

АО «Байер»

ул. 3-я Рыбинская, д. 18, стр. 2,
г. Москва, 107113

АО «Отисифарм»

ул. Тестовская, д. 10, эт. 12, пом. II,
комн. 29,
г. Москва, 123112

РЕШЕНИЕ
по делу № 08/05/5-44/2020

03 сентября 2020 г.

г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Заместитель Председателя Комиссии

<...> - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Члены Комиссии:

<...> – заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...> - консультант отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...> - ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев материалы о распространении рекламы лекарственного препарата «Супрадин» в марте-апреле 2020 года в эфире телеканала «Карусель»,

в присутствии лиц, участвующих в деле:

лицо, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

АО «Байер» (адрес: ул. 3-я Рыбинская, д. 18, стр. 2, г. Москва, 107113, ОГРН 1027739373903, ИНН 7704017596, КПП 771801001, дата регистрации: 14.10.2002) — <...>;

заявитель:

АО «Отисифарм» (адрес: ул. Тестовская, д. 10, эт. 12, пом. II, комн. 29, г. Москва, 123112, ОГРН 1135047014145, ИНН 5047149534, КПП 770301001, дата регистрации: 23.12.2013) — уведомлены надлежащим образом, заявили ходатайство о рассмотрении дела в их отсутствие,

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение АО «Отисифарм» с жалобой на рекламу



лекарственного препарата «Супрадин», распространявшуюся в марте-апреле 2020 года в эфире телеканала «Карусель».

В рекламе сообщается:

«Супрадин — витамины с самой сильной формулой. Дозировка в нем выше в 3 раза, чем у многих.

Супрадин — я полна сил до конца дня.

Витаминов много - Супрадин один!

Байер».

При этом реклама сопровождается дисклеймером, в котором сообщается: «На основании сравнения средних отношений дозировок входящих в состав витаминов к нормам суточных потребностей среди ТОП-3 брендов по объему продаж среди лекарственных препаратов групп А11А «Мультивитамины с минералами» и А11В «Мультивитамины без минералов» (классификации EphMRA) по итогам 2018 года согласно данным ООО «АЙКБЮВИА Солюшенс» Розничный аудит ГЛС и БАД в РФ. Торшин И.Ю. Медицинский алфавит. 2018, № 21, том № 2, с. 6-19».

Согласно источнику, который приводится в дисклеймере (Торшин И.Ю. Медицинский алфавит. 2018, № 21, том № 2, с. 6-19), исследование проводилось в отношении трех лекарственных препаратов — витаминных комплексов «Супрадин», «Компливит» и «Витрум».

Согласно пояснениям АО «Байер» сравнение дозировок витаминов в препаратах представлено в виде среднего отношения дозировок всех входящих в состав витаминов к нормам суточной потребности, определенных согласно Методическим рекомендациям «Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации». Использование таких унифицированных показателей является одним из методов для сравнения разнородных витаминно-минеральных комплексов. Рассчитанный авторами исследования показатель «Отношение содержания витамина к суточной потребности» приведен для каждого из входящих в состав препаратов витаминов. Далее, было рассчитано среднее арифметическое значение по всем витаминам. Для препаратов «Супрадин», «Компливит» и «Витрум» этот показатель составил 3,3, 1,2 и 1,2 соответственно, что при округлении полученных значений до целых дает 3, 1, 1. То есть в среднем дозировка витаминов, оцененная по показателю «среднего отношения содержания витамина к суточной потребности», в препарате «Супрадин» в 3 раза выше, чем у препаратов «Компливит» и «Витрум».

Из приведенных в указанном исследовании данных следует, что в лекарственном препарате «Супрадин» в 3 или более раз превышает дозировка только двух витаминов — витаминов В1 и Биотина по сравнению с дозировкой данных витаминов в составе витаминных комплексов «Компливит» и «Витрум», а не всех витаминов в составе данных витаминных комплексов.

При этом использованные в рекламе утверждения «Супрадин — витамины с самой сильной формулой. Дозировка в нем выше в 3 раза, чем у многих» дают потребителям основание полагать, что сравнение лекарственных препаратов проводится по дозировкам каждого из входящих в них витаминов, и в лекарственном препарате «Супрадин» дозировка каждого из входящих в него витаминов превышает

дозировку данных витаминов в составе других комплексов в 3 раза.

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 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.

Сравнение лекарственного препарата «Супрадин» с лекарственными препаратами «Компливит» и «Витрум» по среднему отношению дозировок всех входящих в состав витаминов к нормам суточной потребности искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

Сообщение в рекламе о том, что «Супрадин — витамины с самой сильной формулой. Дозировка в нем выше в 3 раза, чем у многих», с учетом того, что у лекарственного препарата «Супрадин» в 3 раза выше дозировка только двух витаминов — витаминов В1 и Биотина, является некорректным сравнением.

С учетом изложенного в рекламе лекарственного препарата «Супрадин», распространявшейся в марте-апреле 2020 года в эфире телеканала «Карусель», усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

Рекламодатель - АО «Байер» (адрес: ул. 3-я Рыбинская, д. 18, стр. 2, г. Москва, 107113, ОГРН 1027739373903, ИНН 7704017596, КПП 771801001, дата регистрации: 14.10.2002).

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, нарушающей пункт 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», рекламу лекарственного препарата «Супрадин», распространяющуюся в марте-апреле 2020 года в эфире телеканала «Карусель», поскольку в рекламе приводится некорректное сравнение лекарственного препарата «Супрадин» с другими витаминно-минеральными комплексами.

2. Выдать АО «Байер» (адрес: ул. 3-я Рыбинская, д. 18, стр. 2, г. Москва, 107113, ОГРН 1027739373903, ИНН 7704017596, КПП 771801001, дата регистрации: 14.10.2002) предписание о прекращении нарушения Федерального закона

«О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении АО «Байер».

Решение изготовлено в полном объеме 15 сентября 2020. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель Председателя Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

<...>

<...>