

ФЕДЕРАЛЬНАЯ

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

**УПРАВЛЕНИЕ**

**Федеральной антимонопольной**

**службы по**

М.И.А.

**Кабардино-Балкарской**

Общество с

Республике

ограниченной ответственностью

ул. Тарчокова, 18, г. Нальчик, 360030

«Фреш Кавказ»

тел.(8662) 40-95-83, факс (8662) 40-92-82 367008, Республика Дагестан,

e-mail: to07@fas.gov.ru

г. Махачкала, ул. Титова, д. 66, кв. 2

www.kbr.fas.gov.ru

\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Резолютивная часть решения оглашена 15 апреля 2022 года

Решение изготовлено в полном объеме 22 апреля 2022 года

**РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №007/05/5-21/2022**

15 апреля 2022 года г. Нальчик

Комиссия Кабардино-Балкарского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председателя Комиссии:

– ВрИО руководителя Управления;

Членов Комиссии:

– начальника отдела Управления;

– главного-специалиста эксперта Управления,

в отсутствие надлежащим образом извещенных заявителя и лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе,

рассмотрев дело №007/05/5-21/2022 по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Фреш Кавказ»,

УСТАНОВИЛА:

В Кабардино-Балкарское УФАС России поступило заявление М.И.А. на действие общества с ограниченной ответственностью «Фреш Кавказ», выразившееся в размещении на странице аккаунта fresh.kavkaz в социальной сети Instagram публикации о проведении экскурсии «Тур по Дагестану» с прикрепленным баннером, изображающим вершины Большого Кавказа – Северная и Южная Ушба, находящиеся на территории Грузии.

Данная публикация является рекламой по смыслу пункта 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Как следует из пункта 5 части 1 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция – 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;

Как следует из статьи 14.2 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение, в том числе в отношении:

- 1) качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей;
- 2) количества товара, предлагаемого к продаже, наличия такого товара на рынке, возможности его приобретения на определенных условиях, фактического размера спроса на такой товар;
- 3) места производства товара, предлагаемого к продаже, изготовителя такого товара, гарантийных обязательств продавца или изготовителя;
- 4) условий, на которых товар предлагается к продаже, в частности цены такого товара.

Введение в заблуждение является следствием распространения позитивной информации и ее содержание касается деятельности самого распространителя и

(или) его товара. Однако в рассматриваемом случае, распространяемая информация для признания действий актом недобросовестной конкуренции должна не соответствовать действительности.

В соответствии со статьей 1 Федерального закона от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил.

Туристский маршрут – путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов.

Объекты туристских походов – природные образования, места, пещеры, горы, долины и т.д. – создают уникальную картину, вид местности и, как следствие, выделяют один туристский маршрут от иных.

Потенциальные туристы (экскурсанты) при ознакомлении с рекламным объявлением, являющимся предметом рассмотрения настоящего дела, в целях выбора туристского маршрута будут введены в заблуждение, т.к. вершины Большого Кавказа – Северная и Южная Ушба находятся на территории Грузии, из чего следует, что в маршрут тура «Тур по Дагестану», пролегающий на территории Республики Дагестан, данные вершины не входят, объектом тура не являются.

При решении вопроса о выдачи обществу с ограниченной ответственностью «Фреш Кавказ» предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе, Комиссия Управления учитывает то обстоятельство, что социальная сеть Instagram включена Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций в реестр запрещенных сайтов, в связи с чем к доступ данному ресурсу ограничен.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламную публикацию о проведении экскурсии «Тур по Дагестану» с прикрепленным баннером, изображающим вершины Большого Кавказа – Северная и Южная Ушба, находящиеся на территории Грузии, размещенную в социальной сети Instagram, недобросовестной, нарушающей требования пункта 4 части 2 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе обществу с ограниченной ответственностью «Фреш Кавказ» не выдавать.

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

Председатель Комиссии

## Члены Комиссии