

France Télécom contraint SFR à modifier sa campagne publicitaire

Estimant que l'emploi par SFR, dans sa dernière campagne publicitaire, des termes « SFR le meilleur réseau, selon l'enquête 1999 de l'Autorité de régulation des télécommunications (ART) » était de nature à induire en erreur le public, France Télécom avait engagé des poursuites judiciaires contre son concurrent. SFR ayant modifié la campagne publicitaire en renonçant à cette présentation, France Télécom a cessé ses poursuites.