

(дата оглашения резолютивной части решения)

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

председатель Комиссии: &lt;...&gt;;

члены Комиссии: &lt;...&gt;;

рассмотрев дело № 89-39р по признакам нарушения Общества с ограниченной ответственностью «Фурусато» (394006, г. Воронеж, ул. Кольцовская, д. 35, ОГРН 1093668019246, ИНН 3664097789) (далее – ООО «Фурусато»), требований пункта 3 части 3 и части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе директора ООО «Фурусато», <...>, **установила:**

Из материалов дела № 15.03 – 14.3/14р возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Сити Групп» (394016, г. Воронеж, ул. Крайняя, д. 25) (далее – ООО «Сити Групп») по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, установлено наличие в действиях ООО «Фурусато» признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В рамках проведенного в отношении ООО «Сити Групп» административного расследования по делу № 15.03 — 14.3/14р, Воронежским УФАС России от ООО «Сити Групп» были получены сведения, на основании которых установлено следующее.

В соответствии с оригинал — макетом аудио материала, представленного ООО «Сити Групп», информация о напитке «Глинтвейн», распространяемая в эфире «Радио «Ударная Волна» («LOVE Radio — Воронеж») содержит следующую звуковую информацию:

Ролик 2031: по данным минздрава в ноябре в России лабораторно подтверждены 4563 случая заболевания гриппом АН1N1 не дай болезни взять верх над тобой занимайся профилактикой пей глинтвейн и не более мед фрукты мускатный орех корица гвоздика разные пряности и это еще не все полезные ингредиенты настоящих японских глинтвейнов регулярно посещай ресторан «Фурусато» Пушкинская 2;

Ролик 2032: от тебя такое прекрасное шофе ты что с утра уже выпил это только для профилактики от гриппа и простуды глинтвейн отличное средство все врачи рекомендуют там и мед и фрукты и мускатный орех и конечно горячее красное Такара где готовят хорошие глинтвейны еще в шесть утра в ресторане «Фурусато» он работает 24 часа в любое время можно пройти вакцинацию пей глинтвейн и не более японский ресторан «Фурусато» Пушкинская 2 телефон 53-25-88 (далее — рассматриваемая информация).

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формированию или поддержанию интереса к ним и продвижению их на рынке.

Объектами рекламирования в рассматриваемой рекламе являются: напиток «Глинтвейн», изготавливаемый в ресторане «Фурусато»; японский ресторан «Фурусато» (г. Воронеж, ул. Пушкинская, д. 2); вакцинация, проводимая в ресторане «Фурусато».

Определением от 17.05.2010 в отношении ООО «Фурусато» возбуждено дело № 42.03 – 14.3/35р об административном правонарушении и начато административное расследование.

Определением от 17.05.2010 в отношении ООО «Фурусато» возбуждено дело № 89 – 39р по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и назначено к рассмотрению на 17 июня 2010 года.

При Воронежском УФАС России действует Экспертный совет по применению законодательства о рекламе (далее – Экспертный совет), основными задачами которого являются, в том числе, экспертиза и оценка содержания рекламы, представленной на рассмотрение Экспертного совета и оценка воздействия рекламы на потребителей рекламной информации.

В связи с необходимостью истребования у Экспертного совета дополнительных доказательств, относительно восприятия потребителями рассматриваемой рекламы, последняя была вынесена на обсуждение Экспертного совета.

В связи с данным обстоятельством Комиссия решила определением от 17 июня 2010 года продлить срок рассмотрения дела № 89 – 39р до 17 июля 2010 года, определением от 17 июня 2010 года отложить рассмотрение дела № 89 – 39р и назначить на 08 июля 2010 года.

В ходе рассмотрения дела 8 июля 2010 года представитель ООО «Фурусато», <...> признал факт нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Ознакомившись с материалами дела, заслушав объяснения лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к выводу о наличии в действиях ООО «Фурусато» нарушений требований законодательства Российской Федерации о рекламе на основании следующих обстоятельств.

В соответствии с пунктом 1 договора на оказание рекламных услуг № Л — 1210 от 24 ноября 2009 года (далее – договор), заключенного между ООО «Сити Групп» (исполнитель) и ООО «Фурусато» (заказчик), заказчик поручает, а исполнитель обязуется выполнить услуги по размещению рекламы в принадлежащем исполнителю эфире «Радио «Ударная Волна» («LOVE Radio — Воронеж») в виде рекламных роликов на условиях договора. Начало трансляции — 25 ноября 2009 года, окончание трансляции — 15 февраля 2010 года; объем трансляций — 600.

