

РЕШЕНИЕ

по делу № 14-03-5-02/271

08 июля 2014 г.

г. Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 08 июля 2014 г.

Решение изготовлено в полном объеме 15 июля 2014 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии - Никуйко Ирина Борисовна, заместитель руководителя Управления;

член Комиссии – Алимova Елена Владимировна, заместитель начальника отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы

член Комиссии – Демичева Ксения Александровна, государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы;

рассмотрев дело № 14-03-5-02/271 возбужденное по признакам нарушения п.2 ч.3 ст.5, п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» по факту размещения на интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/> рекламы косметических средств «Дешели» с признаками нарушения Федерального закона «О рекламе»,

в отсутствие:

представителя ООО «Эталон красоты» (о времени и месте рассмотрения дела лицо уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

В Волгоградское УФАС России поступило заявление (вх. эл. почта № 613 от 04.03.2014 г.) гр. Д.М.М. с жалобой на недобросовестную рекламу косметики марки «Дешели» на Интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/>.

В заявлении гр. Д.М.М. указывает на то, что на Интернет-сайте представлена информация об услугах косметического салона «Эталон красоты» (ООО «Эталон красоты»), которая, по мнению заявительницы, является недостоверной.

В подтверждение своего мнения заявительница представила следующие документы:

- скриншоты листов Интернет-журнала «Дешели»;
- копия из косметологической карты клиента;
- скриншоты страниц различных интернет-сайтов, на которых имеется информация об аналогичной продукции;
- копии листов-вкладышей к косметическим средствам от 2013 г. и 2014 г.;
- копия претензии Д.М.М. в адрес ООО «Эталон красоты»;
- копия ответа Управления Роспотребнадзора на заявление Д.М.М.

При обращении в косметический салон «Эталон красоты» заявительнице были описаны уникальные свойства косметики «Дешели» серии «Crystal Youth». Позднее аналогичную информацию заявительница прочитала на интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/>.

После покупки и начала использования косметических средств данной серии гр. Д.М.М. не обнаружила эффекта, который ей обещали при покупке. Для установления причин она обратилась в салон с требованием предоставить ей документы, свидетельствующие о составе проданных ей косметических средств, однако ей в этом было отказано. За защитой своих прав гр. Д.М.М. обратилась в Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Волгоградской области (далее – Управление Роспотребнадзора по Волгоградской области).

По итогам рассмотрения заявления гр. Д.М.М. Управлением Роспотребнадзора по Волгоградской области было установлено, что покупатели были введены в заблуждение относительно состава косметических средств линии «Crystal Youth», поскольку компоненты с названием «умные кристаллы» содержатся только в двух продуктах линии.

В ходе рассмотрения заявления был произведен осмотр интернет-сайта <http://desheli.gidm.ru/> (результаты осмотра зафиксированы в Акте осмотра Интернет-сайтов № 100-Р от 13.03.2014 г.). В результате данного осмотра было установлено, что на интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/> имеется информация следующего содержания: «основными компонентами комплекса «Crystal Youth» («Кристалл молодости») являются минералы Мертвого моря, растительные экстракты, натуральные масла, новые клеточные технологии и «умные кристаллы».

В целях полного и всестороннего рассмотрения заявления в адрес Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области был направлен запрос (исх. № 02-14/2177 от 16.04.2014 г.) о предоставлении информации о результатах рассмотрения заявления гр. Д.М.М. В ответ (вх. № 3927 от 19.05.2014 г.) на данный запрос Управлением Роспотребнадзора по Волгоградской области была представлена информация проводимых в отношении ООО «Эталон красоты» контрольных мероприятий. По итогам проведения данных мероприятий было установлено следующее. На момент проверки в реализации находился набор парфюмерно-косметической продукции торговой марки «Desheli» серии «CRYSTAL YOUTH anti age» для ухода за зрелой кожей (после 35 лет) в количестве 10 косметических средств стоимостью 49900 рублей. В брошюре, прилагаемой к данному набору косметических средств, указано, что в производстве данной

серии используются новейшие технологии «Интеллектуальные кристаллы». Данные кристаллы предназначены для усиления воздействия косметических препаратов, в состав которых они входят, обеспечивая максимальную эффективность его активных компонентов. Однако данные кристаллы содержатся только в двух товарах данной серии – в дневном увлажняющем креме и ночном фитокреме. Таким образом, потребители вводились в заблуждение относительно состава продуктов серии «CRYSTAL YOUTH anti age». По итогам проведенных контрольных мероприятий ООО «Эталон красоты» было привлечено в административной ответственности.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», реклама - 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.

