

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии:

<...>

рассмотрев дело № 97-ФАС22-Р/07-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по фактураспространения ООО «Аква-Лайв» в ходе презентаций фильтров для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения ч.п.1 ч.2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

заявителя – ООО «Барнаульская водяная компания» (656023, Алтайский край, г.Барнаул, пр.Ленина, 54-В) в лице представителей по доверенности: М.;

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – рекламодателя – ООО «Аква-Лайв» (656049, Алтайский край, г.Барнаул, ул.Пролетарская, 139), в лице директора Х., а также представителей по доверенности: К., Я.

УСТАНОВИЛА:

в Алтайское краевое УФАС России поступило заявление ООО «Барнаульская водяная компания» по признакам недобросовестной конкуренции со стороны ООО «Аква-Лайв» (вхд. № 4799 от 20.06.2013г.).

Заявитель указывает, что ООО «Аква-Лайв» рекламирует свою продукцию – фильтры для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE путем проведения презентаций.

При проведении презентаций для обоснования необходимости приобретения рекламируемых фильтров проводится проверка качества потребляемой воды: бутилированной из кулера, водопроводной, водопроводной после бытового фильтра, а также воды, представленной сотрудниками ООО «Аква-Лайв», которая прошла очистку через рекламируемый фильтр.

С мая 2013г. в адрес ООО «Барнаульская водяная компания» поступают обращения клиентов о том, что сотрудники ООО «Аква-Лайв» приходят домой к людьми и проводят проверку качества потребляемой воды.

В заявлении ООО «Барнаульская водяная компания» указывает, что проверка проводится двумя тестами.

1 – ТДС-метр, который используется для определения количества растворенных в воде веществ.

2 – электролизер, который определяет наличие или отсутствие в воде различных

соединений.

По результатам данной проверки вода, прошедшая очистку рекламируемым фильтром, является намного чище и полезней воды, предоставляемой клиентами для презентации.

При проведении теста ТДС-метром сотрудником ООО «Аква-Лайв» предоставляются данные о диапазонах показаний прибора, при которых вода считается идеальной, хорошей, удовлетворительной, неудовлетворительной и опасной для употребления. Показания прибора на бутилированной воде оказались в диапазоне опасной для употребления, водопроводной – неудовлетворительной, а в воде, предоставленной сотрудником ООО «Аква-Лайв», в диапазоне - идеальной. При этом разъяснений, что означают цифры этих диапазонов качества и как это влияет на человека, представителями ООО «Аква-Лайв» не дается.

Второй тест, проводимый сотрудниками ООО «Аква-Лайв» с помощью электролизера, заключается в том, что в стаканы с различной водой погружаются электроды. После подключения прибора в сеть в стаканах образуются осадки различного цвета. Сотрудники ООО «Аква-Лайв» поясняют, что указанные осадки являются ржавчиной, железом, тяжелыми металлами, а наличие зеленого цвета воды свидетельствует о присутствии в воде органических примесей, а также бактерий, грибов и плесени. После проведения указанного теста на воде, прошедшей очистку рекламируемым фильтром, какие-либо осадки отсутствуют.

Заявитель указывает, что производимая им бутилированная вода насыщена минералами согласно действующим санитарным правилам СанПин 2.1.4.1116-02 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды, расфасованной в емкости. Контроль качества».

Данный показатель является критерием физиологической полноценности воды.

Под воздействием эклектического тока происходит растворение материала электрода в воде, причем, чем выше в воде содержание растворенных веществ, тем интенсивнее происходит процесс электролиза. Бутилированная вода, соответствующая нормам физиологической полноценности по критерию общей минерализации, хорошо проводит электрический ток, поэтому процесс разложения электрода происходит очень интенсивно.

Людям, перед которыми проводится указанная презентация, об этом не сообщается.

По результатам сравнения сотрудниками ООО «Аква-Лайв» ставиться под сомнение качество потребляемой воды. Презентации проводятся некорректно.

Представители ООО «Аква-Лайв» на заседании Комиссии пояснили, что управлением Роспотребнадзора по Алтайскому краю была проведена проверка деятельности Общества на предмет введения потребителей в заблуждение. По результатам указанной проверки нарушений не выявлено. Вместе с тем, по результатам внутренней проверки, проведенной Обществом, установлено, что некоторые сотрудники действительно неправильно подавали материал в ходе презентации. Данные сотрудники наказаны. Один из них уволен. В настоящее

время предприняты меры для устранения подобных случаев. С сотрудниками выезжает контролер, который наблюдает за процессом проведения презентаций.

