

Суд подтвердил законность штрафа ФАС России компании «МГТС» за недостоверную рекламу

30 сентября 2020, 14:00

В смс-рассылке о тарифе «Super Smart» оператор не сообщил о важных условиях, при которых действует рекламируемая абонентская плата

28 сентября 2020 года Арбитражный суд г. Москвы признал законным постановление ФАС России о наложении административного штрафа на ПАО «МГТС» за ненадлежащую рекламу тарифа «Super Smart».

Согласно принятому ФАС России [постановлению](#) сумма штрафа за это правонарушение составила 100 тысяч рублей. Не согласившись с наложенным штрафом, компания обжаловало его в судебном порядке.

Напомним, ранее ведомство [признало](#) ПАО «МГТС» виновным в распространении гражданам смс-рекламы о тарифе «Super Smart», которая вводила их в заблуждение. Комиссия ФАС России установила, что в рекламном сообщении компании отсутствовала информация о том, что только в период промо-акции или при покупке 2 или 3 сим-карт абонентская плата по этому тарифу будет составлять заявленную в рекламе. А при отсутствии в рекламе таких существенных условий информация о стоимости услуги искажается.

Отметим, что Арбитражный суд г. Москвы уже [признал](#) законными и обоснованными решение и предписание ведомства в отношении ПАО «МГТС» по факту распространения ненадлежащей смс-рекламы о тарифе «Super Smart».

«Подтверждение судами решения и постановления ФАС России о наложении штрафа в очередной раз доказывает, что в рекламе услуг компании не должны утаивать или «забывать» сообщать информацию, которая влияет на стоимость этих самых услуг. Такая реклама нарушает закон и вводит потребителей в заблуждение», - отметила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина.

Справка:

Согласно части 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.

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

Федерального закона «О рекламе».