

# Реклама тарифа "МегаФон - Все включено S" недобросовестна

24 августа 2015, 13:28

По итогам рассмотрения 21 августа текущего года материалов о распространении рекламы тарифа «Мегафон – Все включено S» ПАО «Мегафон» Комиссия ФАС России признала ее недобросовестной, противоречащей требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

С претензией к рекламе тарифа «МегаФон — Все включено S», распространяемой в эфире ряда телеканалов, в ведомство обратился гражданин. Комиссия ФАС установила, что согласно условиям тарифного плана «МегаФон — Все включено S», размещенных на официальном сайте оператора, абонентская плата 190 рублей предусмотрена только за 1-й месяц пользования услугой и со 2-го месяца увеличивается в размере, зависящем от региона подключения. Эти условия влияют на выбор потребителей и являются существенными. Однако эта информация выполнена мелким нечитаемым шрифтом и по заключению комиссии ведомства форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ПАО «Мегафон» как рекламодателю выдано предписание об устранении нарушения. По факту нарушения готовятся материалы для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ПАО «Мегафон» для определения размера штрафа.

*«Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной, но существенной информации таким способом, который затрудняет ее восприятие, свидетельствует о недобросовестности рекламы», - отметила заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина.*

Решение по делу [здесь](#).

Предписание по делу [здесь](#).

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 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 неопределённого круга лиц надлежащим

образом, в связи с чем потребитель фактически не получил предусмотренную законом информацию.