

В борьбе за покупателя не все способы правомерны

22 ноября 2013, 17:35

Законодательством о рекламе запрещено использовать некорректные сравнения рекламируемого товара с товарами конкурентов. Однако ООО «Проктер энд Гэмбл», пренебрегая этим требованием, в эфире центральных телеканалов с января по май 2013 года рекламировало средство для мытья посуды «Fairy» с утверждением «Fairy – лучшее средство по удалению жира в России!». В рекламе использовано некорректное сравнение этого моющего средства с находящимися в обороте аналогичными товарами других изготовителей.

Аудио - и видео-ряд рекламного ролика «Fairy» содержит сравнение с моющим средством зеленого цвета в оранжевой бутылочке с синей крышкой. При этом в рекламе утверждается, что «Fairy» во много раз эффективнее для удаления жира в сравнении с другими моющими средствами. По данным ОАО «Нэфис Косметикс» жидкое средство для мытья посуды «AOS» имеет зеленый цвет, выпускается в оранжевой бутылочке с синей крышкой с 2001 года. Другого средства для мытья посуды с такими характеристиками, которое рекламировалось в этот же период в эфире центральных телеканалов, на товарном рынке не существует. Значит, в этой рекламе моющее средство «Fairy» сравнивается с моющим средством «AOS». Утверждение об эффективности моющего средства «Fairy» - скорости отмыывания жира – также не корректно, поскольку наряду с показателем скорости существует множество иных критериев, которые свидетельствуют о качестве отмыывания жира и по которым моющее средство «Fairy» не является лучшим на рынке.

Комиссия ФАС России предписала ООО «Проктер энд Гэмбл» прекратить нарушение закона. Вчера, 21 ноября 2013 года, ФАС России применила к ООО «Проктер энд Гэмбл» меры административной ответственности – штраф в 100 тысяч рублей.

Справка

1. 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.

2. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.