

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № РЦ.08.11.11**

«24» июня 2011 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России;

Члены Комиссии:

Карташов Н.Н. - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Василенкова И.И. – заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Галкина О.Н. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев материалы дела № РЦ.08.11.11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в рекламе лекарственного средства «Глицин», распространявшейся в газете «Комсомольская правда» от 13-20 мая 2010 г. (стр. 17) и в газете «Аргументы недели» № 28 (218) от 22-28 июля 2010 года,

в присутствии представителей:

заявителя:

ЗАО «Эвалар» (адрес места нахождения: ул. Социалистическая, д. 23/6, Алтайский край, г. Бийск, 659332, почтовый адрес: ул. Научный проезд, д. 12, оф. 98, г. Москва, 117246; ОГРН 1022200553760) – Сафонова А.В. (доверенность № 113 от 20.04.2011),

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе (рекламодатель):

ООО «МНПК «БИОТИКИ» (адрес места нахождения: ул. 6-я Радиальная, д. 24, стр. 14, г. Москва, 115404, почтовый адрес: ул. Луганная, д. 9, г. Москва, 115304; ИНН 7713100258) – Степановой Н.П. (доверенность б/н от 13.05.2011), Осинной Н.П. (доверенность б/н от 19.04.2011), Максимовой Л.Н. (доверенность б/н от 23.06.2011),

**УСТАНОВИЛА:**

В ФАС России поступило заявление ЗАО «Эвалар» о признаках нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в рекламе лекарственного средства «Глицин», распространявшейся в газете «Комсомольская правда» от 13-20 мая 2010 (стр. 17) и в газете «Аргументы недели» № 28 (218) от 22-28 июля 2010 года под заголовком: «Нужен ли организму ударный коктейль?».

В указанной рекламе содержится изображение упаковки лекарственного средства «Глицин», производства ООО «МНПК «БИОТИКИ», и мнение потребителя о данном средстве: «Глицин для нашей семьи – настоящая «палочка выручалочка». При любом психоэмоциональном возбуждении – и нам, старикам, позволяет сохранять здоровье, и внуков быстро вводит в колею...». При этом потребитель, указывая на продажи в аптеках иных средств, в том числе БАДов, с тройной дозой глицина, усиленного витаминами, задает вопрос: Насколько эффективен и нужен ли организму сей «ударный коктейль»?

Из данного рекламного текста следует, что состояние здоровья всей семьи,

независимо от возраста, улучшается в результате применения лекарственного средства «Глицин».

Согласно пункту 2 части 1 статьи 24 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама лекарственных средств не должна содержать ссылки на конкретные случаи улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.

Всемирная организация здравоохранения определяет здоровье как состояние живого организма, при котором организм в целом и все органы способны полностью выполнять свои функции, отсутствие недуга, болезни, состояние полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствие болезней.

Таким образом, в указанной рекламе лекарственного средства «Глицин» под заголовком: «Нужен ли организму ударный коктейль?», распространявшаяся в газете «Комсомольская правда» и в газете «Аргументы недели», имеет место ссылка на конкретные случаи улучшения состояния здоровья человека в результате применения лекарственного средства «Глицин», и следовательно, усматриваются признаки нарушения пункта 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе лекарственного средства «Глицин» также сообщается:

«...Глицин «МНПК «БИОТИКИ» содержит аминокислоту (глицин) в дозе 100 мг, обладающей наиболее выраженными профилактическими и лечебными свойствами... Чтобы не ошибиться при покупке лекарства (даже, если работники аптек говорят, что препараты «Глицин» с добавками в названии: «вита», «форте» и т.п. – то же, что и Глицин «БИОТИКИ»!) внимательно изучите упаковку, на обратной стороне которой обязательно указаны номера двух патентов.

Что касается «ударного коктейля» ... Обратите внимание, что кроме тройной дозы глицина (300 мг), в которой пациент не нуждается, «ударная» таблетка (массой 600 мг) содержит 50% других активных веществ. Подобная дозировка на практике никогда не применялась, не проходила клинических испытаний, её эффективность не доказана. Так же, как и прием 500 мг (как бы, 5 таблеток Глицина «МНПК «БИОТИКИ» одновременно), о чем заявляют иные производители БАДов в своих инструкциях.

Увеличение дозы – чисто коммерческая версия для получения сверхприбыли от сбыта БАДов с недостоверной информацией – с инструкцией, вводящей в заблуждение об истинных потребительских свойствах и качестве товара.»

Использованный в рекламе альтернативный способ сравнения исключает наличие у препаратов (в том числе БАДов), содержащих глицин в массе, отличной от лекарственного средства Глицин «МНПК «БИОТИКИ», тех положительных качеств, которые названы у рекламируемого средства и прежде всего интересуют покупателя. В данном случае негативная оценка товара других изготовителей (в том числе БАДов) по сравниваемой эффективности действующего вещества глицин вытекает из формы подачи и смысла рекламной информации.

