

За недостоверную рекламу десерта «Даниссимо Пломбир» компания «Данон Индустрия» заплатит штраф

04 июня 2012, 17:03

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) 24 мая 2012 г. оштрафовала ООО «Данон Индустрия» на 100 тысяч рублей за распространение на центральных телеканалах в июле-октябре 2011 года недостоверной видео рекламы молочного десерта «Даниссимо». В нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в видеорекламе десерта «Даниссимо Пломбир» нет четкого и однозначного указания на наименование продукта и на то, что продукт является десертом.

ФАС России возбудила дело по признакам нарушения закона о рекламе по обращению Союза мороженщиков России с претензиями к рекламе молочного десерта «Даниссимо», распространяемой ООО «Данон Индустрия».

Видеоряд рекламы показывает упаковку десерта «Даниссимо Пломбир» только лицевой стороной, на которой указано «Вкус лета! Danone. ДАНИССИМО. Пломбир», а далее следует видеоряд, демонстрирующий натуральное мороженое. Диктор озвучивает рекламу с текстом: «Этим летом ваше сердце растает от нового Даниссимо со вкусом карамельного крем-брюле и лёгкого сливочного пломбира!».

Лицевая этикетка упаковки показанного в рекламе десерта содержит информацию: «Вкус лета! Danone. ДАНИССИМО. Пломбир». Полное наименование этого десерта - «Молочный десерт с творожным кремом со вкусом пломбира «Даниссимо», приведено исключительно на этикетке, размещённой на задней стороне его упаковки, которая в рекламе не показывается.

Комиссия ФАС России пришла к выводу, что в рекламе десерта «Даниссимо Пломбир» нет четкого и однозначного указания на наименование продукта и то, что продукт является десертом. В этой связи словосочетание «ДАНИССИМО. Пломбир» воспринимается как наименование продукта, а термин «пломбир» в совокупности с видеорядом, демонстрирующим натуральное мороженое, позволяет идентифицировать рекламируемый продукт как продукт, содержащий пломбир (мороженное) или относящийся к виду мороженого.

Союз мороженщиков России представил социологическое исследование ОАО «ВЦИОМ» с целью определения мнения потребителей мороженого относительно рекламного ролика десерта «Даниссимо пломбир».

Социологическое исследование по методу интернет опроса показало:

- при просмотре рекламы десерта «Даниссимо Пломбир» у значительной части респондентов возникают ассоциации с мороженым (38%). При ответе респондентов на закрытый вопрос ассоциации с пломбиром возникают у (42,6%) опрошенных;
- половина опрошенных (49,4%) согласны с утверждением, что реклама десерта «Даниссимо пломбир» реклама творожного десерта с мороженым;

- мнение, что «Даниссимо пломбир» содержит мороженое пломбир высказали в целом 45,8% участников опроса.

Таким образом, около половины респондентов полагают, что в десерте «Даниссимо пломбир» содержится натуральное мороженое.

По итогам изучения рекламы десерта, Комиссия ФАС России пришла к выводу, что видеоряд рекламы создает неверное представление о молочном десерте «Даниссимо Пломбир» и вводит потребителей в заблуждение относительно его принадлежности к мороженому. Потребители вводятся в заблуждение и относительно состава десерта, в котором в действительности пломбир не содержится, а содержится исключительно ароматизатор, идентичный натуральному пломбиру. Это противоречит требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 и части 7 статьи 5 закона о рекламе.

Таким образом, десерт «Даниссимо Пломбир» не является пломбиром (мороженым) и не содержит пломбир.

В соответствии частью 6 статьи 38 закона о рекламе рекламодатель, в этом случае - ООО «Данон Индустрия», несёт ответственность за нарушение упомянутых требований закона.

Справка

1. Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «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.

2. Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждения потребители рекламы.

3. 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.

4. В прошлом году антимонопольные органы вынесли более 4 тысяч постановлений о наложении штрафа за различные нарушения закона о рекламе на сумму более 165 миллионов рублей.