

РЕШЕНИЕ

от "12" октября 2011 г.

г. Киров

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии – <...> – руководителя управления и членов Комиссии – <...>;

в присутствии представителей:

- заявителя – ООО «Вятка-Тур» (610<...>, г. Киров, ул. <...>), директор <...>;

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ИП <...> <...>, представитель по доверенности № б/н от 26.03.2011 г. <...>;

протокол вела <...> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 64 по признакам нарушения ИП <...> (610000, г. Киров, ул. <...>) п. 1 и 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области обратилось ООО «Вятка-Тур» с заявлением о нарушении рекламного законодательства при размещении в газете «ПРО Город» № 32 (389) от 06.08.2011 г. рекламной информации следующего содержания: «ВЕЛЛ сеть агентств. Турагентство № 1 в России! Более 180 офисов по всей России, работаем по ценам туроператоров, удобный поиск тура на сайте www.well.ru. Лучшие цены при раннем бронировании в Тайланд! Суперпредложение от «Велл»: Египет на 11 дней – 14999 руб.!...т.: 44-4<...>, 38-4<...>. Такси до ж/д вокзала бесплатно!!! Туры в кредит!** ОАО АКБ «Росбанк», ООО «АПТ», Nacta-кредит. Режим работы: пн-пт 10-19, сб 10-16, вс 10-14 <...>, 2 этаж (напротив Центральной гостиницы)».

По мнению заявителя, позиционирование в рекламной информации «Велл», как турагентство № 1 в России, содержит некорректное сравнение по отношению к другим хозяйствующим субъектам.

Оценив рекламную информацию, антимонопольный орган пришел к выводу, что спорная реклама содержит признаки нарушения п. 1 и 20 ч. 3 ст. 5 Закона, в соответствии с которыми недостоверной признается реклама, содержащая не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, произведенными другими

изготовителями или реализуемыми другими продавцами; об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

В соответствии с договором № 320 от 11.04.2011 г., заявкой № б/н от 01.08.2011 г., счетом оплаты № 3064 от 01.08.2011 г. рекламодателем вышеуказанной рекламной информации, размещенной в газете «ПРО Город» № 32 (389) от 06.08.2011 г., является ИП <...>

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение п. 1 и 20 ч. 3 ст. 5 несет рекламодатель. Учитывая изложенное, в отношении ИП <...> было возбуждено производство по делу. Рассмотрение дела было назначено на 12.10.2011 г.

К заседанию комиссии, назначенному на 12.10.2011 года, документы, запрошенные определением о возбуждении дела № 64 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, поступили в полном объеме.

Заявитель – ООО «Вятка-Тур» на заседании Комиссии заявленные требования поддержал.

На заседании комиссии представитель ИП <...> пояснил следующее: «Заказчиком рекламы является ИП <...> У нас был один выход рекламного модуля в августе, в газете «ПРО Город». Мы хотели заявить, что сеть агентств «Велл» имеет 180 офисов. На тот момент мы считали, что наше агентство является № 1 в России по количеству офисов».

Изучив имеющиеся документы и выслушав всех лиц, участвующих в деле, Комиссия установила, что ИП <...> нарушил п. 1 и 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Выводы комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Спорная информация, размещенная в газете «ПРО Город» № 32 (389) от 06.08.2011 г., является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержанию интереса к нему, его продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и

недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

Из положений статьи 1 Федерального закона № 132-ФЗ от 24.11.1996 г. «Об основах туристической деятельности в РФ» следует, что туристский продукт представляет комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Продвижение туристского продукта включает комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое).

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

Исходя из смыслового и логического содержания спорной рекламы, размещенной ИП <...>, данная реклама является рекламой туристического продукта, предоставляемого турагентством – «Велл». При этом, сам турагент позиционируется в рекламе как № 1.

Согласно толковому словарю русского языка под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведова, словосочетание «номер один» означает – самый главный или первостепенный.

В силу п. 1, 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; об изготовителе или продавце рекламируемого товара.

Под преимуществом следует понимать превосходство качества рекламируемого товара или оказываемой услуги по каким-либо характеристикам над качеством аналогичного товара или услуги иного/иных производителей. Как заявление о преимуществах, рассматриваются, в том числе формулировки, содержащие прилагательные в превосходной степени: «самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный», «номер <...> » и им подобные. В таких случаях необходимо фактическое и документальное обоснование использования этих слов, иначе реклама признается ненадлежащей.

Следовательно, информацию в спорной рекламе можно воспринимать именно как позиционирование «Велл» в качестве лучшего турагента, т.е. подтверждение того, что рассматриваемый субъект занимает привилегированное положение среди своих конкурентов по разным критериям.

Нельзя согласиться с доводами ответчика о том, что агентство «Велл» является № 1 в России, как имеющее наибольшее количество офисов на момент выхода рекламы, так как документально данный факт подтвержден не был.

Таким образом, распространение рекламной информации о том, что «Велл» турагентство № 1 в России, без документального подтверждения достоверности использованных в рекламе сведений, создает преимущество данной компании перед другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими турагентскую деятельность, что в свою очередь является нарушением требований п. 1 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Помимо этого, указание о турагентстве – «Велл» как № 1 в России, содержит недостоверную информацию о самом хозяйствующем субъекте, оказывающем рекламируемые услуги, что нарушает п. 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с договором № 320 от 11.04.2011 г., заявкой № б/н от 01.08.2011 г., счетом оплаты № 3064 от 01.08.2011 г. рекламодателем вышеуказанной рекламной информации, размещенной в газете «ПРО Город» № 32 (389) от 06.08.2011 г., является ИП <...>

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 и 20 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ИП <...>

Учитывая то, что рекламный модуль был размещен только в одном номере газеты, антимонопольный орган считает возможным не выдавать ИП <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - 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.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях индивидуальный предприниматель, несет ответственность как должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь индивидуального предпринимателя <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «ВЕЛЛ сеть агентств. Турагентство № 1 в России! Более 180 офисов по всей России, работаем по ценам туроператоров, удобный поиск тура на сайте www.well.ru. Лучшие цены при раннем бронировании в Тайланд! Суперпредложение от «Велл»: Египет на 11 дней – 14999 руб.!...т.: 44-4<...>, 38-4<...>. Такси до ж/д вокзала бесплатно!!! Туры в кредит!** ОАО АКБ «Росбанк», ООО «АПТ», Наста-кредит. Режим работы: пн-пт 10-19, сб 10-16, вс 10-14 <...>, 2 этаж (напротив Центральной гостиницы)», размещенную ИП <...> в газете «ПРО Город» № 32 (389) от 06.08.2011 г., так как она противоречит требованиям п. 1 и 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <...> нарушившим п. 1 и 20 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3. ИП <...> выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <...>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 26 октября 2011 года.

<...>