

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 4

о наложении штрафа по делу № 4-05/7
об административном правонарушении

28 января 2015 г.

г. Хабаровск

Зодитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому), рассмотрев протокол об административном правонарушении от 28 января 2015 материалы дела № 4-05/7 об административном правонарушении в отношении жктора ООО «Амурск-Вояж» в связи с распространением ненадлежащей рекламы альных услуг, в присутствии директора ООО «Амурск-Вояж»,

УСТАНОВИЛ:

рес Хабаровского УФАС России поступило обращение (вх. № 5/15216 Э от 03.12 г.) о нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы ирмы «Магазин горящих путевок».

де рассмотрения заявления и проверки поступившей информации установлено, что рритории г. Амурска, Хабаровского края на телеканале «ТНТ» с 13 ноября 2014 г. ространяется реклама способом «бегущей строки» следующего содержания: фирма «Магазин горящих путевок» - самые выгодные предложения! Проспект Мира, фис, 218. Тел. 99-888, 8-914-183-10-36».

тверждению заявителя, рекламодатель является компанией-турагентом, чья ельность основана на продаже готовых туристских пакетов, разработанных ператорами.

довательно, компания «Магазин горящих путевок», не являясь туроператором, изует туристские продукты крупных туроператоров как и все другие турагентские лы г. Амурска, то есть, по ценам, выставленным туроператорами.

ветственно, употребление в рекламе словосочетания «Самые выгодные ложения» вводит потребителей в заблуждение и подрывает деловую репутацию льных туристских фирм города.

зультате оценки рекламы на соответствие требованиям рекламного одательства установлено следующее.

ространяемая информация способом «бегущей строки» носит рекламный ктер, отвечает всем критериям, установленным статьей 3 Федерального закона «О аме», адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение ания к объекту рекламирования (турфирме «Магазин горящих путевок»), лированию и поддержанию интереса к нему и его продвижению на рынке.

лин «самый» при прилагательном образует его превосходную степень, а при эствительном указывает на крайнюю степень количества или качества (С.И. Ожегов, Шведова, «Толковый словарь русского языка», 4-е издание, дополненное, М., 1999, 596).

ин «выгодный» - означает: 1). Содержащий в себе выгоду, приносящий прибыль, д, выгодная сделка.

леющий пользу, дающий преимущества; благоприятный (Малый академический арь под ред. А. П. Евгеньевой. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Русский язык, 1981—)

довательно, присутствующее в рекламе словосочетание «Самые выгодные ложения» выражает степень превосходства, поэтому его употребление в купности с названием конкретного лица или товара создает представление о том, бъект рекламирования находится для потребителей в более выгодной позиции, чая ассортимент туристских услуг, качество, обслуживания, ценовой и сервисный ень реализуемых туристских продуктов, показатели профессионального уровня :онала, и тем самым стимулирует интерес потребителей именно к своим товарам и гам.

эральный закон «О рекламе» не содержит прямого запрета на использование в аме терминов в превосходной степени, однако устанавливает требование к оверности распространяемой рекламы, поскольку утверждение степени осходства в рекламе туристских услуг предполагает особую востребованность с 1 зрения качества обслуживания, надежности и безопасности для потребителей.

ому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться юстоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о муществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, говленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

сл текста рекламы «Турфирма «Магазин горящих путевок» - самые выгодные ложения» предполагает отсутствие в г. Амурске другого турагента с выгодными ложениями, то есть рекламодабель обладает более высокими достоинствами и муществами перед всеми остальными.

ответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» реклама, которая содержит отответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого ра перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими говителями или реализуются другими продавцами, признается недостоверной и не скается.

е того, в силу [пункта 1 части 2 статьи 5](#) Закона о рекламе недобросовестной нается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого ра с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими говителями или реализуются другими продавцами.

рректность сравнения имеется в спорной рекламе турфирмы «Магазин горящих зок» по той причине, что после прочтения текста «Самые выгодные предложения» лируется представление, что таких выгодных условий по приобретению туристского укта не может предоставить ни одна туристская фирма.

м образом, при оценке текста рекламы «Турфирма «Магазин горящих путевок» - «Самые выгодные предложения» действующему законодательству следует вывод, что в рекламе приводятся недостоверные сведения о превосходстве (преимуществе) предлагаемого пакета рекламирования и допущено некорректное сравнение с остальными действующими субъектами, что является нарушением п. 1 части 2 и п. 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Распространение рекламы «Турфирма «Магазин горящих путевок» на телеканале «ТНТ» в г. Амурска осуществлено с 13 по 30 ноября 2014 г. и с 01 по 13 декабря 2014 г.

