

# «Большая тройка» сотовых операторов нарушила требования законодательства о рекламе

22 июня 2015, 16:00

Сегодня, 22 июня 2015 года, по итогам рассмотрения трех дел Комиссия ФАС России признала ОАО «МТС», ОАО «Мегафон» и ОАО «ВымпелКом» нарушившими требования ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы услуг сотовой связи в эфире федеральных телеканалов.

В рекламе тарифной опции «МТС Планшет Mini», рекламе тарифа «Переходи на ноль», и рекламе Интернета 4G 4G сети «БиЛайн», гарантирующей предоставление своим абонентам услугу доступа в Интернет 4G бесплатно и безлимитно, существенные условия не были приведены надлежащим образом, в связи с чем потребители фактически не получили предусмотренную законом информацию. Такая реклама нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Всем трем нарушителям предписано прекратить нарушения – дальнейшее распространение ненадлежащей рекламы.

Так прокомментировал принятые решения Начальник управления рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов: «Рекламные креативы в области услуг связи находятся под постоянным пристальным контролем службы, ведь целевой аудиторией этой рекламы является большинство граждан нашей страны».

Полные тексты решений и предписаний по ссылкам:

<http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ak-31795-15>

<http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ak-31806-15>

<http://solutions.fas.gov.ru/ca/upravlenie-kontrolya-reklamy-i-nedobrosovestnoy-konkurentsii/ak-31823-15>

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.

То обстоятельство, что нормами Федерального закона «О рекламе» не установлен размер шрифта, которым должна быть приведена существенная 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.

В соответствии со статьёй 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований законодательства Российской Федерации о рекламе, установленных статьёй 5 Федерального закона «О рекламе».

