

г. Благовещенск

Резолютивная часть решения оглашена «**07**» марта 2014 г.

В полном объеме решение изготовлено «**19**» марта 2014 г.

Комиссия Амурского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее - Комиссия) в составе: председателя Комиссии <...> - заместителя руководителя управления – начальника отдела товарных рынков и рекламы; членов комиссии <...> - начальника отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти, <...> - главного специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти, <...> - главного специалиста-эксперта отдела товарных рынков и рекламы, <...> - специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и контроля органов власти,

рассмотрев дело № А-14/07 2014 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон «О защите конкуренции»), выраженного в осуществлении недобросовестной конкуренции путем введения в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей распространением информации на баннерах на фасаде мебельного салона «SORRENTO», в эфире телеканалов «Первый», 27 ТВК, журнале «Дорогое удовольствие», содержащей информацию «SORRENTO, Итальянские кухни», создающей у потребителей впечатление о месте производства реализуемых кухонных гарнитуров – Италия, и о производителе указанной продукции – итальянские фабрики,

УСТАНОВИЛА:

В Амурское УФАС России поступило заявление индивидуального предпринимателя <...> на действия <...> по признакам нарушения Закона «О защите конкуренции», выраженного в распространении недобросовестной рекламы мебельного салона «SORRENTO» - Любимые кухни Италии, вводящей в заблуждение потребителей в отношении места производства и производителя рекламируемого товара, а также его свойств.

По результатам рассмотрения заявления приказом Амурского УФАС от 19.02.2014 № 58 (в редакции приказа от 05.03.2014 № 81) в соответствии с частью 4 статьи 44 Закона «О защите конкуренции» в отношении ИП <...> возбуждено дело № А-14/07 2014 и создана Комиссия для рассмотрения дела по признакам нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции». Определением от 21.02.2014 рассмотрение дела назначено на 07.03.2014 в 10 часов 00 минут.

На заседание Комиссии явились: ответчик - ИП <...>, заявитель - <...>, представитель заявителя - <...>. Представители заинтересованных лиц, надлежащим образом уведомленных о времени и месте рассмотрения дела, явку своих представителей не обеспечили. ИП <...> телефонограммой просила рассмотреть дело без ее участия.

Комиссией принято решение рассматривать дело при имеющейся явке.

Согласно доводам заявителя распространение на баннерах мебельного салона «SORRENTO», принадлежащего ИП <...>, рекламной информации «Итальянские кухни» вводит потребителей в заблуждение, что кухни, продаваемые в мебельном салоне, производятся в Италии. Кроме того, баннеры содержат информацию о том, что кухни изготавливаются в срок от 15 дней, что, по мнению заявителя, невозможно в связи с удаленностью Амурской области от Италии. Таким образом, ИП <...> получает преимущество в осуществлении своей деятельности, распространяя несоответствующие действительности сведения о стране-производителе реализуемого товара, в отличие от добросовестных продавцов, указывающих действительных производителей реализуемых товаров. В частности ИП <...> осуществляет реализацию продукции мебельной фабрики «Мария».

К заявлению представлены фотоснимки размещенных на фасаде мебельного салона «SORRENTO» баннеров, содержащих информацию:

- заголовок «SORRENTO», текст «SORRENTO, By la favorite Deruta Italy, Итальянские кухни, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46»;

- заголовок «SORRENTO, Любимые кухни Италии», текст «Итальянские кухни», ниже информация о днях и времени работы салона,

- текст «SORRENTO, итальянские кухни» (лестничные баннеры),

- заголовок «SORRENTO, Любимые кухни Италии», текст «Срок исполнения заказа от 15 дней».

На запрос Амурского УФАС России заявитель пояснила, что фотоснимки произведены 15.12.2013 с помощью фотокамеры телефонного аппарата Айфон-5, на 28.01.2014 наружная реклама салона находится в прежнем состоянии.

