

## О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о возбуждении дела № 3-5-23/00-08-17

по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

04 мая 2017 г. г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Кашеваров А.Б., рассмотрев материалы о распространении ООО «Алкон Фармацевтика» рекламы контактных линз «Alcon» в эфире телеканалов «Первый канал», «Россия 1», «Ren-TV», «Петербург — 5 канал», «ТВ-3 Россия», «Пятница», «ТНТ», «МУЗ», «СТС», «СТС LOVE» в январе 2017 года,

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило обращение гражданина с претензией к рекламе контактных линз «Alcon», распространявшейся в январе 2017 года в эфире телеканалов «Первый канал», «Россия 1», «Ren-TV», «Петербург — 5 канал», «ТВ-3 Россия», «Пятница», «ТНТ», «МУЗ», «СТС», «СТС LOVE».

В рекламе контактных линз «Alcon DAILIES TOTAL 1» сообщается:

«-Ты ведь тоже носишь контактные линзы с утра и до позднего вечера?

-Мои линзы...я не чувствую.

Dailies Total One от Алкон сделаны из уникального водоградиентного материала, благодаря которому натуральная слеза — это все, что касается ваших глаз. Линзы, которые не чувствуешь с утра и до позднего вечера. Убедитесь сами, или мы вернем вам деньги. Алкон - № 1 в офтальмологии».

Реклама завершается кадром с изображением упаковок контактных линз «Alcon DAILIES TOTAL 1», контактных линз «Alcon AIR OPTIX», средства по уходу за линзами и выполненным крупным хорошо читаемым шрифтом утверждением «Alcon - № 1 в офтальмологии\*» и надписью «Alcon A Novartis Devision\*\*».

В сноске сообщается следующее:

«\* Согласно базам данных ООО «Ай Эм Эс Хеллс» ООО «Алкон Фармацевтика» является лидером продаж по объему в денежном выражении (потребительские цены в российских рублях) в группе EPHMRA2 S01 «ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ ГЛАЗ» на территории России за период с января 2015 г. по декабрь 2015 г. Включительно. ООО «Алкон фармацевтика» 125315, г. Москва, просп. Ленинградский, д. 72, корп.3. Тел.: +7 (495) 961-13-33, факс +7 (495) 961-13-39. Мягкие контактные линзы ежедневной замены Dailies Total 1. Рег. уд. № ФСЗ 2012/11470 от 28 июля 2015 года. Мягкие контактные линзы плановой замены AIR OPTIX AQUA. Рег. уд. № ФСЗ 2008/03258 от 28 ноября 2014 года. Раствор многофункциональный для очистки, хранения и дезинфекции контактных линз Опти-Фри Pure Moist с

контейнером для хранения контактных линз. РУ № ФСЗ 2011/10610 от 15.04.2016. \*\*  
Подразделение Новартис. RUS16DT1071 Октябрь 2016».

Использованное в рекламе утверждение «Alcon - № 1 в офтальмологии» в отношении продукции «Alcon» указывает на превосходство продукции данного производителя в сравнении с другими товарами, поскольку «№ 1» подразумевает, что рекламируемый товар является первым из числа других однородных товаров, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними.

При использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара перед товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны критерии, по которым осуществляется сравнение и которые обосновывают данное утверждение.

Текст сноски, в которой указывается критерий сравнения тонометров, выполнен мелким шрифтом, размещен на 1/6 площади кадра и демонстрируется в рекламном видеоролике в течении 3 секунд.

Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) текст с критериями, обосновывающими утверждение № 1, ввиду мелкого шрифта и краткого времени показа, в отличие от информации о первенстве продукции «Alcon» в офтальмологии, которая в рекламе приводится крупным шрифтом и на которой фиксируется внимание потребителей.

Формальное присутствие в рекламе критерия, по которому проводилось сравнение продукции на офтальмологическом рынке, не позволяет потребителю воспринимать поясняющие рекламное утверждение сведения и не может рассматриваться как их наличие, соответственно фактически потребители данную информацию не получали.