Комиссия, изучив материалы дела, заслушав доводы сторон, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

ООО «Аква-Лайв» рекламирует свою продукцию – фильтры для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE серии Bluefilters путем проведения презентаций. В основе рекламной информации, распространяемой в ходе проведения презентации, заложен принцип сравнения, но не рекламируемой продукции – фильтров марки RO-7 NEWLINE либо воды, прошедшей очистку аналогичными фильтрами с обратным осмосом, а производимого в результате применения фильтра продукта – воды, с питьевой воды иных производителей.

При проведении указанных презентаций для обоснования необходимости приобретения рекламируемых фильтров, проводится проверка качества потребляемой воды: бутилированной из кулера, водопроводной, водопроводной после бытового фильтра, а также воды, представленной сотрудниками ООО «Аква-Лайв», которая прошла очистку через рекламируемый фильтр.

ООО «Аква-Лайв» представлена копия инструкции по эксплуатации на фильтр для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE серии Bluefilters, согласно которой данные фильтры предназначены для комплексной очистки питьевой воды. Обеспечивают универсальную очистку водопроводной воды от механических примесей (ржавчины, ила, песка и т.д.), а также растворенных примесей, таких как свободного хлора, хлорорганических соединений и иных органических и неорганических веществ. Устраняет неприятные запахи, улучшает вкус воды.

Заявитель ООО «Барнаульская водяная компания» осуществляет деятельность, связанную с производством и реализацией бутилированной питьевой воды высшей категории.

Данная продукция производится в соответствии СанПиН 2.1.4.1116-02 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды, расфасованной в емкости. Контроль качества».

Требования к качеству водопроводной воды установлены СанПиН 2.1.4.1074-01 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества. Гигиенические требования к обеспечению безопасности систем горячего водоснабжения».

В соответствии с установленными требованиями, одним из критериев физиологической ценности питьевой воды является степень ее минерализации.

В основе очистки воды фильтром RO-7 NEWLINE серии Bluefilters лежит технология обратного осмоса. Обратный осмос – это процесс, в котором с помощью [давления](#) принуждают [растворитель](#) (обычно [вода](#)) проходить через [полупроницаемую мембрану](#) из более [концентрированного](#) в менее концентрированный раствор, то есть в обратном для [осмоса](#) направлении. При этом мембрана пропускает растворитель, но не пропускает некоторые растворённые в нём вещества. Обратный осмос используют с 1970-х годов при очистке воды, получении питьевой воды из морской воды, получения особо чистой воды для медицины, промышленности и других нужд. Достоинства и недостатки результата подготовки питьевой воды при помощи технологии обратного осмоса определяются особенностями технологии и целями фильтрации, которые зависят в первую очередь от изначального качества воды. Главной особенностью фильтров, использующих технологию обратного осмоса, является практически полная деминерализация воды.

Свойство практически полностью очищать воду от всех примесей лишает её важных микроэлементов (если они в ней были до опреснения).

Необогащенная деминерализованная вода или вода с низким содержанием минеральных веществ - в свете нехватки или отсутствия в ней важных минеральных веществ - далеко не идеальный продукт, следовательно, ее регулярное потребление не дает адекватного вклада в общее потребление некоторых значимых нутриентов.

Согласно Отчету Всемирной организации здравоохранения 1980 года, употребление питьевой воды с низкой минерализацией способствует вымыванию солей из организма. Изменения водно-солевого баланса в организме были отмечены не только при употреблении деминерализованной воды, но и воды с минерализацией от 50 до 75 мг/л. Поэтому группа исследователей ВОЗ, которая подготовила отчет за 1980 г., рекомендует употреблять в питьевых целях воду с минерализацией не менее 100 мг/л. Также учеными сделан вывод: оптимальная минерализация составляет 200-400 мг/л для хлоридно-сульфатных вод и 250-500 мг/л для гидрокарбонатных вод (1980 г., ВОЗ).

Решением Комиссии таможенного Союза Евразийского экономического сообщества от 28 мая 2010г. № 299 «О применении санитарных мер в Таможенном Союзе» утверждены Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические [требования](#) к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю).