На определение о возбуждении дела заявитель представила письменные пояснения, согласно которым фотографирование рекламных баннеров ответчика произведено 15.12.2013 <...> на «АЙФОН - 5». Фотографии в электронном виде находятся в указанном гаджете. Кроме того, по состоянию на 03.03.2014 наружная реклама мебельного салона «СОРЕНТО» находится в таком же состоянии, как и при фотографировании в середине декабря 2013 года. ИП <...> и ИП <...> на товарном рынке в г. Благовещенске занимаются продажей кухонной мебели изготавливаемой по индивидуальным заказам покупателей, по причине того являются конкурентами. Согласно наружной рекламе мебельного салона «СОРЕНТО» ИП <...> представляет предлагаемую продукцию как любимые кухни Италии и Итальянские кухни. Указанная реклама вводит покупателей в заблуждение относительно страны происхождения товара и об изготовителе этого товара, а также голословно утверждает, что это любимые кухни Италии. При наборе в поисковых системах интернета сочетания слов «Итальянские кухни» появляются сайты фирм, осуществляющих поставку кухонь от итальянских производителей, что для неискушенного потребителя является основанием к заблуждению относительно страны происхождения товара и изготовителя.

Ссылаясь на нормы Закона «О защите конкуренции», статьи 10 Гражданского кодекса Российской Федерации заявитель полагает, что для установления в

действиях хозяйствующего субъекта факта нарушения антимонопольного законодательства, необходимо подтвердить, что информация о производителе товара не соответствует установленным законом требованиям и информации доводимой до потребителя. Для квалификации совершенного деяния в качестве недобросовестной конкуренции необходимо, чтобы лицо, совершившее данные действия, обладало признаком хозяйствующего субъекта; его действия противоречили законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости; реализуемый товар при его производстве не соответствовал установленным законом требованиям и информации, доводимой до потребителей; действия хозяйствующего субъекта по введению в заблуждение покупателей относительно потребительских свойств и качества приобретаемого товара направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности. Таким образом, для установления признаков недобросовестной конкуренции необязательно установления факта получения преимуществ, причиненных убытков или вреда деловой репутации, достаточно установить направленность действий на получение преимуществ, или вероятность причинения убытков конкурентам или вреда деловой репутации.

Понятие изготовителя приведено в Законе Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». В силу положений указанного Закона изготовителем является организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям. Пунктом 1 статьи 10 Закона № 2300-1 установлено, что изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. В соответствии с пунктом 2 статьи 10 Закона № 2300-1 информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать, в том числе адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера. В соответствии с пунктом 1 статьи 18 Закона № 2300-1 Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе: потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула); потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены; потребовать соразмерного уменьшения покупной цены; потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом; отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками. В соответствии с пунктом 3 статьи 18 Закона № 2300-1 Потребитель вправе предъявить требования, указанные в абзацах втором и пятом пункта 1 настоящей статьи, изготовителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру. Вместо предъявления этих требований потребитель вправе возвратить изготовителю или импортеру товар ненадлежащего качества и потребовать возврата уплаченной за него суммы. Таким образом, отсутствие надлежащей информации о производителе лишает покупателя возможности обратиться с претензией к производителю или импортеру.

Действия по введению в заблуждение потребителей (покупателей) товара могут иметь своей целью исключительно получение собственных преимуществ, в предпринимательской деятельности с помощью неправомερных методов и средств. При этом такие действия могут и не содержать намерения причинить кому-либо вред, но способны нанести имущественный ущерб в виде убытков как реальных, так и в виде упущенной выгоды. При этом у нарушителя возникает возможность увеличить размер получаемой прибыли по отношению к уровню прибыли при воздержании от указанных действий, так как объем затрат на производство товара уменьшается, а цена товара увеличивается. Действия ответчика тем самым являются недобросовестной конкуренцией и вводят в заблуждение покупателей относительно изготовителя товара, следовательно, в действиях ИП <...> усматриваются нарушения антимонопольного законодательства, а в частности пункта 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции».

В ходе заседания Комиссии заявитель и ее представитель поддержали изложенную в заявлении и пояснениях по делу позицию, указали, что кухонные гарнитуры в соответствии с требованиями действующего законодательства должны иметь паспорт изделия, в котором содержатся сведения о его производителе. Заявитель имеет соответствующие паспорта изделий на реализуемую им продукцию, в том числе на продукцию, аналогичную продукции ответчика.

