

# ФАС России оштрафовала компанию «Байер» на 200 тысяч рублей за нарушение Закона о рекламе

19 октября 2020, 13:00

*В ТВ-рекламе препарат «Супрадин» некорректно сравнивался с другими витаминными комплексами*

Напомним, в сентябре 2020 года [Комиссия ФАС России признала рекламу](#) лекарственного средства «Супрадин» производства АО «Байер» нарушающей требования Закона о рекламе[1].

Спорная реклама сообщала, что у препарата самая сильная формула, а дозировка в нем выше в 3 раза, чем у многих.

Однако по результатам исследования трех витаминных комплексов[2] у лекарственного препарата «Супрадин» содержание только двух витаминов — В1 и Биотина – выше в 3 раза по сравнению с дозировкой этих витаминов в составе других препаратов, а не всех витаминов в составе этих комплексов.

По факту нарушения ФАС России наложила на компанию административный штраф в размере 200 тысяч рублей.

*«Из-за некорректного сравнения у телезрителей могло возникнуть не только ложное впечатление о преимуществе витаминов «Супрадин» по отношению к другим аналогичным комплексам, но это также могло привести к перераспределению потребительского спроса на рынке, - отметила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина. – В соответствии с выданным ранее предписанием компания «Байер» прекратила распространение ненадлежащей рекламы».*

*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.*

*В соответствии с частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.*

[1] пункта 1 части 2 статьи 5

[2] Торшин И.Ю. Медицинский алфавит. 2018, № 21, том № 2, с. 6-19