

Реклама тест-полосок для определения антител к COVID-19 нарушила закон

23 декабря 2020, 16:15

Такое решение приняла ФАС России в отношении рекламы, распространявшейся сервисом «Яндекс.Директ»

Согласно Закону о рекламе^[1] реклама медицинских изделий не должна гарантировать их положительное действие, безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

Однако, как установила Комиссия ФАС России, ООО «РФИД-Ленд» нарушило это требование в рекламе тест-кассет для быстрого определения COVID-19 IgG/IgM.

Реклама распространялась в июле 2020 года на сайте поисковой системы Rambler. При наборе в строке поиска словосочетания «полоска тест на коронавирус» под строкой поиска появлялась контекстная реклама экспресс-теста на обнаружение антител IgM/IgG к коронавирусу COVID-19. Рекламное объявление являлось гиперссылкой для перехода на сайт интернет-магазина и сообщало о высокой точности теста: 98,6 % за 10 минут.

Однако, такая информация в рекламе гарантирует эффективность тест-полоски, что недопустимо с точки зрения законодательства о рекламе. Комиссия ФАС России выдала компании «РФИД-Ленд» как рекламодателю ненадлежащей рекламы предписание о прекращении нарушения. Организации грозит административный штраф.

[1] пункту 8 части 1 статьи 24 ФЗ

Справка:

В соответствии с пунктом 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама медицинских изделий не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».