На вопросы Комиссии заявитель и ее представитель пояснили, что вследствие действий ответчика у заявителя происходит отток покупателей, поскольку последние полагают мебель зарубежного производства более качественной. Однако ввоз готовой продукции из Италии значительно дороже, чем комплектующих материалов, таким образом, ответчик, реализуя кухни как готовую продукцию фабрики «Sorrento», получает преимущества, поскольку фактически кухни из комплектующих материалов. Причинение убытков в случае осуществления недобросовестной конкуренции необязательно, убытки могут быть предполагаемыми. Отток покупателей можно проследить по статистике продаж заявителя за период распространения рекламы ответчика. В январе 2014 года фотографирование баннеров ответчика не производилось, повторно снимки были сделаны в марте 2014 года. Имеющаяся сноска под знаком «*» не устраняет нарушение, поскольку сделана более мелким шрифтом, чем основная надпись и затруднительна для прочтения.

Представитель ИП <...> заявил ходатайство о предоставлении Комиссии для обозрения оригиналов фотографий баннеров мебельного салона «SORRENTO», находящихся в телефонном аппарате представителя «Айфон 5».

Ходатайство удовлетворено, Комиссии и ответчику представлены для обозрения фотографии баннеров мебельного салона «SORRENTO», находящиеся в телефонном аппарате представителя заявителя «Айфон 5» и произведенные 03.03.2014 из автомобиля представителя заявителя, в том числе баннера, содержащего информацию:

- заголовок «SORRENTO», текст «SORRENTO, By la favorite Deruta Italy, Итальянские* кухни, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46, *Итальянские фасады Mobilclan, итальянские комплектующие и индивидуальное наполнение» .

Как следует из представленных ответчиком в материалы дела пояснений, ИП <...> не считает, что реклама, расположенная на фасаде салона, является недобросовестной и вводит в заблуждение потребителя, так как на рекламном баннере есть текст, в котором доступно изложена информация чьего производства мебель для кухни. Дополнительная информация о продукции доводится до потребителя в салоне, предоставлением образцов мебели, каталогов и сертификатов, а также устного пояснения во время диалога с потребителем. Макеты рекламы салона, а также рекламный ролик разрабатывались совместно с рекламоизготовителями. В 2014 году реклама салона не размещалась в средствах массовой информации. На 15.12.2013 на баннерах на фасаде салона располагалась та же рекламная информация, что и на 28.01.2014. Но в середине декабря 2013 года салон посетил <...>. После его возражения на то, что текст с пояснениями на баннере есть, но плохо читаем, решено дополнить нижний баннер знаком «*» с пояснениями - для тех, у кого плохое зрение. Текст на баннере читаем даже с дороги, в этом можно убедиться, подъехав к салону.

В заседании Комиссии ответчик поддержала изложенную позицию, указав, что слово «SORRENTO» является не наименованием фабрики, а наименованием салона. Выражение «Любимые кухни Италии» является слоганом салона, аналогично слогану «Мебель для сладкой жизни» салона заявителя. Выражение «срок исполнения заказа от 15 дней» говорит о том, что ИП <...> может оформить и исполнить заказ в случае возникновения потребности в указанный срок, поскольку складская программа предпринимателя позволяет иметь в наличии на Дальнем Востоке необходимые материалы, сроки обсуждаются. Реклама на баннерах размещается в том виде, что и полгода назад. Покупателям разъясняется информация о производителях комплектующих материалов. Имеется возможность привезти кухню из Италии в полной сборке с соответствующими сертификатами, однако стоимость такой кухни значительно дороже, покупатели не соглашались на ее приобретение. Деятельность салона осуществляется с 2009 года. Ранее салон назывался «Диана», поскольку основным продуктом реализации были кухни «Диана». Года назад наименование изменено на «SORRENTO». Происхождение комплектующих материалов подтверждается представленными в материалы дела документами.

На вопросы Комиссии ответчик пояснила, что кухни, произведенные полностью в Италии, не продавались. Срок поставки таких кухонь может быть около 8 месяцев и за большую сумму, поэтому потребители не соглашались на приобретение таких кухонь. Реклама на баннерах размещена с марта 2013 года. С нового года реклама нигде не распространяется. Информация под знаком «*» размещена после посещения салона <...>, читаема с дороги и на дату рассмотрения дела имеется в наличии на баннере. В журнале «Дорогое удовольствие» и на телевидении сносок не было.

