

ФАС России признала нарушения в рекламе стирального порошка «Дося»

22 сентября 2010, 16:45

2 сентября 2010 года Комиссия Федеральной антимонопольной службы (ФАС России) признала ненадлежащей рекламу стирального порошка «Дося» с утверждением «А если после стирки не видно разницы, зачем платить больше?», распространявшуюся в период с мая по август 2009 г. и январь 2010 г. в эфире телеканалов «Первый канал», «НТВ», «Домашний», «Звезда», «Россия 1», «ТВ 3», «ДТВ», «Петербург 5 канал», «ТВ центр» и «Рен-ТВ».

Согласно решению антимонопольной службы реклама «Дося» с утверждением «А если после стирки не видно разницы, зачем платить больше?» нарушила требования пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», так как содержит не соответствующие действительности утверждения о преимуществе стирального порошка «Дося» в сравнении с порошками более высокой ценовой категории, в частности с порошком «АОС».

В соответствии с пунктом 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 реализуется другими продавцами.

ФАС России выдала рекламодателю данной рекламы – ООО «Рекитт Бенкизер», предписание о прекращении нарушения ФЗ «О рекламе» и возбудила дело об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Справка

В прошлом году ФАС России пресекла более 8 тысяч нарушений Федерального закона «О рекламе».