Согласно Главе II раздел 9. Требования к питьевой воде, расфасованной в емкости, в зависимости от качества воды, улучшенного относительно гигиенических требований к воде централизованного водоснабжения, а также дополнительных медико-биологических требований, расфасованную воду подразделяют на 2 категории:

первая категория - вода питьевого качества (независимо от источника ее получения) безопасная для здоровья, полностью соответствующая критериям благоприятности органолептических свойств, безопасности в эпидемическом и

радиационном отношении, безвредности химического состава и стабильно сохраняющая свои высокие питьевые свойства;

высшая категория - вода питьевого качества безопасная для здоровья из самостоятельных подземных (предпочтительно родниковых или артезианских) водоисточников, надежно защищенных от биологического и химического загрязнения и оптимальная по качеству.

При сохранении всех критериев для воды первой категории питьевая вода высшей категории должна удовлетворять физиологическим потребностям человека по содержанию основных биологически необходимых макро- и микроэлементов и более жестким нормативам по ряду органолептических, физико-химических показателей и химическому составу.

Данным документом устанавливаются критерии качества и безопасности воды, расфасованной в емкости, в том числе нормативы содержания основных солевых компонентов, оказывающих влияние на органолептические свойства воды.

Показатели	Единицы	Нормативы качества		Показатель
	измерения	расфасованных питьевых		вредности
	вод, не более			<u><*></u>
	первая	высшая		
	категория	категория		

I. КРИТЕРИИ ЭСТЕТИЧЕСКИХ СВОЙСТВ:

I.a. Органолептические показатели:

Запах при 20 °С	Баллы	0	0	Орг.
При нагревании до 60 °С		1	0	
Привкус	Баллы	0	0	Орг.
Цветность	Градусы	5	5	Орг.
Мутность	ЕМФ	1,0	0,5	Орг.

Водородный показатель Единицы 6,5 - 8,5 6,5 - 8,5 Орг.
(рН), в пределах <5>

I.б. Показатели солевого состава <*>:

Хлориды мг/л 250 150 Орг.

Сульфаты -- 250 150 Орг.

3- мг/л 3,5 3,5 Орг.

Фосфаты (PO₄⁻³)

4

Примечание: <*> Показатели солевого состава, нормированные по влиянию на органолептические (эстетические) свойства воды.

Безвредность воды по химическому составу определяется ее соответствием нормативам по:

- содержанию основных солевых компонентов;
- содержанию токсичных металлов I, II и III классов опасности;
- содержанию токсичных неметаллических элементов и галогенов;
- содержанию органических веществ антропогенного и природного происхождения по обобщенным и отдельным показателям.

Физиологическая полноценность макро- и микроэлементного состава определяется в соответствии с нормативами.

Показатели Единицы Нормативы Нормативы качества
измерения физиологической расфасованных вод

полноценности

питьевой воды, первая высшая
в пределах категория категория

1	2	3	4	5
Общая минерализация (сухой остаток), в пределах	мг/л	100 - 1000	50 - 1000	200 - 500
Жесткость	мг-экв/л	1,5 - 7	не более 7	1,5 - 7
Щелочность	"-	0,5 - 6,5	не более 6,5	0,5 - 6,5
Кальций (Ca)	мг/л	25 - 130 <u><*></u>	не более 130	25 - 80
Магний (Mg)	мг/л	5 - 65 <u><*></u>	не более 65	5 - 50
Калий (K)	мг/л	-	не более 20	2 - 20
-	мг/л	30 - 400	не более 400	30 - 400
Бикарбонаты (НСО)				
3				
Фторид-ион (F)	мг/л	0,5 - 1,5	не более 1,5	0,6 - 1,2
Йодид-ион (J)	мкг/л	10 - 125	не более 125	40 - 60

<*>

<***>

Заявителем в материалы дела представлены видеозаписи презентаций, проводимых специалистами ООО «Аква-Лайф» в квартирах граждан.

Установлено, что для сравнения используется вода бутилированная из различных емкостей; водопроводная вода; водопроводная вода, прошедшая очистку через бытовой фильтр; вода, которая со слов представителя ООО «Аква-Лайф», прошла очистку фильтром RO-7 NEWLINE серии Bluefilters.

В ходе презентации представитель говорит о проверке качества различных образцов воды. При проведении теста ТДС-метрии использовались сравнения: вода идеальная, вода удовлетворительная, вода опасная для употребления, при этом опасной для употребления оказалась вода бутилированная, а вода, прошедшая очистку фильтром RO-7 NEWLINE серии Bluefilters – идеальная.