В соответствии с Письмом ФАС России от 05.04.2007 г. № АЦ/4624, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования.

В соответствии с пп. 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования - 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.

Соответственно, положения Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" распространяются, в том числе, и на рекламу, размещаемую в сети Интернет.

Информация о серии парфюмерно-косметических средств марки «Дешели» серии «CRYSTAL YOUTH anti age», размещенная на интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/>, является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы:

- информация размещена на интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/>,
- адресована неопределенному кругу лиц-посетителей сайта <http://desheli.gidm.ru/>;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Объектом рекламирования в данном случае является линия парфюмерно-косметических средств «CRYSTAL YOUTH anti age» («Кристалл молодости») марки

«Дешели».

Специальных положений, устанавливающих требования к порядку размещения рекламы в сети Интернет, Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе" не содержит.

Однако реклама, размещаемая в сети Интернет, должна соответствовать общим требованиям, предъявляемым к рекламе.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается 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 и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В ходе проверки Управлением Роспотребнадзора по Волгоградской области было установлено, что компонент «Интеллектуальные кристаллы» («умные кристаллы») содержится только в двух из десяти парфюмерно-косметических средств, тогда как в рекламе указано, что «умные кристаллы» являются основным компонентом всего комплекса средств «CRYSTAL YOUTH anti age» («Кристалл молодости»).

Таким образом, информация, содержащаяся в рекламе косметических средств «Дешели» на интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/>, является недостоверной, поскольку содержит не соответствующие действительности сведения о составе косметических средств серии «Crystal Youth» («Кристалл молодости») марки «Дешели». Соответственно, данная реклама содержит признаки нарушения п. 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Также в ходе рассмотрения заявления было установлено, что на Интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/> имеется информация о том, что «Продукция косметики серии «CRYSTAL YOUTH anti age» от DeSheli является на сегодняшний день самым эффективным омолаживающим средством».

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 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. Вместе с тем, в соответствии с пунктом 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и которое имеет объективное подтверждение.

Определением от 21.05.2014 г. (исх. № 02-8/3031 от 21.05.2014 г.) Волгоградским УФАС России в отношении ООО «Эталон красоты» было возбуждено дело № 14-03-5-02/271 по признакам нарушения п. 2 ч. 3 ст. 5, п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе»

После возбуждения дела № 14-03-5-02/271 в адрес Волгоградского УФАС России поступили материалы (вх. № 3927 от 19 проверки, проводимой Управлением Роспотребнадзора по Волгоградской области, в отношении ООО «Эталон красоты», с подробным заключением специалистов Управления Роспотребнадзора о проводимых в ходе проверки контрольных мероприятий.

В связи с письменным ходатайством ООО «Эталон красоты» (вх. № 4666 от 09.06.2014 г.) рассмотрение дела № 14-03-5-02/271 было отложено (Определение от 10.06.2014 г.).

В ответ на запрос информации, содержащийся в Определении о возбуждении дела № 14-03-5-02/271, а также в Определении об отложении рассмотрения дела, ООО «Эталон красоты» представило письменные объяснения (вх. № 5757 от 07.07.2014 г.) по фактам, послужившим основанием для возбуждения дела. Согласно данным объяснениям, «интеллигентные кристаллы» - это кристаллы сахарозы правильной геометрии с многоуровневой структурой, которые способны запоминать кодовую частотную характеристику человеческого организма или отдельного его органа (в данном случае – кожи). Частотная характеристика гладкой, здоровой кожи, «записанная» на кристалл, позволяет достигать наиболее положительный эффект при применении косметики серии «CRYSTAL YOUTH anti age», поэтому «интеллигентные кристаллы» входят в состав дневного и ночного крема, т.е. тех средств, при использовании которых кристаллы способны оказать максимальное воздействие. Вместе с тем, косметика продается в наборе из 10 наименований (по отдельности косметические средства не продаются), объединенных общим наименованием «CRYSTAL YOUTH anti age», поскольку все элементы набора дополняют друг друга и для достижения эффекта использовать их рекомендуется в совокупности; логотипом данной продукции является кристалл. Таким образом, утверждение, приведенное на Интернет-сайте, полностью соответствует действительности, поскольку всю серию необходимо использовать именно в комплексе. Подтверждение формулировок об уникальности данных средств ООО «Эталон красоты» не представило.