Актом сдачи — приемки оказанных услуг от 15 февраля 2010 года по договору подтверждается, что исполнитель полностью выполнил и сдал, а заказчик принял услуги по размещению рекламных радиороликов ресторана «Фурусато» в эфире «LOVE Radio — Воронеж», в период с 25 ноября 2009 года по 15 февраля 2010 года, согласно договору № Л — 1210 от 24 ноября 2009 года.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как следует из договора, лицом, определившим объект рекламирования и содержание рассматриваемой рекламы является ООО «Фурусато». Следовательно, ООО «Фурусато» является рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Письмом от 24 ноября 2009 года, направленным рекламодателем (ООО «Фурусато») рекламодателем (ООО «Сити Групп») подтверждается, что рекламируемая продукция (напиток Глинтвейн) является безалкогольной. Состав рекламируемой продукции, в соответствии с меню ресторана «Фурусато»: отвар шиповника, мед, фрукты, мускатный орех, корица, гвоздика, пряности, горячее красное Такара (чай) 400 мл.

Как следует из содержания копии страницы («Чайная карта») меню ресторана «Фурусато», рецепт приготовления чая «горячее красное Такара» состоит из 3 граммов шиповника, 3 граммов гибискуса, 3 граммов изюма.

Из содержания роликов 2031 и 2032 следует, что напиток «Глинтвейн», изготавливаемый в ресторане «Фурусато» является алкогольным.

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «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.

Согласно толковому словарю Ожегова С. И., «глинтвейн» — это горячий напиток из красного вина с добавлением сахара и пряностей.

Толковым словарем русского языка Д. Н. Ушакова также дается определение понятия «глинтвейн», согласно которому, глинтвейн (gluhenderWein, буквально «горячее вино») - горячий, ароматический напиток из красного вина, прокипяченного со специями.

В своих письменных объяснениях законный представитель ООО «Фурусато» изложил позицию ООО «Фурусато», в соответствии с которой ООО «Фурусато» не согласно с доводами относительно имеющих признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в рекламе напитка «Глинтвейн» и считает, что в рассматриваемой рекламе признаки нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

Как следует из протокола заседания Экспертного совета от 18.06.2010 (далее – протокол заседания), упоминание в контексте рекламы (ролик 2032) слова «шофе» (из устойчивого выражения подшофе, то есть в состоянии алкогольного опьянения) применительно к глинтвейну однозначно свидетельствуют об алкогольном характере напитка глинтвейн.

Согласно протоколу заседания, упоминание в контексте рекламы (ролик 2032) выражения «горячее красное Такара» применительно к глинтвейну, воспринимается потребителем, как реклама алкогольного напитка, в состав которого входит алкогольная продукция - горячее красное такара (согласуется со словами «вино», «саке»).

Из анализа сайтов [www.vino.ru](http://www.vino.ru), [www.deli.com.ug](http://www.deli.com.ug), [www.house-beer.ru](http://www.house-beer.ru) следует, что на рынке производства и реализации алкогольной продукции существует ряд алкогольных напитков под названием «Такара»: Takara Sho Chiru Bai Sake, плодородное вино «Такара Плам», Десертное Сливовое Такара алк. 12% и т.д.

Учитывая обстоятельства дела, мнение членов экспертного совета, общепринятое восприятие понятия «Глинтвейн», а также содержащиеся в вышеуказанных словарях определения понятия «Глинтвейн», в рассматриваемой рекламе искажается смысл о напитке «Глинтвейн», так как в ней отсутствует часть существенной информации о том, что напиток «Глинтвейн», изготавливаемый в ресторане «Фурусато» не является алкогольным напитком. Таким образом, рассматриваемая реклама вводит в заблуждение потребителей рекламы относительно состава и потребительских свойств изготавливаемого в ресторане «Фурусато» напитка «Глинтвейн», что не допускается.

Тем самым, рассматриваемая реклама **распространяется с нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»**, что не допускается.

В ролике 2032 имеется информация о свойствах «Глинтвейна».

В соответствии с пунктом 2 части 3 статьи 5 ФЗ «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 соответствии со статьей 1 Федерального закона от 17 сентября 1998 г. N 157-ФЗ «Об иммунопрофилактике инфекционных болезней», **медицинские иммунобиологические препараты** - вакцины, анатоксины, иммуноглобулины и прочие лекарственные средства, предназначенные для создания специфической невосприимчивости к инфекционным болезням.

Исходя из понятия иммунобиологических препаратов, к которым относится вакцина, установлено, что продукт «Глинтвейн» изготовленный ООО «Фурусато» не может отождествляться с вакциной, так как ООО «Фурусато» не представило доказательств того обстоятельства, что указанный продукт является лекарственным средством и обладает свойствами вакцины.

Как следует из протокола заседания экспертного совета, выражение в рекламе (ролик 2032) «В любое время можно пройти вакцинацию! Пей глинтвейн и не болей! Японский ресторан Фурусато, Пушкинская 2» вводит потребителей рекламы в заблуждение об идентичности свойств глинтвейна и вакцины.