ИП <...> на определение о назначении дела пояснила, что из рекламного ролика, размещенного на телеканале «Первый» с 15.06.2013 по 21.06.2013 однозначно не следует, что кухонные гарнитуры, реализуемые в мебельном салоне «SORRENTO», производятся на итальянских фабриках. Рекламодателем рекламного ролика, размещавшегося в эфире телеканала «Первый», является ИП <...>. Сведениями о рекламопроизводителе вышеуказанного ролика ИП <...> не располагает, ролик представлен рекламодателем. В настоящий момент ролик не размещается.

ООО «Редакция телекомпании «Альфа-канал» во исполнение определения о назначении дела сообщило, что рекламный материал мебельного салона «SORRENTO», содержащий слова «SORRENTO, Итальянские кухни» ООО «Редакция телекомпании «Альфа-канал» на протяжении 2013 года в эфире 27 ТВК не распространялся. Общество являлось распространителем в отношении рекламного материала указанного мебельного салона в эфире 27 ТВК в 2013 году, но с иным содержанием, нежели указано в определении. Рекламодателем относительно указанного рекламного материала являлась ИП <...>. На настоящий момент ООО «Редакция телекомпании «Альфа-канал» не осуществляет размещение рекламы мебельного салона «SORRENTO».

К пояснениям ООО «Редакция телекомпании «Альфа-канал» представило диск с записью рекламного материала «SORRENTO», распространяемого ООО «Редакция телекомпании «Альфа-канал», копию счёта на оплату № А00000001644 от 25.10.2013; копию акта № А00000001644 от 04.11.2013; копию приходно-кассового ордера № 766 от 25.10.2013; копию эфирной справки за период с 26.10.2013 по 04.11.2013.

ИП <...>. в ходе рассмотрения заявления ИП <...> представлены сведения о распространении рекламы мебельного салона «SORRENTO» в номерах журналов «Дорогое удовольствие» № 22 (апрель 2013 года), № 26 (сентябрь 2013 года), № 28 (ноябрь 2013 года), № 29 (декабрь 2013 года) с информацией в текстовом сопровождении «SORRENTO, салон итальянских кухонь, Любимые кухни Италии, г. Благовещенск, ул. Амурская 208, тел.:58-48-46». Макеты указанной рекламы согласованы с ИП <...>.

Заслушав пояснения лиц, участвующих в деле, исследовав представленные в материалы дела сведения и документы, Комиссия установила следующее.

Согласно пункту 9 статьи 4 Закона «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.

В соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей.

Исходя из представленной в материалы дела информации, ИП <...> осуществляет продажу:

- мебели – кухонных гарнитуров из комплектующих деталей (фасады, декоративные элементы и т.п.) итальянской фирмы «MOBILCLAN» S.p.A. (сертификат соответствия № РОСС. ИТ.АЮ73.Н0388, срок действия с 28.10.2013 по 27.10.2014 № 0881371), а также на основании договора поставки мебели, заключенного с ИП <...> (г. Владивосток, договор от 01.01.2013 на поставку скомплектованного товара – мебели для кухни, сертификат соответствия № РОСС.RU.ДМ36.Н00838, срок действия с 20.02.2013 по

20.02.2014 № 0600537 в отношении продукции – мебель бытовая);

- кухонного оборудования для мебели (сушки для посуды, поддоны, сетки и т.п.) итальянской фирмы «INOXA S.i.l.» (экспертное заключение о соответствии № 77.01.16.П.0351.03.11 от 29.03.2011), германской фирмы «Kesseböhmer GmbH» (декларации о соответствии от 09.07.2012, 02.11.2012, 09.07.2012, 02.11.2012),

в мебельном салоне «Итальянские кухни», занесенном в Сводный перечень объектов потребительского рынка муниципального образования города Благовещенска (свидетельство № 447 ТР от 01.04.2013).

Торговля осуществляется предпринимателем в помещениях мебельного салона «SORRENTO» по адресу г. Благовещенск, ул. Амурская 208, находящихся в пользовании ИП <...> на основании заключенных с ИП <...> договоров аренды от 01.11.2012, от 01.11.2013.