За нарушение установленных требований ответственность несет рекламодаделец.

Установлено, что рекламодаделец является ООО «Амурск-Вояж» в лице директора, что подтверждается договором на информационно-рекламное обслуживание от 13.11.2014 г. заключенным между ООО «Телекомпания «АМВ» и ООО «Амурск-Вояж», платежными документами, актами выполненных работ (№ 335 от 30.11.2014 г. и № 358 от 31.12.2014 г.).

Лицо, ответственное за совершение административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей, подлежит привлечению к административной ответственности.

При рассмотрении дела директор ООО «Амурск-Вояж» признала допущенные нарушения рекламного законодательства и в обоснование своей позиции пояснила, что в рекламе словосочетания «Самые выгодные предложения» использовались следующие:

1) «Амурск-Вояж» является агентством ООО «Сеть магазинов горящих путевок» (ООО «Сеть МГП»), работающим по принципу франчайзинга. Другого аналогичного агентства в г. Амурске нет.

2) «Амурск-Вояж» обслуживает клиентов от имени «Горящих» на основании договора о предоставлении исключительной лицензии на товарный знак (№ 1106 от 08.07.2014 г.), в соответствии с которым имеет доступ к служебной информации о турах, наличии мест, а также право на установление конфиденциальных тарифов при предоставлении туристских услуг.

3) Как участник «Сеть МГП» ООО «Амурск-Вояж» осуществляет страхование туров от несчастного случая туристов, оказывает услуги единого расчетного центра, предоставляет повышенный процент комиссионного вознаграждения от туроператоров клиентам (до 7%).

Указанные аргументы, как доказательства правомерности сообщения в рекламе о самых выгодных предложениях, отклонены, поскольку перечисленный пакет услуг не означает гарантированное получение выгоды и преимущества туристского продукта только в ООО «Амурск-Вояж».

В настоящее время многие туроператоры для продвижения своего туристского продукта заключают с региональными агентствами договоры франчайзинга (или договора коммерческой концессии), по которым региональное агентство осуществляет реализацию туристского продукта под известной торговой маркой крупного туроператора.

Договор франчайзинга заключается не с целью предоставления туристам привилегий и

г, а для создания новых хозяйственных связей и расширения сети сбыта туристских г на основе установления взаимовыгодных отношений внутри сети.

т туристских услуг и проценты скидок на реализованный турпродукт, оставляемые ООО «Амурск-Вояж», не являются эксклюзивными, поскольку логичный комплекс услуг и скидки предлагают другие компании, осуществляющие стскую деятельность на территории Хабаровского края.

м образом, реклама о самых выгодных предложениях в ООО «Амурск-Вояж» не ает критериям достоверности и не формирует у потребителя верного, истинного ,ставления об услугах, их качестве, потребительских свойствах.

сновании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях шение рекламодателем, рекламопроизводителем или амораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) эт наложение административного штрафа.

зодствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, Кодекса Российской Федерации об административных онарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

ризнать директора ООО «Амурск-Вояж» виновной в совершении инистративного правонарушения, предусмотренного частью 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

рименить к директору ООО «Амурск-Вояж» меру ответственности в виде инистративного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 10000 (десяти) яч рублей.

ласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных вонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, влеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со вступления постановления о наложении административного штрафа в законную у либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных тьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

мма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в джет:

учатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 01810300000010001, ГРКЦ ГУ ЦБ РФ по Хабаровскому краю г. Хабаровска, БИК 813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 01000001.

1 отсутствии документа, свидетельствующего об уплате административного афа, по истечении тридцати дней со дня вступления постановления о наложении инистративного штрафа в законную силу, должностное лицо, вынесшее :тановление, направляет соответствующие материалы судебному приставу -

полнителью для взыскания суммы административного штрафа в порядке, предусмотренном федеральным законодательством. Кроме того, должностное лицо, вынесшее постановление, принимает решение о привлечении лица, не уплатившего административный штраф, к административной ответственности в соответствии с частью 1 статьи 20.25 КоАП РФ.

в соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение пяти суток со дня вручения или получения копии постановления.