

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 08-21/5-16

«12» 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);

Горбанева В.В. — врио начальника отдела контроля за рекламной деятельностью Управления;

Члены Комиссии:

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

рассмотрев дело № 08-21/5-16, возбужденное по факту распространения 24.12.2015 в системе «ЯНДЕКС» рекламы следующего содержания: *«Сайт отеля «ТРОПИКАНА HOLIDAY» 4* / tropikholiday.ru/ Реклама/ tropikholiday.ru/ Официальный сайт отеля «ТРОПИКАНА ХОЛИДЕЙ» на Пятницком ш. НОВЫЙ ГОД –10%/ НОВЫЙ ГОД -10% АКЦИЯ -40% ФОТОГАЛЕРЕЯ БРОНЬ БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ/ Контактная информация +7 (495) 922-51-85 круглосуточно»* 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 4*, в отсутствие лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, а также заинтересованного лица, надлежащим образом извещенных о дате, времени и месте рассмотрения настоящего дела,

УСТАНОВИЛА:

Московским областным УФАС России 24.12.2015 установлен факт распространения в поисковой системе «ЯНДЕКС» рекламы следующего содержания: *«Сайт отеля «ТРОПИКАНА HOLIDAY» 4* / tropikholiday.ru/ Реклама/ tropikholiday.ru/ Официальный сайт отеля «ТРОПИКАНА ХОЛИДЕЙ» на Пятницком ш. НОВЫЙ ГОД –10%/ НОВЫЙ ГОД -10% АКЦИЯ -40% ФОТОГАЛЕРЕЯ БРОНЬ БЕЗ ПОСРЕДНИКОВ/ Контактная информация +7 (495) 922-51-85 круглосуточно»* 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 «4*».

Согласно позиции ООО «ЯНДЕКС» рекламодателем указанной рекламы является ООО «АВК» на основании договоров на оказание услуг по размещению рекламных материалов ООО «АВК» в сети Интернет, заключенных между ООО «ЯНДЕКС» и ООО «АВК» на условиях Оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ», расположенной в сети Интернет по адресу: http://legal.yandex.ru/oferta_direct/.

В соответствии с объяснениями ООО «ЯНДЕКС» указанная реклама размещалась в системе «Яндекс.Директ» в период с 23.12.2015 г. по 07.01.2016 г.

Согласно позиции ООО «АВК» указанная реклама распространялась на основании агентского договора от 09.09.2015 № АД010/15, заключенного между ООО «АВК» и ООО «ЗЕЛЕНый ДОМ».

В соответствии с пунктом 1.1 агентского договора от 09.09.2015 № АД010/15 ООО «АВК» реализует услуги ООО «ЗЕЛЕНый ДОМ» по проживанию в отеле «Тропикана Holiday», а также дополнительные услуги ООО «ЗЕЛЕНый ДОМ», оказываемые на территории отеля «Тропикана Holiday». ООО «ЗЕЛЕНый ДОМ» обязуется уплатить ООО «АВК» агентское вознаграждение.

Согласно объяснениям ООО «АВК» обозначение «4*» не является указанием категории средства размещения, а является обозначением ориентировочного уровня отеля.

В соответствии с позицией ООО «АВК» текст рекламы был составлен ООО «АВК» без согласования с ООО «ЗЕЛЕНый ДОМ».

Согласно объяснениям ООО «АВК» в отношении отеля «Тропикана Holiday» не проводилось оценки соответствия требованиям Порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения и, соответственно, категория средства размещения отеля «Тропикана Holiday» не присваивалась.

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

В соответствии с пунктом 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 отелю «Тропикана Holiday» и его 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.

Порядок классификации 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 «Сайт отеля «ТРОПИКАНА HOLIDAY» 4*», 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 «4*», 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 «4*» создает впечатление, что указанное средство размещения соответствует категории «четыре звезды», что не соответствует действительности, так как оценка соответствия требованиям порядка классификации гостиниц в отношении отеля «Тропикана Holiday» 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 ООО «АВК» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

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

4. 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 «26» мая 2016 г.

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

Председатель Комиссии

Стрельников Д.Ю.

Горбанева
В.В.

Члены Комиссии

Жуков А.А.

