

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 078/05/5-2/2022

«27» января 2022 г.

Санкт-Петербург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе

рассмотрев дело № 078/05/5-2/2022, возбужденное по признакам нарушения ООО «Флеболайф» требований части 7 статьи 5 ФЗ Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе») по факту размещения рекламы «Льготная программа «Здоровье города»...» в журнале «Панорама ТВ — Санкт-Петербург» (программа с 18 по 24 октября) №41,

в присутствии представителя ООО «Флеболайф»

заявитель и (или) его представитель не явился, извещен о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

### **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее – Санкт-Петербургское УФАС России), осуществляющее государственный надзор за соблюдением законодательства о рекламе, поступило (вх.№34738/21 от 10.11.2021) обращение Кожиной Л.Л, переданное Комитетом по здравоохранению (№ ОБ-17927-18605/21-0-1 от 27.10.2021), относительно ненадлежащей, по мнению заявителя, рекламы МЦ «ФЛЕБОЛАЙФ» (Льготная программа «Здоровье города»), размещенной на 13 стр. в журнале «Панорама ТВ — Санкт-Петербург» (программа с 18 по 24 октября) №41.

Как указано в обращении, воспользовавшись рекламным предложением «...от компании МЦ Флеболайф о предоставлении льготной программы Здоровье города, где указано: диагностика и лечение вросших ногтей, трещин, мозолей стоп, дефектов ногтей, грибковых поражений - Бесплатно...» заявитель обратилась (по записи) в МЦ Флеболайф. Однако, из перечисленных в рекламе МЦ «ФЛЕБОЛАЙФ» услуг, только диагностика была предоставлена заявителю бесплатно.

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.

На основании части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно части 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.

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

На основании статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно документам и материалам, имеющимся в Санкт-Петербургском УФАС России (вх.№ 38331/21 от 07.12.2021), лицом, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, является ООО «Флеболайф» ( ОГРН 1187847047211, КПП 781301001).

Определением Санкт-Петербургское УФАС России (исх.№78/41/22 от 10.01.2022) в отношении ООО «Флеболайф» возбуждено производство по делу №078/05/5-2/22 по признакам нарушения части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе». Рассмотрение дела №078/05/5-2/22 назначено на 27.01.2022 в 10.30 в режиме видеоконференцсвязи (ВКС).

11.01.2022 в Санкт-Петербургское УФАС России поступило (вх.№263-ЭП/22) ходатайство с просьбой «... рассмотреть дело в мое отсутствие...».

В соответствии с документами, материалами и письменными пояснениями, представленными ООО «Флеболайф» в Санкт-Петербургское УФАС России, организация полагает, что «...рекламный макет содержит в себе следующие сведения: Диагностика и лечение вросших ногтей, трещин, мозолей стоп, дефектов ногтей, грибковых поражений- Бесплатно\* (бесплатным является консультация подолога (специалист по лечению и уходу за кожей и ногтями стопы), а также под \* приводится ссылка на организатора акции, условия ее проведения и получения акционного предложения, содержащиеся на официальном

сайте медицинского центра, а также доступные при записи на прием по указанному телефону...».

Однако, рекламное объявление «Льготная программа «Здоровье города»...», размещенное ООО «Флеболайф» в журнале «Панорама ТВ — Санкт-Петербург» (программа с 18 по 24 октября) №41, выполнено с использованием шрифта разного размера (большие и маленькие буквы) и разной цветовой палитры (красный и черный цвет).

Пунктом 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» установлено, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе»). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

То обстоятельство, что нормами ФЗ «О рекламе» не установлен размер и цветовая гамма шрифта, которым должна быть приведена обязательная в силу закона информация, не свидетельствует о том, что размер шрифта может быть любым, поскольку, как следует из положений статьи 5 Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной и не должна вводить в заблуждение потребителей. Реклама предназначена для распространения среди неопределенного круга лиц. В этой связи вся информация должна быть доступна для потребителей при ознакомлении с рекламой без специальных усилий и применения специальных средств.

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 неопределенного круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил такую существенную информацию.

На основании изложенного, форма размещения рекламы «Льготная программа «Здоровье города»...» не позволяет потребителям воспринять

(прочитать) текст полностью ввиду мелкого шрифта и цветовой палитры рекламного объявления.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие (с учетом размера шрифта текста рекламы), свидетельствует о недобросовестности рекламы «Льготная программа «Здоровье города»...», размещенной ООО «Флеболайф» в журнале «Панорама ТВ — Санкт-Петербург» (программа с 18 по 24 октября) №41.

27.01.2022 Комиссия, изучив материалы дела, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу «Льготная программа «Здоровье города»...», размещенную ООО «Флеболайф» в журнале «Панорама ТВ — Санкт-Петербург» (программа с 18 по 24 октября) №41 ненадлежащей, поскольку при ее распространении нарушены требования части 7 статьи 5 Федерального закона ФЗ «О рекламе»
2. Признать в действиях ООО «Флеболайф» нарушение частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» выразившееся в определении объекта рекламирования и содержания рекламы, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, поскольку при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.
3. Выдать ООО «Флеболайф» предписание об устранении допущенных нарушений, указанных в пункте 2 настоящего решения.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «9» февраля 2022 г.

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