Учитывая мнение экспертного совета о введении в заблуждение относительно идентичности свойств глинтвейна и вакцины, Комиссия находит основания для переквалификации правонарушения с пункта 2 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» на часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Тем самым, рассматриваемая реклама **распространяется с нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»**, выраженным в отсутствии в рекламе (ролик 2032) части существенной информации о разделении понятий «глинтвейн» и «вакцина», что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение относительно возможности использования «глинтвейна» в качестве вакцины, что не допускается.

В ролике 2032 содержится информация, в том числе о возможности прохождения в ресторане «Фурусато» медицинской вакцинации.

В соответствии с пунктом 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

В соответствии с пунктом 2 статьи 17 Федерального закона от 8 августа 2001 г. N 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности», для осуществления медицинской деятельности необходимо наличие лицензии.

Согласно пункту 2.5 главы II Санитарно – эпидемиологических правил СП 3.3.2367-08 «Организация иммунопрофилактики инфекционных болезней», утвержденных Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 4 июня 2008 г. N 34 «Об утверждении санитарно-эпидемиологических правил СП 3.3.2367-08» (далее – Правила), профилактические прививки проводятся гражданам в государственных, муниципальных или частных организациях здравоохранения либо гражданами, занимающимися частной медицинской практикой, при наличии лицензий на медицинскую деятельность.

В ходе административного расследования по делу № 42.03 - 14.3/35р Воронежским УФАС России у ООО «Фурусато» запрошены сведения (информация) о наличии у ООО «Фурусато» лицензий на осуществляемые виды деятельности.

Лицензий на медицинскую деятельность, дающих право на проведение гражданам профилактических прививок (вакцинации), ООО «Фурусато» не представило.

Таким образом, в связи с отсутствием у ООО «Фурусато» лицензий на осуществление медицинской деятельности, а также отсутствие договорных отношений с лицензированными лицами на осуществление вакцинации в ресторане «Фурусато», рассматриваемая реклама является недостоверной, так как содержит не соответствующие действительности сведения о возможности получения услуг, связанных с проведением в ресторане «Фурусато» профилактических прививок (вакцинации) от гриппа и простуды.

Как следует из протокола заседания экспертного совета, выражение в рекламе (ролик 2032) «В любое время можно пройти вакцинацию! Пей глинтвейн и не болей! Японский ресторан Фурусато, Пушкинская 2» вводит потребителей рекламы в заблуждение относительно возможности прохождения медицинской вакцинации в ресторане «Фурусато».

С учетом мнения экспертного совета, рассматриваемый контекст рекламы имеет несколько смысловых значений, указывающих на возможность прохождения вакцинации как в ресторане «Фурусато», так и вне его. Данное обстоятельство свидетельствует об искажении смысла информации в рекламе и о последующем введении потребителей рекламы в заблуждение.

Учитывая мнение экспертного совета, Комиссия находит основания для переквалификации правонарушения с пункта 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» на **часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»**.

Тем самым, рассматриваемая реклама **распространяется с нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»**, выраженным в отсутствии в рекламе (ролик 2032) части существенной информации о невозможности прохождения медицинской вакцинации в ресторане «Фурусато», что искажает смысл и вводит в заблуждение потребителей относительно возможности получения услуги вакцинации в ресторане «Фурусато», что не допускается.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Тем самым, рассматриваемая реклама является ненадлежащей.

На момент вынесения настоящего решения, распространение вышеуказанной рекламы, прекращено.

Основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «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 рекламу:

Ролик 2031: «по данным минздрава в ноябре в России лабораторно подтверждены 4563 случая заболевания гриппом АН1N1 не дай болезни взять верх над тобой занимайся профилактикой пей гинтвейн и не болей мед фрукты мускатный орех корица гвоздика разные пряности и это еще не все полезные ингредиенты настоящих японских гинтвейнов регулярно посещай ресторан «Фурусато» Пушкинская 2»;

Ролик 2032: «от тебя такое прекрасное шофе ты что с утра уже выпил это только для профилактики от гриппа и простуды гинтвейн отличное средство все врачи рекомендуют там и мед и фрукты и мускатный орех и конечно горячее красное Такара где готовят хорошие гинтвейны еще в шесть утра в ресторане «Фурусато» он работает 24 часа в любое время можно пройти вакцинацию пей гинтвейн и не болей японский ресторан «Фурусато» Пушкинская 2 телефон 53-25-88», распространяемую в эфире «Радио «Ударная Волна» («LOVE Radio — Воронеж») в период с 25 ноября 2009 по 15 февраля 2010 г., поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

**2.** Не выдавать ООО «Фурусато» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

Решение изготовлено в полном объеме «18» июля 2010 года.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии