

## **ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

### **ПИСЬМО**

**от 29 июля 2010 г. N АЦ/24295**

### **О ЦЕНОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, РАЗМЕЩЕННОЙ НА САЙТЕ КОМПАНИИ**

ФАС России рассмотрел обращение о порядке размещения ценовой информации, размещенной на сайтах туроператоров, и сообщает.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" реклама - это 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.

При этом в силу пункта 3 части 2 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" настоящий Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные материалы и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

По мнению специалистов ФАС России, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, оказываемых услугах, размещенная на официальном сайте производителя или продавца данных товаров (услуг), если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта об ассортименте товаров, порядке его использования (применения), технических и иных характеристиках, а также ценах на такой товар (услуги). На такую информацию положения Федерального закона "О рекламе" не распространяются.

Таким образом, в случае, если назначением приведенной на сайте ценовой информации является информирование об имеющихся вариантах туристических продуктов и ценах на них турагентов в целях обеспечения их выбора, на такую информацию не распространяются положения Федерального закона "О рекламе".

Вместе с тем в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителей о деятельности организации или реализуемых товарах, сколько на выделение определенных товаров или самой организации среди однородных товаров, организаций (например, в виде всплывающего баннера), такая информация может быть признана рекламой.

Соответственно, если цена на туристический продукт указывается в информации, признаваемой рекламой, в этом случае она должна быть указана в рублях.

Также обращаем внимание, что в соответствии с частью 2 статьи 10 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать в том числе указание цены товара (услуг) в рублях. Данная норма подлежит применению в случае, если имеется возможность приобретения туристического продукта на основании информации, указанной на сайте туроператора, потребителями - физическими лицами.

Как следует из обращения, туроператоры (лица, деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта) размещают на своих сайтах в сети Интернет информацию о составе и стоимости конкретных туристических продуктов по результатам имеющихся договоренностей с иностранными партнерами, расчеты с которыми осуществляются в иностранной валюте. Реализация туроператорами туристического продукта осуществляется турагентам (розничным продавцам

туристического продукта), при этом расчеты осуществляются в валюте Российской Федерации по согласованному сторонами курсу в зависимости от экономической конъюнктуры.

Поскольку норма об указании цены товара в рублях, содержащаяся в статье 10 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей", применяется к отношениям с потребителями - физическими лицами, то на отношения между предпринимателями данная норма не распространяется.

А.Ю.ЦАРИКОВСКИЙ