

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-45/00-08-13

30 сентября 2013 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

рассмотрев дело № 3-5-45/00-08-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе факту распространения рекламы средства для мытья посуды «Fairу» в эфире центральных телеканалов в 2012 году, в присутствии представителей:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «Проктер энд Гэмбл» (адрес: Ленинградское ш., д. 16 А, стр. 2, б.ц. «Метрополис», г. Москва, 125171, ИНН 7701032910) — <...> (доверенность № 59/13 от 01.07.2013), <...> (доверенность № 63/13 от 19.07.2013), <...> (доверенность № 64/13 от 19.07.2013);

заявителя:

ОАО «Нэфис Косметикс» (адрес: 420021, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Г. Тукая, д. 152) — <...> (доверенность № 2741 от 03.006.2013), <...> (доверенность № 2783 от 02.09.2013).

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение ОАО «Нэфис Косметикс» с претензией к рекламе средства для мытья посуды «Fairу», которая распространялась в эфире центральных телеканалов в 2012 году.

Видео-ряд рекламы содержит изображение двух бутылок средств для мытья посуды, между которыми расположена тарелка, заполненная жиром. Слева от тарелки расположена бутылка оранжевого цвета с синей крышкой безымянного моющего средства, справа — бутылка моющего средства «Fairу». Сзади тарелки расположены четыре мерных стаканчика, два из которых наполнены водой, а два — моющим средством. В левом стаканчике моющее средство зеленого цвета, а в правом — желтого.

Видео-ряд рекламы демонстрирует, как небольшое количество обоих средств, нанесенное на кончики пальцев, опускают в тарелку с жиром. В том месте, куда макнули кончик пальца с «Fairу» вместо жира образовалось белое пятно, а в том месте, где макнули кончик пальца с другим средством образовалось белое пятно значительно меньшего размера, чем от Fairу. Голос за кадром говорит: «Fairу - отталкивает жир сильнее! Fairу – лучшее средство по удалению жира в России!». Последний кадр видеоролика представляет в течении 3-4 секунд информацию «Среди моющих средств, рекламируемых на ТВ в 2012 году. Подтверждено сравнительными испытаниями, проведенными в Инновационном техническом центре компании Proctor&Gamble (Брюссель, Бельгия 2012 год)», которая выполнена мелким шрифтом.

Из аудио- и видео-ряда рекламного ролика средства для мытья посуды «Fairу» следует, что его сравнивают с моющим средством зеленого цвета в оранжевой бутылочке с синей крышкой. При этом в рекламе утверждается, что «Fairу» во много раз эффективнее по удалению жира в сравнении с другими моющими средствами.

Согласно представленным ОАО «Нэфис Косметикс» материалам жидкое средство для мытья посуды «AOS» имеет зеленый цвет, выпускается ОАО «Нэфис

Косметикс» в оранжевой бутылочке с синей крышкой с 2001 года, и иного средства для мытья посуды в оранжевой бутылочке с синей крышкой, которое бы рекламировалось в 2012 году на товарном рынке не существует.

Таким образом, в рекламе моющее средство «Fairy» сравнивается с моющим средством «AOS». Согласно результатам проведенных ЗАО «НИЦБЫТХИМ» исследований средство для мытья посуды «AOS» отмывает больше тарелок, загрязненных жировой смесью, чем «Fairy», а значит и эффективнее по удалению жира.

ООО «Нэфис Косметикс», ссылаясь на «Книгу рекордов России» ООО «Агентство ПАРИ», указывает, что средство для мытья посуды «AOS» является рекордсменом России в категории «самое большое количество вымытых тарелок», и в настоящее время ни одно другое жидкое моющее средство для мытья посуды в России не побило установленный рекорд.

Также средство для мытья посуды «AOS» имеет награды:

золотая медаль и диплом БЫТХИМЭКСПО 2004 в номинации «Лучшая продукция товаров бытовой химии, средств гигиены и косметики 2004», диплом республиканского конкурса «лучшие товары республики Татарстан» в рамках программы «100 лучших товаров России» в номинации «Промышленные товары для населения», золотая медаль и диплом 6-го международного конкурса «Лучшая продукция товаров бытовой химии, средств гигиены и косметики 2005», диплом и ГРАН-ПРИ 6-го международного конкурса «Лучшая продукция товаров бытовой химии, средств гигиены и косметики 2005», золотая медаль и диплом 8-ой специализированной выставки БЫТХИМЭКСПО 2006, дипломант всероссийского конкурса программы «100 лучших товаров России», диплом 1-ой степени и золотая медаль 5-ой международной специализированной выставки товаров бытовой химии, гигиены и косметики – от сырья до конечного продукта БЫТХИМЭКСПО 2003, победитель программы «Контрольная закупка», в которой также участвовало «Fairy».

Как следует из рекламы, утверждение об эффективности моющего средства «Fairy» основано на результатах собственных испытаний компании Proctor&Gamble, в которых в качестве критерия выбран показатель скорости. Согласно результатам данных испытаний, моющее средство «Fairy» - быстрее отмывает жир, чем «AOS». При помощи «Fairy» удалось полностью удалить загрязнения с 3 чашек Петри, на каждую из которых было нанесено по 2 грамма жира за 17 минут и 17 секунд, в то время как при использовании «AOS» на это ушло 18 минут и 12 секунд.

ООО «Проктер энд Гэмбл» полагает, что чем выше показатель скорости отмывания жира выше, тем лучше данное моющее средство.

Однако, данный довод не корректен, поскольку наряду с показателем скорости отмывания жира существует множество иных критериев, которые свидетельствуют о качестве отмывания жира и по которым моющее средство «Fairy» не является лучшим на рынке.

Учитывая изложенное, в рекламе содержится некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Таким образом, в рекламе средства для мытья посуды «Fairy» с утверждением «Fairy – лучшее средство по удалению жира в России!» содержатся признаки

нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5 данного закона.

Рекламодателем рекламы средства для мытья посуды «Fairly» в эфире центральных телеканалов является ООО «Проктер энд Гэмбл» (адрес: Ленинградское ш., д. 16 А, стр. 2, б.ц. «Метрополис», г. Москва, 125171, ИНН 7701032910).

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу моющего средства «Fairly», распространявшуюся в период с 23 января по 31 мая 2013 года в эфире центральных телеканалов, нарушающей пункт 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
 2. Выдать ООО «Проктер энд Гэмбл» (адрес: Ленинградское ш., д. 16 А, стр. 2, б.ц. «Метрополис», г. Москва, 125171, ИНН 7701032910) предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».
 3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Проктер энд Гэмбл».
- Решение изготовлено в полном объеме 10 октября 2013 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии
А.Б. Кашеваров

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе
по делу № 3-5-45/00-08-13

30 сентября 2013 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

на основании своего решения от 30 сентября 2013 г. по делу № 3-5-45/00-08-13 о признании ненадлежащей рекламы моющего средства «Fairly», распространявшейся в период с 23 января по 31 мая 2013 года в эфире центральных телеканалов, нарушающей пункт 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Проктер энд Гэмбл» (адрес: Ленинградское ш., д. 16 А, стр. 2, б.ц. «Метрополис», г. Москва, 125171, ИНН 7701032910) прекратить нарушение требований пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы моющего средства «Fairý» с утверждением: «Fairý - отталкивает жир сильнее! Fairý – лучшее средство по удалению жира в России!», содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.
2. ООО «Проктер энд Гэмбл» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 11 ноября 2013 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами можно скачать внизу страницы