Размещение информации о деятельности салона мебели «SORRENTO» ИП <...> осуществлялось:

1) В журнале «Дорогое удовольствие» на основании договора на рекламное обслуживание от 15.03.2013 № 949/320, заключенного с ИП <...> (акт № 000073 от 15.03.2013, счет № 62 от 15.03.2013, акт № 000002 от 15.08.2013, счет № 2 от 15.08.2013, акт № 000002 от 15.10.2013, счет № 2 от 15.10.2013, акт № 000003 от 15.11.2013, счет № 2 от 15.11.2013).

Размещенная в номерах журналов «Дорогое удовольствие» информация мебельного салона «SORRENTO» содержит:

- в № 3 (апрель 2013 года, страницы 98-99) статью об указанном салоне, содержащую слова в заголовке «Da Italia, салон итальянских кухонь «Sorrento»; по тексту «...Итальянские кухни от салона «Sorrento» порадуют даже самого притязательного заказчика с изысканным вкусом...»; за текстом обозначение с визуальным сопровождением - окружность с изображением цветов государственного флага Италии, с текстовым сопровождением «SORRENTO, Любимые кухни Италии», текстом «Салон итальянских кухонь «Sorrento» г. Благовещенск, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46»;

- в № 7 (сентябрь 2013 года, страница 7), информация мебельного салона «SORRENTO» содержит текстовое сопровождение «SORRENTO, салон итальянских кухонь, Любимые кухни Италии, г. Благовещенск, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46», визуальное сопровождение: над заголовком окружность с изображением цветов государственного флага Италии, под заголовком фотография кухни с мебельным гарнитуром;

- без номера (ноябрь 2013 года, страница 15), информация мебельного салона «SORRENTO» содержит текстовое сопровождение «SORRENTO, салон итальянских кухонь, Любимые кухни Италии, г. Благовещенск, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46», визуальное сопровождение: над заголовком окружность с изображением цветов государственного флага Италии, под заголовком фотография кухни с мебельным гарнитуром;

- без номера (декабрь 2013 года – январь 2014 года, страница 11) - текстовое сопровождение «SORRENTO, салон итальянских кухонь, Новогодние праздники с

любимыми кухнями Италии, г. Благовещенск, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46», визуальное сопровождение: над заголовком окружность с изображением цветов государственного флага Италии, под заголовком фотография кухни с мебельным гарнитуром.

2) В эфире телеканала 27 ТВК (ТНТ-Благовещенск), что подтверждается актом № А00000001242 от 16.09.2012 на выполнение работ-услуг – размещение рекламы на канале, изготовитель ООО «Редакция телекомпании «Альфа-Канал» с 07.09.2012 по 16.09.2012, счетом № А00000001242 от 04.09.2012 с квитанцией об оплате от 05.09.2012, актом № А00000001644 от 04.11.2013 на выполнение работ-услуг – размещение рекламы на канале, изготовитель ООО «Редакция телекомпании «Альфа-Канал», счетом № А00000001644 от 04.11.2013 с квитанцией об оплате от 25.10.2013, эфирной справкой за период с 24.10.2013 по 05.11.2013 о размещении ролика в эфире канала в период с 26.10.2013 по 04.11.2013. Текстовое сопровождение ролика 2013 года: «Кухня – это не просто помещение, где готовят еду, это место встречи гостей, место, где собирается вся семья за душевным разговором. Кухни Италии обладают аурой, которая придает семейному очагу неповторимый уют. SORRENTO. Амурская 208», визуальное - видеоряд с изображениями кухонь, заставка - над заголовком окружность с изображением цветов государственного флага Италии, текстовое сопровождение «SORRENTO, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46».

3) В эфире телеканала «Первый» в период с 15.06.2013 по 21.06.2013, что подтверждается актом № 554 от 21.06.2013 на выполнение работ-услуг – размещение рекламы на ТК «Первый», счетом № 478 от 05.06.2013 со счетом-фактурой об оплате от 07.06.2013 № 3. Текстовое сопровождение ролика: «Кухня – это не просто помещение, где готовят еду, это место встречи гостей, место, где собирается вся семья за душевным разговором. Кухни Италии обладают аурой, которая придает семейному очагу неповторимый уют. SORRENTO. Амурская 208», визуальное - видеоряд с изображениями кухонь, заставка - над заголовком окружность с изображением цветов государственного флага Италии, текстовое сопровождение «SORRENTO, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46». Ролик изготовлен ООО «Арт-город», что подтверждается квитанцией об оплате от 29.03.2013;

