

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о наложении штрафа по делу № 4-14.3-48/00-08-16

об административном правонарушении

«08» февраля 2016 г.

г. Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Кашеваров А.Б., рассмотрев протокол и материалы дела № 4-14.3-48/00-08-16 об административном правонарушении, возбужденного в отношении 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),

УСТАНОВИЛ:

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 чистый и белый.

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 Френзениус/Institute Fresenius GmbH, октябрь 2013 г.»

ООО «НИЦБЫТХИМ» по заказу ПАО «Нэфис Косметикс» 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 0С 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 испытываемые средства эффективно удаляют (на 80% и более) все используемые стандартные загрязнения.

При этом после первой стирки по шкале 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°C 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°C 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 0С.

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 0С и неполной загрузке машины (3,5 кг), вопреки рекомендациям, указанным производителем на упаковке.

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 0С и выше.

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

Однако компании 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 0С, 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 S R I 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, реклама стирального порошка «Ariel» нарушает пункт 1 части 2, пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьей 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец 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).

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.

ООО «Проктер энд Гэмбл» 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 «Проктер энд Гэмбл» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рекламы стирального порошка «Ariel» на федеральных телеканалах РФ в период с января по октябрь 2015 года.

Руководствуясь пунктом 1 части 2, пунктом 1 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 «Проктер энд Гэмбл» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе в размере 100 000 рублей.

- -

- Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по г. Москве (Федеральная антимонопольная служба л/с 04731001610)

Банк получателя: Операционный департамент Банка России г. Москва 701

ИНН 7703516539

КПП 770301001

БИК 044501002

р/с 40101810500000001901

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКТМО 45380000

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее шестидесяти 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 трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов (по электронной почте avdegtyarova@fas.gov.ru).

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 РФ.