

## РЕШЕНИЕ

по делу № 3-5-45/00-08-15

25 января 2016 г.

г. Москва

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

<...>,

рассмотрев материалы о распространении рекламы стирального порошка «Ariel» ООО «Проктер энд Гэмбл» на федеральных телеканалах РФ в период с января по октябрь 2015 года,

в присутствии лиц, участвующих в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «Проктер энд Гэмбл» (ОГРН 1027700413927, ИНН 7701032910, КПП 774301001, дата регистрации 12.11.2002; юридический адрес: Ленинградское ш., 16А, стр. 2, г. Москва, 125171) — <...> (доверенность № 104/15 от 30.11.2015);

заявитель:

ПАО «Нэфис Косметикс» (ОГРН 1021603463705, ИНН 1653005126, КПП 165901001, дата регистрации 22.08.2002; юридический адрес: ул. Г. Тукая, д. 152, г. Казань, 420021) — <...> (доверенность № 3497 от 26.11.2015);

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение ПАО «Нэфис Косметикс» с претензиями к рекламе стирального порошка Ariel ООО «Проктер энд Гэмбл», распространявшейся на федеральных телеканалах РФ в период с января по октябрь 2015 года.

В рекламном видеоролике стирального порошка Ariel используется сравнение стирального порошка Ariel производителя ООО «Проктер энд Гэмбл» со стиральными порошками премиум-класса других производителей.

Видеоряд рекламы демонстрирует, как два больших полотна ткани белого цвета загрязняет толпа людей на площади. Затем показывают процесс стирки полотен в двух стиральных машинах. На одной из машин стоит обезличенная упаковка стирального порошка и надпись под ней: «мы постирали одну половину с порошком премиум-класса». На второй - упаковка стирального порошка Ariel и надпись под ней: «а вторую с новым Ariel. Далее показывают результат стирки: полотно ткани после стирки порошком премиум-класса с видимыми не отстиранными следами загрязнений и полотно ткани после стирки порошком Ariel без каких-либо следов загрязнений идеально чистое и белое.

Завершает ролик изображение упаковки Ariel с утверждением:

«Лучшее удаление пятен с 1-й стирки\*».

В нижней части кадра содержится текст поясняющей сноски:

«\*по сравнению с другими стиральными порошками премиум-класса по результатам тестирования в Институте СджС Фрезениус/Institute Fresenius GmbH, октябрь 2013 г.»

Вместе с тем рекламное утверждение «Лучшее удаление пятен с 1-й стирки\*» в отношении порошка Ariel опровергается результатами исследования ООО «НИЦБЫТХИМ», проведенного по заказу ПАО «Нэфис Косметикс».

ООО «НИЦБЫТХИМ» провел сравнение эффективности стирки хлопчатобумажных тканей порошками премиум-класса (Ariel - ООО «Проктер энд Гэмбл», AOS - ПАО «Нэфис Косметикс», Persil - ООО «Хенкель Рус») с использованием стандартных загрязнений (18 наиболее распространенных трудноудаляемых пятен) при температурном режиме 60 °С с дозировкой, указанной производителем на упаковке.

Оценка степени удаления загрязнения проводилась визуальным и инструментальным методом в соответствии с общими принципами и рекомендациями протокола A.I.S.E. Международной ассоциации производителей мыла, моющих и чистящих средств, которая насчитывает 31 национальную ассоциацию по всей Европе и за ее пределами и является официальным представительным органом этой отрасли в Европе. Для оценки эффективности удаления пятен использован индекс удаления пятен (SRI).

Согласно результатам данного исследования все испытуемые средства эффективно удаляют (на 80% и более) все используемые стандартные загрязнения.

При этом после первой стирки по показателю SRI порошок Persil в целом удаляет загрязнения лучше, чем порошки Ariel и AOS.

В частности, порошок Persil лучше других порошков отстирывает пятна крови/молока/чернил, себум, какао. Порошок AOS лучше порошка Ariel удаляет сажу, кровь/молока/чернила, себум, а также лучше порошков Ariel и Persil удаляет яичный желток.

