соответствии с приказом Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».

По итогам классификации гостиниц и иных средств размещения объект туристской индустрии получает свидетельство о присвоении ему соответствующей категории: «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звезд». Высшая категория - «пять звезд», низшая - «без звезд».

Использование в рассматриваемой рекламе фразы «Гостиница «Пахра» 3\*», создает впечатление, что рекламируемым средством размещения в установленном порядке пройдена процедура классификации и ему присвоена соответствующая категория звездности.

Оценив рекламу и доводы лиц участвующих в деле, Комиссия пришла к выводу о необходимости вынесения на рассмотрение членов Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Московском областном УФАС России (далее – Экспертный совет) вопроса о соответствии рекламы с использованием обозначения «3\*», требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно протоколу заседания Экспертного совета от 21.04.2016, члены

Экспертного совета пришли к выводу, что использование в рекламе обозначения «\*», «\*\*\*\*», в том числе в сочетании с цифрами (например, «4\*», «3\*»), создает впечатление, что рекламируемым средством размещения в установленном порядке пройдена процедура классификации и ему присвоена соответствующая категория звездности. Применяемый в рекламе символ «\*», который именуется «звездочка», однозначно ассоциируется с обозначением «звезда», используемым при указании категории средства размещения.

С учетом мнения Экспертного совета, Комиссия пришла к выводу, что в рассматриваемой рекламе обозначение «3\*» создает впечатление, что указанное средство размещения соответствует категории «три звезды», что не соответствует действительности, так как оценка соответствия требованиям порядка классификации гостиниц в отношении гостиницы «Пахра» не проводилась.

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения требований пункта 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении указанной рекламы.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ОАО «ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «СЛАВЯНКА» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Выдать ООО «И-МЕДИА» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Выдать ООО «ЯНДЕКС» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «27» мая 2016 г.

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

Председатель Комиссии

Стрельников Д.Ю.

Жукова  
Е.А.

Члены Комиссии

Жуков А.А.