

РЕШЕНИЕ по делу № 647-11-р

14 декабря 2011 года г. Пермь

Резолютивная часть решения объявлена 30 ноября 2011 года

В полном объеме решение изготовлено 14 декабря 2011 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе <...>, рассмотрев материалы дела № 647-11-р по признакам нарушения п. 1 ч. 2 ст.5, п. 1 ч. 3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП Антипкина А.А. (далее - Ответчик), возбужденное по заявлению гр. Спичкина В.Н.(вх. № 9834-11 от 11.07.2011 г.) (далее - Заявитель),

Заседания Комиссии состоялись:

20.10.2011 г.:

- в присутствии ИП Антипкина А.А. (предъявлен паспорт <...> его представителя - <...>;

- в присутствии Спичкина;

Рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью представления дополнительных доказательств.

24.11.2011 г.:

- в присутствии ИП Антипкина А.А. (предъявлен паспорт <...> его представителя - <...>;

- в присутствии Спичкина;

УСТАНОВИЛА:

В Пермское УФАС России поступило заявление гр. Спичкина (вх.№ 9834-11 от 11.07.2011 г.) с жалобой на ненадлежащую рекламу мебельного салона «Дома дом», распространяемую, в том числе на телеканалах «ТНТ», «Россия 1», «Рифей», в которой содержатся признаки нарушения п. 1 ч. 2 ст.5, п. 1 ч. 3 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее также – Закон о рекламе, ФЗ «О рекламе»).

Из заявления следует, что на указанных телеканалах в течение длительного времени распространялась реклама мебельного центра «Дома дом», в том числе следующего содержания:

«Мебель та же, а цены – ниже! Дома-дом Соликамская, 313».

Как указывает заявитель, реклама аналогичного содержания распространялась на рекламном щите по адресу: г. Пермь, ул. Соликамская, 17. В подтверждение этого факта представлены фотографии наружной рекламы мебельного магазина «Дома Дом».

Данная реклама, как полагает заявитель, содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. В обоснование своих доводов заявитель представил счета на оплату кресла «Престиж», дивана «Клеопатра», выданные ИП Антипкиным А.А. и ООО «АВЕРС-ПЕРМЬ», а также фотографии ценников стула «Престиж», дивана «Клеопатра» в салоне «Другой мебельный» и магазине «Дома Дом». Просит принять меры в соответствии с компетенцией.

В целях рассмотрения заявления Спичкина, Пермским УФАС России были сделаны

запросы в адреса телеканалов «ТНТ» (исх. № 8219-11 от 17.08.2011г.), «Россия 1» (исх. № 7502-11 от 28.07.2011г.), «Рифей» (исх. № 7501-11 от 28.07.2011г.).

В частности, в ответ на запрос ООО «Алькасар Регион Пермь» (рекламное агентство, размещающее рекламу на телеканалах «НТВ», «ТВЦ», «ДТВ» и «ТНТ» в Пермском крае) представило копию договора № 287-10 от 30.0.2010 г., в соответствии с которым рекламодателем указанной рекламы является ИП Антипкин А.А. Реклама, в соответствии с указанным договором, распространялась с 10 мая по 31 июля 2011 г.

На заседание Комиссии 24.11.2011г. ИП Антипкиным А.А. представлены документы: договор на размещение рекламно-информационных материалов между ООО «Торговый дом «Паритет» и ИП Антипкиным А.А. № ТД 0092901 от 29.09.2010г., договор на оказание консультационно-информационных услуг между ООО «Торговый дом «Антал» и ИП Антипкиным А.А. от 01.11.2010г., регламент ценообразования для розницы, товарные чеки на стул «Престиж», выданные ИП Антипкиным А.А. и ООО «АВЕРС-ПЕРМЬ» (г. Пермь, ул. Васильева, 3). В соответствии указанными чеками, стоимость кресла «Престиж» в мебельном магазине по адресу ул. Васильева, 3 составляла 1600 рублей (счет № 792 от 29.09.2011г.), а дивана «Клеопатра» - 29.300 рублей (счет № 793 от 29.09.2011г.). Ответчиком также даны пояснения, согласно которым реклама является достоверной, поскольку рекламная информация о продаже мебели по сниженным ценам в мебельном центре «Дома дом», размещенная по адресу г. Пермь, ул. Соликамская, 17, соответствует действительности, а сравнение цен осуществляется в ретроспективе, то есть относительно прошлых периодов продаж мебели в мебельном центре «Дома дом».

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения ИП Антипкина А.А., его представителя – <...>, заявителя – Спичкина, Комиссия приходит к следующему.