При проведении теста с электролизером образцы воды, в которой выпал осадок, были охарактеризованы как «вода грязная», «сомнительного качества», а вода прошедшая очистку фильтром RO-7 NEWLINE серии Bluefilters – чистая.

Согласно статье 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной.

В соответствии с п.1 ч.2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», недобросовестной рекламой признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно п.1 ч.3 ст.5 Закона недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения, в т.ч. о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

При проведении презентаций фильтров RO-7 NEWLINE серии Bluefilters сотрудниками ООО «Аква-Лайв» проводится сравнение воды, прошедшей обработку рекламируемым фильтром, с питьевой водой различных категорий из других источников, потребляемой людьми. Вместе с тем, к воде различных категорий предъявляются различные требования к качественному составу.

Сравнение воды, прошедшей очистку фильтром RO-7 NEWLINE серии Bluefilters с другой водой, имеет явно выраженную негативную направленность по отношению к последним образцам воды, что достигается не только путем проведения тестов, но и употреблением определений «идеальная» - «опасная для жизни», что формирует негативное отношение к воде, не прошедшей обработку рекламируемым фильтром.

При этом используемые тесты оценки качества воды ничем не подтверждены и не обоснованы представителями ООО «Аква-Лайф» ни в ходе презентаций, ни в ходе рассмотрения дела.

Таким образом, установлено, что ООО «Аква-Лайф» при проведении рекламных презентаций своей продукции - фильтров RO-7 NEWLINE серии Bluefilters сравнивает не аналогичные фильтры иных производителей, а произведенный в результате использования фильтра продукт – воду, - с водой иных производителей, произведенной по другой технологии и обладающей иными качествами, причем выводы в пользу принятия решения о покупке фильтра основаны на превосходстве качества воды после очистки фильтром (по неустановленным характеристикам) и негативной оценке качества воды иных производителей.

В данном случае имеет место некорректное сравнение различной питьевой воды: из формы подачи и смысла информации вытекает явная негативная оценка воды, не прошедшей обработку фильтром RO-7 NEWLINE серии Bluefilters, при том, что сравниваемая вода (бутилированная, водопроводная и т.д.) различается по качеству и составу, установленному действующим законодательством Российской Федерации для каждого вида воды.

Кроме того, сама по себе презентация, основанная на сравнительной рекламе, содержит несоответствующие действительности сведения о преимуществах воды, полученной в результате использования рекламируемого фильтра RO-7 NEWLINE серии Bluefilters перед находящейся в обороте водой иных производителей. Оценка рекламируемой воды как «идеальной» предопределяет ее выбор потребителем, в то время как идеальность ее в качестве питьевой воды ничем не подтверждена, критерий, по которому она была оценена как «идеальная», объективного подтверждения не имеет.

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований п.1 ч.2 ст. 5, п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель, в данном случае ООО «Аква-Лайв».

Таким образом, Комиссией установлено, что при проведении презентации фильтров для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE, рекламодателем - ООО «Аква-Лав» нарушены требования п.1 ч.2, п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу фильтров для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE, распространяемую ООО «Аква-Лайв» в ходе проведения презентаций, поскольку в ней нарушены требования п.1 ч.2, п.1 ч.3 ст.5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать рекламодателю – ООО «Аква-Лайв» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 08 августа 2013г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ №121 О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

08 августа 2013г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии:

<...>

на основании своего решения от 08 августа 2013г. по делу № 97-ФАС22-Р/07-13 о признании ООО «Аква-Лайв» нарушившим требования п.1 ч.2, п.1 ч.3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» при проведении презентации фильтров для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Аква-Лайв» (656049, Алтайский край, г.Барнаул, ул.Пролетарская, 139), в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации, а именно, при проведении презентаций фильтров для воды обратного осмоса RO-7 NEWLINE: не допускать некорректное сравнение воды, прошедшей обработку фильтром, с водой иных производителей; не допускать распространение недостоверной информации о преимуществах воды, прошедшей обработку фильтром, перед находящейся в обороте водой иных производителей.

2. ООО «Аква-Лайв» (656049, Алтайский край, г.Барнаул, ул.Пролетарская, 139), представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 21 августа 2013г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации.