

Реклама компании «Ив Роше Восток» о натуральной природе косметики Yves Rocher не соответствует действительности

05 июля 2011, 11:03

Комиссия Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) 29 июня 2011 года признала ненадлежащей рекламу косметики и парфюмерии Yves Rocher. Комиссия ФАС России пришла к такому выводу, поскольку в ней в нарушение требования пункта 1 части 2 статьи 5 закона содержится некорректное сравнение с товарами конкурентов. Также в этой рекламе в нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 закона в рекламе содержатся несоответствующие действительности сведения о натуральной природе косметики Yves Rocher.

В связи с прекращением рекламодателем ООО «Ив Роше Восток» распространения ненадлежащей рекламы в сети Интернет Комиссия ФАС России приняла решение предписание о прекращении нарушения не выдавать.

Материалы дела переданы должностному лицу ФАС России для возбуждения дела в отношении рекламодателя - ООО «Ив Роше Восток» для определения меры ответственности – размера штрафа.

В ФАС России поступило обращение ООО «Л`Окситан Рус» с претензиями к рекламе косметики и парфюмерии Ив Роше ООО «Ив Роше Восток», распространяющейся в сети Интернет в ноябре-декабре 2010 года. В поисковых системах «Яндекс» и «Google» распространялась контекстная реклама сообщающая: «Покупаете косметику L`Occitane? А в Yves Rocher только натуральная косметика и парфюмерия. Скидки, подарки! Адрес и телефон: www.yves-rocher.ru».

Согласно опубликованному в сети Интернет по адресу www.scicosmetsoc.ru некоммерческой организации «Научное косметическое общество» исследованию натуральности косметической продукции, основанному на сопоставлении количества химически синтезированных и натуральных ингредиентов в составе косметических средств, продукция ООО «Ив Роше Восток» занимает 128 место из 129 в «Рейтинге натуральности продукции косметических фирм», а косметика ООО «Л`Окситан Рус» 57 место.

Учитывая материалы исследования, контекстная реклама «Покупаете косметику L`Occitane? А в Yves Rocher только натуральная косметика и парфюмерия.» содержит не соответствующие действительности сведения о натуральной природе косметики и парфюмерии Yves Rocher.

Согласно экспертному заключению АНО «Центрэкспертиза» в этом рекламном объявлении представлены сведения в форме скрытого утверждения о преимуществах «только натуральной косметики и парфюмерии Yves Rocher» в отличии от просто «косметики L`Occitane».

Следовательно, реклама выполнена в виде сравнения конкурирующих товаров. В качестве отличительного достоинства рекламируемой косметики Yves Rocher указывается такая потребительская характеристика, как натуральность, которая

является привлекательной для любого покупателя товаров этого вида и предопределяет его выбор.

Вместе с тем согласно «Рейтингу натуральности продукции косметических фирм» в составе косметических средств L'Occitane соотношение количества натуральных ингредиентов выше, чем в косметических средствах Yves Rocher.

Таким образом, в контекстной рекламе присутствует некорректное сравнение конкурирующих товаров, которое способно при выборе покупки ввести потребителей в заблуждение.

Следовательно, контекстная реклама косметики и парфюмерии Yves Rocher, распространявшаяся в сети Интернет в поисковых системах «Яндекс» и «Google» в ноябре-декабре 2010 г., противоречит требованиям пункта 1 части 2 и пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Содержание этой рекламы сводится к тому, что косметика L'Occitane хуже рекламируемой по показателям натуральности, однако негативная оценка товара конкурента не носит характер сведений, порочащих конкурирующий товар и лиц, причастных к его продаже и изготовлению, то есть не нарушает норму пункта 2 части 2 статьи 5 закона.

Рекламодатель, в этом случае - ООО «Ив Роше Восток», несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Из устных объяснений представителя ООО «Ив Роше Восток» следует, что после получения запроса информации о рекламе косметики «Ив Роше» Общество прекратило распространение этой рекламы.

Справка

1. В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» недостоверной признаётся реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

2. В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признаётся реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

3. ФАС России и ее территориальные органы применяют к нарушителям меры административного наказания и административного воздействия за факты нарушения законодательства о рекламе. Только в прошлом году антимонопольные органы приняли около пяти тысяч решений о признании разного рода рекламы ненадлежащей.