

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 17-2021
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Бурятия

Запрос рассмотрен 7 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 02.03.2021 — 24.03.2021.

Описание рекламного продукта

Распространение в социальных сетях рядом лиц, не являющихся туроператорами, рекламы туров, предоставляющих "туристический продукт", включающий не только трансфер и проведение экскурсий, но и проживание и питание.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее - УФАС), где рассматривается обращение Министерства туризма по Республике Бурятия по вышеуказанной рекламе.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку на предмет нарушений Федерального закона от 24.11.1996 №132 ФЗ «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» и ч.3 и ч.7 ст.5 Закона о рекламе.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе ФАС РФ осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям нормам, изложенным в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Можно ли считать данную информацию продвижением туристических продуктов?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (28,6%).

Вопрос № 2. Если да, то имеются ли нарушения ч.3 и ч.7 ст.5 Закона о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 3 эксперта ответили ДА (42,9%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (28,6%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом и высказали следующие мнения:

Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" последовательно различает формирование и продвижение туристского продукта. В связи с этим формирование туристского продукта, осуществляемое туроператором, никаким образом не определяет права того или иного лица на продвижение, в т.ч. рекламирование, туристского продукта, тем более не может ограничивать круг лиц, которым это право предоставлено.

Абз. 6 ст. 9 указанного Закона определяет условия, при которых продвижение и реализация туристского продукта осуществляются турагентом, а не туроператором. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" не предусматривает ограничений круга рекламодателей.

В связи с этим претензии Министерства туризма Республики Бурятия представляются прямо противоречащими нормам российского законодательства. Фактов, доказывающих несоответствие действительности конкретных сведений, сообщаемых в приложенных к запросу образцах рекламы, или свидетельств введения потребителей в заблуждение, на рассмотрение Комитета не представлено.

Ряд экспертов обратили внимание на то, что не вся информация в Интернете и в социальных сетях является рекламой. Если это просто пост в аккаунте про Путешествия, то он сам по себе не является рекламой. И нужно дополнительно выяснять осуществлялось ли продвижение через собственно рекламные инструменты.

Ряд экспертов не смогли предоставить квалифицированное экспертное заключение, поскольку посчитали недостаточными указанные в обращении сведения о том, что лица и, возможно, организации, рекламирующие данные туристические продукты не являются туроператорами. Судя по названиям ("Бурятия тур", "Хаан тур", "Бюро путешествий и экскурсий" и т.д.) они вполне могут как быть туроператорами, так и не быть. А могут некоторые быть туроператорами, а другие не быть. И в зависимости от ответа ситуация существенно меняется.

Особое мнение

Не поступило.

Решение

1. Признать представленную информацию рекламой по продвижению туристических продуктов.
2. В случае, если в данном запросе речь идёт именно о фирмах, которые осуществляют рекламу, не являясь туроператорами, дает основание признать данное сообщение рекламой, ненадлежащей по ч. 7 ст. 7 Закона о рекламе (незаконное продвижение турпродукта).
3. В связи с выявленными проблемами и с приближением туристического сезона и предполагаемым ростом туристической рекламы, предложить представительству СРО АМИ РС по Республике Бурятия, совместно с УФАС по РБ организовать специальное заседание (конференция, семинар), посвящённое проблемам достоверной рекламы и добросовестной конкуренции на региональном рынке туристических услуг, с приглашением членов СРО, комитета по рекламе ТПП РБ, представителей Минтуризма, членов Общественной палаты РБ.