Комиссия Волгоградского УФАС России, с учетом информации, представленной Управлением Роспотребнадзора по Волгоградской области, а также представленных объяснений ООО «Эталон красоты», установила следующее.

На заседании Комиссии Волгоградского УФАС России 08.07.2014 г. был исследован файл, скачанный в ходе проведения мониторинга Интернет-сайта <http://desheli.gidm.ru/> (результаты зафиксированы в Акте осмотра Интернет-сайта № 106-Р от 08.07.2014 г.). В данном файле представлены страницы журнала «Эталон женской красоты. Теория красоты современной женщины». По итогам проведения данного осмотра было установлено, что на страницах данного журнала содержатся формулировки «косметика серии «CRYSTAL YOUTH» от Desheli является на сегодняшний день самым эффективным омолаживающим средством», «Это единственная косметика, способная повернуть время вспять – остановить его и запустить процессы омоложения», «Это новейшая методика, вызывающая

наиболее сильный эффект».

Кроме того, членами Комиссии Волгоградского УФАС России был повторно исследован интернет-сайт <http://desheli.gidm.ru/> (результаты зафиксированы в Акте осмотра № 106-Р от 08.07.2014 г.). По итогам данного исследования было установлено, что на момент проведения заседания Комиссии Волгоградского УФАС России с Интернет-сайта <http://desheli.gidm.ru/> была удалена вся информация о салоне красоты «Эталон и красоты» и косметических средствах Desheli.

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу п. 1 ч. 2 ст. 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.

Действующее законодательство не содержит понятия "некорректное сравнение". Вместе с тем к некорректному следует отнести любое нетактичное сравнение, когда без видимых оснований высказываются предположения, что только рекламируемый товар обладает определенными свойствами. Подобная реклама формирует у потенциального потребителя убеждение в том, что только рекламируемый товар обладает определенным свойством, тогда как аналогичные товары других производителей значительно уступают ему по определенным характеристикам. Подобная позиция подтверждается судебной практикой. Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами».

В данном случае, реклама косметики серии «CRYSTAL YOUTH anti age» от DeSheli, сопровождается формулировками «продукция косметики серии «Crystal Youth» от DeSheli является на сегодняшний день самым эффективным омолаживающим средством» без указания источника данной информации, позволяющего оценить достоверность указанной информации (результаты исследований, критерии оценки эффективности и др.).

Таким образом, поскольку реклама имеет побудительный характер, то есть стимулирует интерес потребителей к товарам и услугам, поддерживает заинтересованность в них, и основной ее целью является продвижение товара на рынке, включение подобных высказываний без достаточных доказательств их

истинности расценивается как недостоверная реклама. В связи с этим, использование в рекламе недостоверных сведений ставит рекламоделателя в более выгодное положение и дает необоснованные преимущества перед конкурентами, действующими на том же рынке. Соответственно, подобную рекламу можно оценивать как нарушающую п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе и т.д.

Комиссия Волгоградского УФАС России не принимает довод ООО «Эталон красоты» о том, что нет необходимости указывать в рекламе сведения о различиях в составе косметических средств одной серии, поскольку при таком подходе потребитель вводится в заблуждение относительно истинного состава всех средств серии косметических средств.

В силу ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение п. 2 ч. 3 ст. 5, п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламоделатель.

В соответствии с пп. 5 ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламоделатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В данном случае лицом, определившим объект рекламирования, является ООО «Эталон красоты» (юридический адрес: 400005, г. Волгоград, ул. Глазкова, д. 23).

Поскольку на момент рассмотрения дела № 14-03-5-02/271 реклама на Интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/> отсутствовала, в связи с добровольным устранением ООО «Эталон красоты» нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, у Комиссии Волгоградского УФАС России отсутствуют основания для выдачи предписания об устранении нарушения прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу косметических средств марки Dsheli серии «CRYSTAL YOUTH anti age», распространяемой ООО «Эталон красоты» на Интернет-сайте <http://desheli.gidm.ru/>, ненадлежащей, нарушающей п. 2 ч. 3 ст. 5, п. 1 ч. 2 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе"

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Волгоградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.