

Достоверна ли реклама планшета "МегаФон Логин"?

29 октября 2014, 13:13

28 октября этого года ФАС России возбудила дело по признакам нарушения ряда требований ФЗ «О рекламе» компанией «Мегафон» (ОАО). Признаки нарушения закона о рекламе ведомство усматривает в рекламе планшета «МегаФон Логин», распространяющейся в эфире федеральных телеканалов с августа 2014 года по настоящее время.

Основанием для возбуждения дела по признакам нарушения законодательства о рекламе компанией «Мегафон» послужил заявление гражданина с претензией к рекламе планшета «МегаФон Логин».

В рекламе планшета умалчивается часть существенной информации об условиях приобретения планшета, влияющую на его итоговую стоимость (признаки нарушения части 7 статьи 5 закона о рекламе). Видеоролики направлены на побуждение несовершеннолетних обратиться к родителям с просьбой купить планшет для использования в учебе, соответственно созданный в рекламе образ несовершеннолетнего школьника может быть воспринят несовершеннолетними как своеобразная модель поведения для того, чтобы убедить родителей в необходимости покупки. Реклама стимулирует несовершеннолетних убедить родителей или других лиц купить планшет по указанной в рекламе «низкой» цене. Подобного рода реклама может создать у несовершеннолетнего искаженное представление о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка. В то время как реклама искажает стоимость рекламируемого планшета в целях увеличения его привлекательности (признаки нарушения частей 2 и 3 статьи 6 Закона).

Рассмотрение дела назначено на 17 ноября 2014 года.

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.

В соответствии с частью 2 статьи 6 Федерального закона «О рекламе» в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускается побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар.

В соответствии с частью 3 статьи 6 Федерального закона «О рекламе» в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускается создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка.