

Реклама смартфона MegaFon Login+ недобросовестна

24 сентября 2015, 16:41

Сегодня Комиссия ФАС России признала рекламу смартфона MegaFon Login+ недобросовестной, поскольку наиболее привлекательное условие - цена смартфона – выполнено хорошо читаемым шрифтом и сопровождается звуковым сообщением, а существенная информация в дисклеймерах об условиях его приобретения выполнена мелким нечитаемым шрифтом. Такая реклама не позволяет потребителю воспринимать поясняющую рекламное заявление информацию, соответственно потребители фактически не получили предусмотренную законом информацию.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной, но существенной информации – способом, затрудняющим её восприятие, свидетельствует о недобросовестности рекламы, так как противоречит требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

С претензией к рекламе ПАО «Мегафон» смартфона MegaFon Login+, распространяемой весной 2015 года в эфире федеральных телеканалов в ФАС России обратилось ЗАО «Сибинтертелеком».

По факту нарушения выдано предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы смартфона и в отношении ПАО «Мегафон» готовятся материалы для возбуждения дела об административном правонарушении для определения размера штрафа.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - 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 с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».