

# Недобросовестная и некорректная реклама дезодоранта «Нивея» привела к штрафу

13 февраля 2014, 13:00

100 тысяч рублей штрафа придется заплатить ООО «Байерсдорф» за распространение на федеральных телеканалах недобросовестной и недостоверной рекламы дезодоранта «Нивея» Невидимая защита».

Ранее Комиссия ФАС России признала телерекламу недобросовестной и недостоверной поскольку она содержит некорректное сравнение с другими дезодорантами, а также не соответствующие действительности сведения о результатах исследований. По факту нарушения рекламодателю - ООО «Байерсдорф» - выдано обязательное для исполнения предписание об устранении нарушения.

С заявлением о признаках нарушения законодательства о рекламе ООО «Байерсдорф» обратилось в ФАС России ООО «Юнилевер Русь».

В результате рассмотрения дела Комиссия ФАС России установила, что рекламное утверждение «№ 1 от желтых и белых пятен» о дезодоранта «Нивея» Невидимая защита» указывает на превосходство применения именно этого дезодоранта в сравнении с другими товарами, поскольку «№ 1» подразумевает, что рекламируемый товар является лучшим из числа других однородных товаров, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними.

При использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара перед товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны критерии, по которым делается сравнение и которые обосновывают такое утверждение. Вместе с тем, приведенное в сноске к рекламному ролику Исследование компании «ГФК Русь» подтверждает только и исключительно совершение потребителями повторной покупки. Но ведь потребители могут совершить повторную покупку на основании оценки самых различных характеристик продукта, таких как эффективная защита от пота, привлекательный дизайн, приятный запах, а также и цена товара. Таким образом, данные исследования о количестве повторных покупок не дают оснований для утверждения об эффективности этого дезодоранта в конкретных характеристиках: «черное остается черным», «белое остается белым» и обладании статусом № 1 по действию без пятен на одежде в сравнении с другими дезодорантами. Представленные ООО «Байерсдорф» в обоснование рекламных утверждений данные дополнительного опроса не подтверждают превосходства дезодоранта «Нивея» Невидимая защита» по эффективности действия без пятен в сравнении с другими дезодорантами. Кроме того, эти данные не подтверждают рекламное утверждение о количестве (более миллиона купивших дезодорант № 1 от желтых и белых пятен от Нивея) повторно купивших дезодорант потребителей, которые убедились в заявленных характеристиках дезодоранта.

Таким образом, Комиссия ведомства пришла к выводу, что рекламный ролик содержит сведения, достоверность которых не подтверждена Исследованием компании «ГФК Русь», а само рекламное утверждение содержит недостоверные сведения о результатах приведенного исследования.

## Справка

1. В соответствии с пунктом 11 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федерального закона «О рекламе») недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о результатах исследований и испытаний.

2. Согласно пункту 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. В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона.

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