

РЕШЕНИЕ
по делу № РЦ.08.11.25
29 июня 2011 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

Цариковский А.Ю. – статс-секретарь - заместитель руководителя ФАС России;

Члены Комиссии:

Василенкова И.И. – заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Галкина О.Н. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № РЦ.08.11.25 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в сети Интернет в ноябре-декабре 2010 года рекламы косметики и парфюмерии Ив Роше ООО «Ив Роше Восток»,

в присутствии представителей:

заявителя:

ООО «Л`Окситан Рус» (адрес: Гамсоновский пер., д. 5/15, стр. 2, г. Москва, 115191, ул. Большая Якиманка, д. 22, ИНН 7707591760) – Мочалиной С.В. (Доверенность № б/н от 01.12.2010);

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламодатель):

ООО «Ив Роше Восток» (адрес: Ленинградский проспект, д. 47, стр. 3, г. Москва, 125167, ИНН 7710217064) – Панкиной Н.А. (Доверенность № 111/06/2011-ИРВ от 28.06.2011),

УСТАНОВИЛА:

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 следующего содержания: «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 данные указанного 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 № 10939, составленному экспертом АНО «Центрэкспертиза» Вашуркиным И.В., в данном 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 данного 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 имеется некорректное сравнение конкурирующих товаров, которое способно при выборе покупки ввести потребителей в заблуждение.

В соответствии с пунктом 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, 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.

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.

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 указанной 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.

В этой связи признаков нарушения пункта 2 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно которому не допускается реклама, которая порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента, в контекстной рекламе не усматривается.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Ив Роше Восток» (адрес: Ленинградский проспект, д. 47, стр. 3, г. Москва, 125167, ИНН 7710217064).

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

Представитель ООО «Л'Окситан Рус» сообщил, что у Общества отсутствует информация о размещении указанной рекламы в сети Интернет в настоящее

время.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 и пунктом 2 части 3 статьи 5, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 распространявшуюся в сети Интернет в ноябре-декабре 2010 г. рекламу косметики и парфюмерии Yves Rocher, содержащую некорректное сравнение с товарами конкурентов, нарушающей требования пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ненадлежащей распространявшуюся в сети Интернет в ноябре-декабре 2010 г. рекламу косметики и парфюмерии Yves Rocher, содержащую не соответствующие действительности сведения о натуральной природе косметики Yves Rocher, нарушающей требования пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, поскольку ООО «Ив Роше Восток» прекратило распространение указанной рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении рекламодателя указанной рекламы - ООО «Ив Роше Восток».

Решение изготовлено в полном объеме 30 июня 2011 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о наложении штрафа по делу РЦ.08.11.25
об административном правонарушении
30 августа 2011 г. г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № РЦ.08.11.25, возбужденного в отношении ООО «Ив Роше Восток» (адрес: Ленинградский проспект, д. 47, стр. 3, г. Москва, 125167, ИНН 7710217064), в присутствии представителя ООО «Ив Роше Восток» – Панкиной Н.А. (доверенность № 164/08/2011-ИРВ от 09.08.2011),

УСТАНОВИЛ:

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 следующего содержания: «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 данные указанного 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 № 10939, составленному экспертом АНО «Центрэкспертиза» Вашуркиным И.В., в данном 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 данного 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 имеется некорректное сравнение конкурирующих товаров, которое способно при выборе покупки ввести потребителей в заблуждение.

В соответствии с пунктом 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, 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.

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.

Следовательно, контекстная реклама косметики и парфюмерии Yves Rocher, распространявшаяся в сети Интернет в поисковых системах «Яндекс» и «Google» в ноябре-декабре 2010 г., нарушает требованиям пункта 1 части 2 и пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», и в силу части 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Ив Роше Восток».

ООО «Ив Роше Восток» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако обществом не были

приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ООО «Ив Роше Восток» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении в сети Интернет в поисковых системах «Яндекс» и «Google» в ноябре-декабре 2010 г. в связи с контекстной рекламой косметики и парфюмерии Yves Rocher, которая содержащую некорректное сравнение с товарами конкурентов, а также содержит не соответствующие действительности сведения о натуральной природе косметики Yves Rocher.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Руководствуясь частью 4 статьи 3, пунктом 1 части 2 и пунктом 2 части 3 статьи 5, статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 28.9, пунктом 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «Ив Роше Восток» меры административной ответственности в виде штрафа за ненадлежащую рекламу в размере ста тысяч рублей.
2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК МФ РФ по г. Москве (для ФАС России)

Банк получателя: Отделение 1 Московского ГТУ Банка России г. Москва

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044583001

р/с 40101810800000010041

КБК 161 116 26000 01 0000 140

ОКАТО 45286575000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее тридцати дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой

30 КоАП.

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами можно скачать внизу страницы