5) На баннерах на фасаде салона мебели «SORRENTO» и буклете, изготовленных ИП <...> (товарные чеки от 06.03.2013, 16.03.2014, 16.04.2013), содержащих информацию:

- заголовок «SORRENTO», текст «SORRENTO, By la favorite Deruta Italy, Итальянские кухни, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46» (баннер № 1);

- заголовок «SORRENTO, Любимые кухни Италии», текст «Итальянские кухни», ниже информация о днях и времени работы салона (баннер № 2),

- заголовок «SORRENTO, Любимые кухни Италии», текст «Итальянские кухни», ниже информация «Кухонный гарнитур Афина Белое Серебро. Фасады с серебряной патиной изготовлены из прочного массива и шпона ясеня. Производитель фасадов – итальянская фабрика «CASA-ITALIA». В процессе производства итальянского кухонного гарнитура используются разнообразные декоративные элементы (пати-колонны, порталы, карнизы фризы, менсолы, балясины, витражи, декоративный фигурный рез на фасаде). Возможно изготовление кухни на заказ по индивидуальному проекту. Компания «Sorrento» претворяет в жизнь самые сложные и нестандартные решения!» (баннер № 3),

- заголовок «SORRENTO, Любимые кухни Италии», текст «Срок исполнения заказа от 15 дней» (баннер № 4),

- текст «SORRENTO, итальянские кухни» (лестничные баннеры),

- заголовок «SORRENTO», текст «SORRENTO, Итальянские кухни, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46», фотоизображение моделей кухонных гарнитуров с указанием стоимости (буклет).

Исходя из фотоснимков, представленных предпринимателем, размещенная на баннере № 1 информация содержит указание на изготовление мебели из итальянских комплектующих деталей (фасадов):

- заголовок «SORRENTO», текст «SORRENTO, By la favorite Deruta Italy, Итальянские* кухни, ул. Амурская 208, тел.: 58-48-46, *Итальянские фасады Mobilclan, итальянские комплектующие и индивидуальное наполнение».

Данные фотоснимки согласно пояснениям ИП <...> произведены 04.01.2014.

Основным видом деятельности ИП <...> согласно ОКВЭД ОК 029-2001 является розничная торговля мебелью (код ОКВЭД – 52.44.1), основным видом деятельности ИП <...> согласно ОКВЭД ОК 029-2001 является розничная торговля мебелью и товарами для дома (код ОКВЭД – 52.44).

Как следует из поступивших в Амурское УФАС России документов ИП <...> и ИП <...> осуществляют розничную торговлю кухонными гарнитурами в мебельных салонах и являются конкурентами в указанной сфере деятельности.

Оценив представленные сведения и документы с учетом пояснений сторон, Комиссия приходит к выводу, что содержащееся в вышеуказанных источниках информации выражение «итальянские кухни» (интерпретация по отношению к салону продавца – «салон итальянских кухонь»), в том числе в сочетании с графическим изображением окружности с цветами государственного флага Италии, может создавать у потребителей продукции принадлежащего ИП <...> салона мебели «SORRENTO» мнение, что данная продукция производится непосредственно в Италии, поскольку в указанном выражении прилагательное «итальянские» отражает свойства предмета – кухонь, как имеющих происхождение, относимых к стране производителю – Италии, то есть является качественной характеристикой товара по месту его производства.

При этом выражение «итальянские кухни» не может восприниматься как устойчивое выражение, либо как определяющее видовую принадлежность товара, в отличие, например, от устойчивого выражения «шведская стенка», указывающего на вид товара – вид гимнастического снаряда. Качественная характеристика товара «итальянские» может отражать как изготовление и сборку кухонь в Италии, так и полную комплектацию кухонь из производимых в Италии материалов.

Действия по употреблению в информации о деятельности салона мебели «SORRENTO» выражения «итальянские кухни» могут иметь целью привлечение повышенного спроса к реализуемой ИП <...> продукции, поскольку у потребителей может складываться впечатление о более высоком качестве изготовления и сборки импортной продукции из Италии по сравнению с продукцией иного

производства, в частности России, а также об особенных - отличительных и оригинальных качествах данной продукции, например, в стилистическом выражении.