Соответственно, рекламное утверждение «Лучшее удаление пятен с 1-й стирки\*» не подтверждается объективными показателями исследования ООО «НИЦБЫТХИМ».

Тест Института СджС Фрезениус, на результаты которого имеется ссылка в рекламе, проводился при загрузке стиральной машины 2,5 кг трикотажной хлопчатобумажной тканью белого и голубого цвета при температурном режиме 40 °С с дозировкой продукта 150 гр и по программе стирки: «Стирка с кипячением/Цветное белье».

Однако согласно рекомендациям производителя, размещенным на упаковке стирального порошка Ariel, при средних загрязнениях тканей в условиях средней жесткости воды необходимо использовать 150 гр стирального порошка при загрузке стиральной машины 4-6 кг и температурном режиме 30/40/60/90 °С в зависимости от рекомендованного на ярлыках текстильных изделий.

Институт СджС Фрезениус тестировал степень удаления загрязнения тканей также в соответствии с протоколом A.I.S.E. В тестировании участвовали всего два порошка премиум-класса Ariel и Persil, стиральный порошок премиум-класса AOS, пользующийся спросом на российском рынке, в тестировании не участвовал.

По результатам тестирования Институт СджС Фрезениус пришел к заключению о том, что в целом порошок Ariel зарекомендовал себя значительно лучше по сравнению с порошком Persil Эксперт, в частности, порошок Ariel значительно лучше удалил 17 пятен из 37, а Persil Эксперт значительно лучше удалил 1 пятно из 37.

Вместе с тем согласно рекомендациям протокола A.I.S.E. при проведении тестов в стиральную машину помимо балластной загрузки весом 3 кг загружается балластное загрязнение — 4 простыни SBL 2004, которые также имеют определенный вес. При тестировании в Институте СджС Фрезениус была использована загрузка стиральной машины в два раза меньше (2,5 кг), чем рекомендовано производителем (4-6 кг) для дозировки порошка 150 гр, а также рекомендовано протоколом A.I.S.E.

Соответственно, загрузка стиральной машины при проведении тестов была неполной, а расход порошка превышал рекомендованную дозировку и температурный режим выбирался исходя из стирки цветного белья.

Институтом СджС Фрезениус исследование стиральных порошков Ariel и Persil проводилось при температуре 40 0C.

Кроме того, по заказу ООО «Протер энд Гэмбл» ООО «НИЦБЫТХИМ» провел повторное исследование эффективности стиральных порошков Ariel и Persil. Однако данное исследование также было проведено при температуре 40 0C и неполной загрузке машины (3,5 кг), как рекомендовано протоколом A.I.S.E.

Вместе с тем данный температурный режим согласно результатам опроса, проведенного АНО «Левада-центр» по заказу ПАО «Нэфис Косметикс», не является оптимальным для оценки эффективности отстирывания белых тканей стиральными порошками премиум-класса. Согласно результатам данного опроса 55,9 % опрошенных россиян белое белье стирают при температуре 60 0C и выше.

ООО «Проктер энд Гэмбл» представил результаты опроса компании Ipsos, из которого следует, что большинство респондентов (61 %) предпочитает стирать при температуре 40 0C, 40% респондентов - при температуре 60 0C.

Однако компания Ipsos в вопросе о температурном режиме, который обычно используют респонденты при стирке, проигнорировала такие условия стирки, как цвет и тип ткани.

Таким образом, результаты исследования Института СджС Фрезениус и ООО «НИЦБЫТХИМ», заказанные ООО «Проктер энд Гэмбл», свидетельствуют лишь о лучшем удалении пятен стиральным порошком Ariel при определенных условиях: температурный режим — 40 0C, загрузка машины неполная (2,5 - 3,5 кг), дозировка порошка превышает рекомендованную, средний уровень жесткости, программа стирки «Стирка с кипячением/Цветное белье» и прочие факторы.

