

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРИОСТАНОВЛЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 373-05-1/2015

«11» ноября 2015г.

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе (далее Комиссия): <...>;

рассмотрев дело № 373-05-1/2015, возбужденное по признакам нарушения пункта 14 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе»,

УСТАНОВИЛА:

На заседании Комиссии 05.11.2015г. от заявителя поступило ходатайство о проведении социологической экспертизы относительно информации «Комплекс Мещера. Переезжай в Солотчу! 350 семей уже с нами», размещаемой ООО «Центральное агентство недвижимости» на рекламных конструкциях для разрешения вопроса о том, каким образом воспринимается информация. Заявитель просит предоставить время для предоставления сведений о лице, которое будет проводить экспертизу, а также подготовки вопросов, которые будут поставлены перед экспертом.

Определением об отложении от 05.11.2015г. (исх. № 4037 от 06.11.2015г.) рассмотрение дела № 373-05-1/2015 было назначено к рассмотрению на 11.11.2015г.

На заседании Комиссии 11.11.2015г. <...> сообщил о возможности проведения лингвистической экспертизы ФГБОУ ВО «РГУ имени С.А. Есенина», а также предложил следующие вопросы для постановки перед экспертом:

- Какое смысловое значение имеет фраза «Комплекс Мещера Переезжайте в Солотчу!»?

- Какое смысловое значение имеет фраза «350 семей уже с нами»?

- Утверждается ли в рекламном тексте, что «350 семей уже с нами» уже являются собственниками помещений в комплексе Мещера? или «что большое количество апартаментов в комплексе Мещера уже реализованы, а также есть потенциальные покупатели (инвесторы), которые выразили свое намерение приобрести данные объекты»?

- Имеются ли в тексте призывы? Каково их содержание?

- Каким образом воспринимается потребителями реклама «Комплекс Мещера Переезжай в Солотчу!» с визуальным изображением дома (картинка)?

- При размещении на рекламной конструкции следующей информации: «Комплекс Мещера Переезжай в Солотчу! 350 семей уже с нами тел. 961-961» с визуальным изображением дома, что рекламируется?

ООО «Центральное агентство недвижимости» в соответствии с определением об отложении рассмотрения дела предложило следующие вопросы:

- Принципиально ли для потребителя доказательство цифры 350?
- Вызывает ли у потребителя данная реклама заблуждение, если апартаменты принадлежат одному человеку?
- Являются ли синонимами выражения «С нами» и «купили»?
- Если в одних апартаментах проживают два поколения (муж+жена+дети) и (родители) – сколько это семей?
- Если семья приобрела апартаменты, но сдают недвижимость, то сколько семей с нами?
- «Купили недвижимость» - это: - договор инвестирования или регистрация права собственности в регистрирующем органе или полный расчет по приобретенной недвижимости или снятие объекта недвижимости с продажи на сайте продавца?

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дела № 373-05-1/2015, рассмотрев представленные в материалы дела документы и сведения считает, что для обоснованного принятия решения по данному делу необходимо провести лингвистическо-социологическую экспертизу.

В соответствии с абзацем 2 пункта 35 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ «О рекламе», Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Производство по делу № 373-05-1/2015 приостановить до получения результатов экспертизы.
2. Назначить проведение лингвистическо-социологической экспертизы, производство которой поручить ФГБОУ ВО «РГУ имени С.А. Есенина».

На разрешение эксперта ФГБОУ ВО «РГУ имени С.А. Есенина» поставить следующие вопросы:

- Какое смысловое значение имеет фраза «350 семей уже с нами»?
- Являются ли синонимами выражения «с нами» и «купили»?
- Каким образом (как) воспринимается реклама – «Комплекс Мещера Переезжай в Солотчу! Тел. 961-961» с визуальным изображением дома (картинка)?
- Принципиально ли для потребителя доказательство цифры «350 семей уже с нами»?