В связи с тем, что реализуемая ИП <...> продукция комплектуется, исходя из представленных в дело сведений, фактически из материалов, производимых как итальянскими производителями, так и производителями Германии и России, указанные действия могут создавать, а как считает заявитель фактически создают, преимущества при осуществлении ИП <...> своей деятельности путем введения потребителей в заблуждение в отношении производителя и качественных характеристик реализуемой продукции. Данные действия также могут повлечь для ответчика увеличение, а для заявителя уменьшение прибыли вследствие перераспределения потребительского спроса в пользу продукции ответчика. Преимущества создаются в отношении ответчика по сравнению с иными хозяйствующими субъектами-конкурентами, реализующими продукцию с указанием действительных сведений о производителях и качественных характеристиках реализуемых ими товаров.

Доказательства реализации ИП <...> в мебельном салоне «SORRENTO» продукции, изготовленной и собранной в Италии, или продукции из производимых в Италии комплектующих материалов в материалы дела не представлены.

С учетом изложенного, Комиссия приходит к выводу о наличии в действиях ИП <...> нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 Закона «О защите конкуренции», выражающегося в осуществлении недобросовестной конкуренции путем введения в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей распространением информации на баннерах на фасаде мебельного салона «SORRENTO», в эфире телеканалов «Первый», 27 ТВК, журнале «Дорогое удовольствие», содержащей выражение «итальянские кухни» и создающей у потребителей впечатление о месте производства реализуемых в мебельном салоне «SORRENTO» кухонных гарнитуров – Италия, и о производителе указанной продукции – итальянские фабрики.

Указанное нарушение может быть устранено, по мнению Комиссии, как путем прекращения распространения вводящей в заблуждение потребителей информации, так и путем разъяснения в информации употребляемого выражения «итальянские кухни», например, под знаком сноски, либо заменой выражения, на аналогичную разъяснениям информацию.

Вместе с тем, Комиссия принимает во внимание, что исходя из пояснений ответчика и заинтересованных лиц, распространение вышеуказанной информации в эфире телеканалов 27 ТВК, «Первый» на момент рассмотрения дела прекращено. Информация на баннере № 1 дополнена разъяснениями под знаком сноски «*» - «*Итальянские фасады Mobilclap, итальянские комплектующие и индивидуальное наполнение».

Таким образом, Комиссия полагает, что нарушение ответчиком частично устранено до рассмотрения настоящего дела.

С учетом доводов ответчика, Комиссия полагает подлежащим отклонению довод заявителя о том, что информация ответчика на баннере № 4 о сроке исполнения

заказа от 15 дней является недостоверной и вводит потребителей в заблуждение о реальных сроках исполнения заказа, поскольку при наличии реализуемой продукции или необходимых комплектующих материалов в салоне заявителя или в используемых последним складских помещениях, а также с учетом возможности доставки из г. Владивосток, исполнение заказа в указанный срок является допустимым. При этом указанный на баннере срок, исходя из смысла выражения, является минимальным и не исключает возможность исполнения заказа в более длительный срок.

Также Комиссия, отклоняет довод заявителя о том, что слоган салона мебели «SORRENTO» - «Любимые кухни Италии» также создает преимущества в осуществлении деятельности ответчика, поскольку данный слоган не содержит в себе качественные сравнительные характеристики реализуемого ответчиком товара, прилагательное «любимые» не содержит в себе превосходной степени сравнения, а употребляемое слово «Италия» в контексте выражения не указывает однозначно на характеристику товара ответчика как произведенного в Италии.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Амурского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать действия индивидуального предпринимателя <...>, выражающиеся в осуществлении недобросовестной конкуренции путем введения в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей распространением информации на баннерах на фасаде мебельного салона «SORRENTO», в эфире телеканалов «Первый», 27 ТВК, журнале «Дорогое удовольствие», содержащей выражение «итальянские кухни» и создающей у потребителей впечатление о месте производства реализуемых в мебельном салоне «SORRENTO» кухонных гарнитуров – Италия, и о производителе указанной продукции – итальянские фабрики, нарушающими пункт 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 года № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание об устранении нарушения антимонопольного законодательства.

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трёх месяцев со дня его принятия.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии:

<...>

<...>

<...>

<...>