С мая 2011 г. на телеканалах «ТНТ», «Россия 1», а также на рекламной конструкции, размещенной по адресу: г. Пермь, ул. Соликамская, 17, стала распространяться информация следующего содержания: «Мебель та же, цены ниже! Дома дом, Соликамская 313». Кроме того, на телеканалах «ТНТ» и «Россия 1» распространялась реклама следующего содержания:

С 10.05.2011г. по 26.05.2011г.:

«Удачные сезоны в Дома дом: с 1 по 20 мая»,

«Удачные сезоны в Дома дом: вся мебель прошлых коллекций по ценам ниже. Настолько ниже, что и на дачу купить можно. С 1 по 20 мая»,

С 06.06.2011 г. по 13.06.2011г.:

«Без скидок. Без уловок. Мебель та же, а цены ниже!», сопровождаемая изображением Стенки «СИТИ» с указанием её цены: «Дома дом» 21.990; другой мебельный 29.550;

«Чем больше мебели мы продаем, тем ниже наши цены. Без скидок. Без уловок. Мебель та же, а цены ниже!», сопровождаемая изображением Стенки «СИТИ» с указанием её цены: «Дома дом» 21.990; другой мебельный 29.550;

С 06.07.2011г. по 28.07.2011г.:

«Без скидок. Без уловок. Мебель та же, а цены ниже!», сопровождаемая изображением Шкафа-Купе «МАМА» с указанием её цены: «Дома дом» 11.900; другой мебельный 16.980;

«Чем больше мебели мы продаем, тем ниже наши цены. Без скидок. Без уловок. Мебель та же, а цены ниже!», сопровождаемая изображением Детской «Акварель» с указанием её цены: «Дома дом» 16.550; другой мебельный 19.170;

«Чем больше мебели мы продаем, тем ниже наши цены. Без скидок. Без уловок. Мебель та же, а цены ниже!», сопровождаемая изображением Стенки «Марианна»

с указанием её цены: «Дома дом» 19.760; другой мебельный 25.070;
«Последние дни удачных сезонов в Дома дом. С 20 по 31 мая»,
«Последние дни...удачных сезонов в Дома дом. Последний шанс купить мебель прошлых коллекций за полцены. С 20 по 31 мая»,
«С 9 июля в Дома дом оптовые цены»,
«Цены не будут ниже...чем в Дома дом. Всего 10 дней оптовых цен в Дома дом: с 9 по 19 июля»,
«Диваны не будут мягче. Шкафы не будут вместительней. А цены не будут ниже... чем в Дома дом. Всего 10 дней оптовых цен в Дома дом: с 9 по 19 июля»,
«Осталось 7 дней оптовых цен в Дома дом»,
«Осталось 6 дней оптовых цен в Дома дом»,
«Осталось 5 дней оптовых цен в Дома дом»,
«Осталось 4 дня оптовых цен в Дома дом».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - 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. Таким образом, рассматриваемая информация является рекламной, обращена к неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к товару, реализуемому в мебельном центре «Дома дом» по адресу: г. Пермь, ул. Соликамская, 313. В указанном мебельном центре деятельность осуществляет ИП Антипкин А.А.

Из пояснений Спичкина следует, что 07 сентября 2011 г. в мебельном центре «Дома дом» стоимость кресла «Престиж» составляла 990 рублей (счет № 50037), а дивана «Клеопатра» - 26.330 рублей (счет № 6321). В то же время, стоимость кресла «Престиж» в мебельном магазине на ул. Васильева, 3 (ООО «АВЕРС-ПЕРМЬ») составляла 900 рублей, а дивана «Клеопатра» - 26.000 рублей (счет № 699).

Согласно п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование некорректных сравнений рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

На основании п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Представленные рекламные ролики и рекламный щит, размещенный по адресу: г. Пермь, ул. Соликамская, 17, представляют собой единую рекламную кампанию. В рекламных роликах, распространявшихся на каналах «ТНТ» и «Россия 1» с 10 мая по 31 июля 2011 г., указаны цены на конкретные образцы мебели в мебельном центре «Дома дом» по сравнению с ценами на эти же образцы в других мебельных магазинах города.

Согласно исследованиям, проведенным ООО «Торговый дом «Антал» по договору с ИП Антипкиным А.А. от 01.11.2010г., в период с 06 июня 2011 г. по 30 июля 2011 г. стоимость рекламируемых телеканалами образцов мебели ниже стоимости тех же образцов в других магазинах города.

Вместе с тем, Заявителем не представлено доказательств, подтверждающих, что образцы мебели, указанные в рекламных роликах, транслируемых на телеканалах, реализуются в других мебельных магазинах города по цене, ниже чем в мебельном центре «Дома дом».

Ответчиком также представлено заключение лингвистического исследования выражения «Мебель та же, цены ниже!», проведенное с 19 по 24 октября 2011 г. сотрудниками Лаборатории прикладной герменевтики и лингвокриминалистики Пермского государственного университета докторами филологических наук, профессорами В.А. Мишлановым и В.А. Салимовским (имеется в материалах дела). По результатам исследования сделан вывод: «Смысл выражения может быть передан перифразой: «Наша мебель такая же по потребительским свойствам, что и у ряда (некоторых) других продавцов (производителей), но цены ниже, чем у них». Рассматриваемый слоган не содержит экспрессивных отрицательно-оценочных выражений, способных нанести моральный вред кому-либо из представителей конкурирующих предприятий».

Таким образом, Комиссией установлено и материалами дела подтверждается, что реклама мебельного центра «Дома дом» не содержит некорректного сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Иных доказательств нарушения законодательства о рекламе заявителем не представлено.

На основании вышеизложенного, руководствуясь ст. 33 и ч. 1 ст. 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с п. 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Производство по делу № 647-11-р, возбужденному в отношении ИП Антипкина А.А. прекратить в связи с неподтверждением факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 14 декабря 2011 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.