Вместе с тем информация о критериях сравнения продукции является существенной для раскрытия смысла утверждения «Alcon - № 1 в офтальмологии», однако форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил такую существенную информацию.

Соответственно, потребители не получают информацию о критериях сравнения, на основании которых утверждается о превосходстве продукции «Alcon» над продукцией других производителей, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение.

Использование сравнительной характеристики «Alcon - № 1 в офтальмологии» в рекламе без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому

критерию.

В рекламе отсутствуют критерии сравнения в виду невозможности восприятия поясняющей сноски, соответственно, невозможно установить обоснованность того, что продукция «Alcon» действительно является «№ 1» в офтальмологии.

При данных обстоятельствах указание на превосходство продукции «Alcon» над иной находящейся в обороте офтальмологической продукцией является некорректным и вводит потребителей в заблуждение относительно такого превосходства.

В соответствии с пунктом 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 соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, в рекламе контактных линз «Alcon», распространявшейся в январе 2017 года в эфире телеканалов «Первый канал», «Россия 1», «Ren-TV», «Петербург — 5 канал», «ТВ-3 Россия», «Пятница», «ТНТ», «МУЗ», «СТС», «СТС LOVE», усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 2, 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Алкон Фармацевтика» (ОГРН 1027739129857, ИНН 7709354370, КПП 774301001, юридический адрес: 125315, г. Москва, Ленинградский проспект, д. 72, корп. 3, дата регистрации: 29.08.2002).

На основании пункта 1 части 3 статьи 5, части 7 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,

**ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу № 3-5-23/00-08-17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «Алкон Фармацевтика» (ОГРН 1027739129857, ИНН 7709354370, КПП 774301001,

юридический адрес: 125315, г. Москва, Ленинградский проспект, д. 72, корп. 3, дата регистрации: 29.08.2002).

3. Назначить дело № 3-5-23/00-08-17 к рассмотрению на « 15 » июня 2017 года в « 14 » часов « 00 » минут по адресу: г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 11, каб. 413, т. 8(499) 755-23-23 (вн. 474).

4. ООО «Алкон Фармацевтика» надлежит в срок до 13 июня 2017 года представить в ФАС России следующие документы и материалы:

копии учредительных документов ООО «Алкон Фармацевтика» (устав, свидетельство о постановке на налоговый учет, свидетельство ЕГРЮЛ и иные) с последующими изменениями;

копии документов, подтверждающих полномочия генерального директора;

копии разрешительных документов на контактные линзы «Alcon DAILIES TOTAL 1», «Alcon AIR OPTIX» (регистрационное удостоверение, сертификат соответствия, рекомендации к применению и противопоказания, инструкцию по применению и пр.);

копии договоров, платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама контактных линз «Alcon» на телеканалах «Первый канал», «Россия 1», «Ren-TV», «Петербург — 5 канал», «ТВ-3 Россия», «Пятница», «ТНТ», «МУЗ», «СТС», «СТС LOVE» в январе 2017 года;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) контактных линз «Alcon», распространявшейся на телеканалах «Первый канал», «Россия 1», «Ren-TV», «Петербург — 5 канал», «ТВ-3 Россия», «Пятница», «ТНТ», «МУЗ», «СТС», «СТС LOVE» в январе 2017 года;

документы, подтверждающие, что ООО «Алкон Фармацевтика» является лидером продаж по объему в денежном выражении (потребительские цены в российских рублях) в группе EPHMRA2 S01 «ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ЗАБОЛЕВАНИЙ ГЛАЗ» на территории России за период с января 2015 г. по декабрь 2015 г. на рынке офтальмологии;

документы, подтверждающие первенство ООО «Алкон Фармацевтика» на рынке офтальмологии по иным критериям;

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий.

Все документы должны быть заверены подписью руководителя и печатью ООО «Алкон Фармацевтика».

Явка представителей ООО «Алкон Фармацевтика», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (для представителей организаций – подлинная доверенность на представление интересов организации, в том числе по делу № 3-5-23/00-08-17).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии представителей необходимо сообщить заранее.