Реклама препарата «Супрадин» компании «Байер» нарушила закон

11 сентября 2020, 10:30

В рекламном видеоролике лекарственное средство некорректно сравнивалось с другими витаминными комплексами

Спорная реклама лекарственного средства «Супрадин» производства АО «Байер» распространялась в марте-апреле 2020 года в эфире телеканала «Карусель» и сообщала, что у препарата самая сильная формула, а дозировка в нем выше в 3 раза, чем у многих.

Такая информация основывается на сравнении дозировок препаратов «Супрадин», «Компливит» и «Витрум».

Однако по результатам исследования трех витаминных комплексов у лекарственного препарата «Супрадин» содержание только двух витаминов — В1 и Биотина – выше в 3 раза по сравнению с дозировкой этих витаминов в составе «Компливита» и «Витрума», а не всех витаминов в составе этих комплексов.

> *«Использованные в рекламе утверждения о том, что «Супрадин» — витамины с самой сильной формулой, и дозировка в нем выше в 3 раза, чем у многих, дают основание полагать, что сравнение лекарственных препаратов проводилось по дозировкам всех входящих в них витаминов. С точки зрения законодательства о рекламе такое сравнение некорректно и недопустимо»*, – подчеркнул заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров.

На основании установленных фактов Комиссия ФАС России признала рекламу АО «Байер» нарушающей Закон о рекламе[1].

По факту признания рекламы ненадлежащей компании «Байер» как рекламодателю ФАС России выдала предписание о прекращении нарушения. Производителю лекарственного препарата грозит административный штраф от 200 до 500 тысяч рублей.

Справка:

Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» некорректной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно пункту 9 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или

неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

[1] пункт 1 части 2 статьи 5