Соответственно, некорректно основывать на результатах исследований Института СджС Фрезениус и ООО «НИЦБЫТХИМ», относящихся к определенным условиям

стирки, абсолютное утверждение о превосходстве качественных характеристик порошка Ariel («Лучшее удаление пятен с 1-й стирки\*») над характеристиками других порошков премиум-класса по эффективности стирки.

Кроме того, в рекламе для сравнения эффективности стиральных порошков премиум-класса показан результат стирки полотен белого цвета. В рекламе демонстрируются два полотна после стирки порошками премиум-класса: полотно без пятен, идеально чистое и белое после стирки порошком Ariel и полотно с видимыми не отстиранными пятнами после стирки иным порошком.

Эксперты отмечают, что различие в степени отстирывания белья визуально воспринимается только при разнице 2 единицы по шкале SRI (индекс удаления пятен).

По большинству видов пятен по шкале SRI разница между результатами стиральных порошков Ariel, AOS, Persil в обоих исследованиях ЗАО «НИЦБЫТХИМ» не превосходит 2 единиц.

Соответственно, в рекламе демонстрируется не соответствующий действительности результат стирки порошками, поскольку различие в степени отстирывания пятен данными порошками визуально остается не заметным.

Учитывая изложенное, рекламное утверждение «Лучшее удаление пятен с 1-й стирки\*» в отношении порошка Ariel не соответствует действительности, и реклама содержит недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого товара перед порошками премиум-класса других производителей, а также некорректное сравнение результатов стирки порошками премиум-класса.

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

В силу пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Учитывая изложенное, в рекламе стирального порошка «Ariel» содержатся признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьей 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Проктер энд Гэмбл» (ОГРН 1027700413927, ИНН 7701032910, КПП 774301001, дата регистрации 12.11.2002; юридический адрес: Ленинградское ш., 16А, стр. 2, г. Москва, 125171).

На основании пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу стирального порошка «Ariel» ООО «Проктер энд Гэмбл», распространявшуюся на федеральных телеканалах РФ в период с января по октябрь 2015 года, нарушающей требования пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе содержится некорректное сравнение стирального порошка Ariel с порошками премиум-класса других производителей.

2. Признать ненадлежащей рекламу стирального порошка «Ariel» ООО «Проктер энд Гэмбл», распространявшуюся на федеральных телеканалах РФ в период с января по октябрь 2015 года, нарушающей требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе содержатся недостоверные сведения о преимуществах стирального порошка Ariel перед порошками премиум-класса других производителей.

3. Выдать ООО «Проктер энд Гэмбл» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «Проктер энд Гэмбл».

Решение изготовлено в полном объеме 29 января 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

## ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

по делу № 3-5-45/00-08-15

25 января 2016 г.

г. Москва

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

<...>,

на основании своего решения от 25 января 2016 г. по делу № 3-5-45/00-08-15 о

признании распространявшейся на федеральных телеканалах РФ в период с января по октябрь 2015 года рекламы стирального порошка «Ariel» ООО «Проктер энд Гэмбл» нарушающей пункт 1 части 2, пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 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» (ОГРН 1027700413927, ИНН 7701032910, КПП 774301001, дата регистрации 12.11.2002; юридический адрес: Ленинградское ш., 16А, стр. 2, г. Москва, 125171) прекратить нарушение требований пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы стирального порошка «Ariel» ООО «Проктер энд Гэмбл», в которой содержится некорректное сравнение стирального порошка Ariel с порошками премиум-класса других производителей.

2. ООО «Проктер энд Гэмбл» (ОГРН 1027700413927, ИНН 7701032910, КПП 774301001, дата регистрации 12.11.2002; юридический адрес: Ленинградское ш., 16А, стр. 2, г. Москва, 125171) прекратить нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы стирального порошка «Ariel» ООО «Проктер энд Гэмбл», в которой содержатся недостоверные сведения о преимуществах рекламируемого стирального порошка Ariel перед порошками премиум-класса других производителей.

Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.

3. ООО «Проктер энд Гэмбл» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пунктов 1, 2 настоящего предписания до 20 февраля 2016 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 юридических лиц штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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