

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № РЦ.08.12.65**

22 ноября 2012 года, г. Москва

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

<...>,

рассмотрев дело № РЦ.08.12.65 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы детского питания HiPP (Хипп),

в присутствии представителей:

заявителя:

ООО «Нестле Россия» (адрес: Павелецкая пл., д. 2, стр. 1, г. Москва, ИНН 7705739450) – <...> (доверенность № Мг-182-2012),

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

ООО «Хипп Русь» (адрес: Б. Саввинский пер., д. 12, стр. 18, г. Москва, ИНН 7704668968, ОГРН 1077762982483) - <...> (доверенность № б/н от 30.10.2012),

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение ООО «Нестле Россия» с претензиями к рекламе детского питания HiPP (Хипп) (далее – детское питание Хипп), распространявшейся на центральных телеканалах «Первый канал», «Россия-1», «СТС», «ТНТ», «Домашний», «5 канал» (далее – телеканалы) в марте 2012 г., а также в журнале «Мой КРОХА и я» № 04 (204) в апреле 2012 г. и в журнале «Счастливые родители» апрель 2012 года.

В рекламном ролике детского питания Хипп содержится выражение следующего содержания: «...мы выращиваем органические ингредиенты на экологически чистых полях, бережно отбираем их вручную и готовим с любовью по лучшим традициям вот уже более ста лет..».

В журналах «Мой КРОХА и я» и «Счастливые родители» в статье под заголовком «Потому что лишь лучшее от природы становится детским питанием HiPP» содержится следующая информация: «Мы выращиваем органические ингредиенты на экологически чистых полях, бережно отбираем их вручную и готовим в лучших традициях вот уже более 100 лет».

На официальном Интернет сайте ООО «Хипп Русь» [www.hipp.ru](http://www.hipp.ru) указано следующее: «HiPP делает детское питание уже более 100 лет. С 1956 года для приготовления детского питания HiPP используются экологически чистые продукты. С тех пор HiPP стал крупнейшим в мире производителем экологически чистого детского питания...».

Из информации на официальном сайте ООО «Хипп Русь» [www.hipp.ru](http://www.hipp.ru) следует, что производство детского питания из экологически чистых ингредиентов осуществляется компанией HiPP только с 1956 года, соответственно рекламная информация в российском телевизионном ролике и в прессе о том, что Компания HiPP более 100 лет выращивает органические ингредиенты на экологически чистых полях, бережно отбирает их вручную и готовит с любовью по лучшим традициям, содержит несоответствующие действительности сведения о характеристике детского питания Хипп, как питания, для изготовления которого 100 лет используются экологически чистые продукты.

В целях выяснения восприятия потребителями рекламы детского питания Хипп Институт социологии Российской академии наук по запросу ООО «Нестле Россия» провёл социологическое исследование по методу face-to-face (личное интервью), возраст респондентов от 18 лет и старше, покупающие детское питание для детей от 6 месяцев до года не менее одного раза в месяц, проживание в г. Москве (400 человек), г. Санкт-Петербурге (200 человек), г. Новосибирске (100 человек), г. Екатеринбурге (100 человек), г. Ростове-на-Дону (100 человек) и г. Омске (100 человек).

Согласно отчету, составленному по итогам социологического исследования:

- большинство респондентов (69%), просмотрев рекламный ролик детского питания Хипп, включающего фразу: «Мы выращиваем органические ингредиенты на экологически чистых полях, бережно отбираем их вручную, и готовим с любовью по лучшим традициям, вот уже более 100 лет», пришли к выводу, что именно компания Хипп производит детское питание из экологически чистых ингредиентов 100 лет или более;

- по мнению 75% респондентов, выражение «вот уже более 100 лет» относится ко всему рекламному тексту «Мы выращиваем органические ингредиенты на экологически чистых полях, бережно отбираем их вручную, и готовим с любовью по лучшим традициям, вот уже более 100 лет».

Таким образом, большинство опрошенных респондентов считают, что реклама детского питания Хипп содержит несоответствующие действительности сведения о характеристике детского питания.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 «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.

Следовательно, в указанной рекламе детского питания Хипп усматриваются признаки нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 5 настоящего закона.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «ХиПП Русь» (адрес: Б. Саввинский пер., д. 12, стр. 18, г. Москва, ИНН 7704668968, ОГРН 1077762982483).

Руководствуясь пунктом 2 части 3 статьи 5, пунктом 1 части 2 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 детского питания Хипп, распространяющуюся

на центральных телеканалах «Первый канал», «Россия-1», «СТС», «ТНТ», «Домашний», «5 канал» (далее – телеканалы) в марте 2012 г., а также в журнале «Мой КРОХА и я» № 04 (204) в апреле 2012 г. и в журнале «Счастливые родители» апрель 2012 года., поскольку данная реклама содержит несоответствующие действительности сведения о характеристике детского питания Хипп, как питания, для для изготовления которого 100 лет используются экологически чистые продукты, что противоречит требованиям пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «ХиПП Русь» предписание о прекращении нарушения пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе детского питания Хипп.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении рекламодателя указанной рекламы - ООО «ХиПП Русь».

Решение изготовлено в полном объеме 27 ноября 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**о прекращении нарушения**  
**законодательства Российской Федерации о рекламе**  
**по делу № РЦ.08.12.65**

**22 ноября 2012 г.**

**г. Москва**

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

<...>,

на основании своего решения от 22 ноября 2012 г. по делу № РЦ.08.12.65 о признании ненадлежащей рекламы детского питания Нипр (Хипп), распространявшейся на центральных телеканалах «Первый канал», «Россия-1», «СТС», «ТНТ», «Домашний», «5 канал» (далее – телеканалы) в марте 2012 г., а также в журнале «Мой КРОХА и я» № 04 (204) в апреле 2012 г. и в журнале «Счастливые родители» апрель 2012 года, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. ООО «ХиПП Русь» (адрес: Б. Саввинский пер., д. 12, стр. 18, г. Москва, ИНН 7704668968, ОГРН 1077762982483) прекратить нарушение требований пункта 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе детского питания Нипр (Хипп), а именно данная реклама содержит несоответствующие действительности сведения о характеристики детского питания.

Срок исполнения предписания 20 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ООО «ХиПП Русь» представить в ФАС России письменные доказательства

исполнения пункта 1 настоящего предписания до 16 января 2012 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на юридических лиц штраф в размере от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами можно скачать внизу страницы