Содержание указанной рекламы сводится к тому, что иные препараты, содержащие глицин, хуже рекламируемого лекарственного средства Глицин «МНПК «БИОТИКИ» и не обладают его эффективностью, подтвержденной исследованиями на основе принципов доказательной медицины.

В качестве отличительного достоинства рекламируемого лекарственного средства Глицин «МНПК «БИОТИКИ» указывается на потребительские характеристики, которые обусловлены оригинальностью его технологии и состава, принципиально отличающегося от других препаратов, в названии которых присутствует слово «глицин». В отношении препаратов, в названии которых

присутствует слово «глицин», в рекламе утверждается, что поскольку фармакологические эффекты аминокислоты глицин по 300 и 500 мг не доказаны – необоснованное увеличение дозы может сопровождаться нежелательными эффектами.

На рынке лекарственных средств Российской Федерации обращается несколько лекарственных средств других изготовителей, в названии которых присутствует слово «глицин», а также масса и дозы применения которых отличны от лекарственного средства Глицин «МНПК «БИОТИКИ». В частности, ГЛИЦИН-КАНОН 1000 мг (регистрационный номер ЛСР-008972/10), одна таблетка которого содержит 1000 мг активного вещества глицин, и ГЛИЦИН-КАНОН 250 мг (регистрационный номер ЛСР-002849/09), одна таблетка которого содержит 250 мг активного вещества глицин.

На рынке биологически активных добавок к пище также обращается несколько препаратов, в названии которых присутствует слово «глицин». В частности, БАД Глицин Форте Эвалар (таб. 0,6 г) и БАД Вита-Глицин (капсулы 500 мг).

Согласно инструкции ООО «МНПК «БИОТИКИ» по применению лекарственного средства Глицин необходимая дозировка лекарства при ишемическом мозговом инсульте по 1 г в течение первых 3-6 часов и далее в течение 1-5 суток.

Определением от 21.04.2011 (исх. № АК/16579 от 29.04.2011) по делу №РЦ.08.11.11 у ООО «МНПК «БИОТИКИ» запрошены материалы клинических исследований, заключений, подтверждённых Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения и социального развития, относительно действия аминокислоты Глицин в дозе 300 и 500 мг и наличия нежелательных эффектов в результате приёма аминокислоты глицин в указанных дозах.

Представитель ООО «МНПК «БИОТИКИ» на рассмотрении дела пояснил Комиссии ФАС России, что ООО «МНПК «БИОТИКИ» не располагает запрошенной информацией.

Соответственно, рекламное утверждение о наступлении нежелательных эффектов при применении препаратов (аминокислоты глицин) других изготовителей, в названии которых присутствует слово «глицин», в дозировках по 300 и 500 мг является некорректным сравнением с лекарственным средством Глицин «МНПК «БИОТИКИ», поскольку само лекарственное средство Глицин «МНПК «БИОТИКИ» применяется в дозировке 1000 мг.

Рекламные утверждения сделаны в отношении всех препаратов, в названии которых присутствует слово «глицин». Между тем слово глицин присутствует в названии как лекарственных средств других производителей, так и в названии биологически активных добавок к пище.

Однако потребительские свойства лекарственных средств не могут сравниваться с потребительскими свойствами биологически активных добавок, поскольку природа и назначение биологически-активных добавок и лекарственных средств различны.

Первые - вещества, применяемые для профилактики, диагностики, лечения болезни, предотвращения беременности, полученные из крови, плазмы крови, а также органов, тканей человека или животного, растений, минералов, методами синтеза или с применением биологических технологий.

Вторые являются добавками к пище, относятся к одному из видов пищевых продуктов и используются как дополнительный источник пищевых и биологически активных веществ, на их упаковке в обязательном порядке указывается, что БАД не является лекарством.

В этой связи сравнение в указанной рекламе лекарственного средства «Глицин» с БАДами, в названии которых присутствует слово «глицин», является некорректным и

способно при выборе покупки ввести потребителей в заблуждение в связи с недостатком у них опыта и знаний.

Согласно пункту 1 частью 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признаётся реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Таким образом, реклама выполнена в виде некорректного сравнения различных по природе и назначению товаров, способного при выборе покупки ввести потребителей в заблуждение в связи с недостатком у них опыта и знаний. Учитывая изложенное, в рекламе лекарственного средства «Глицин» под заголовком: «Нужен ли организму ударный коктейль?», распространявшаяся в газете «Комсомольская правда» от 13-20 мая 2010 г. (стр. 17) и в газете «Аргументы недели» № 28 (218) от 22-28 июля 2010 г., усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5 и пункта 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 2 статьи 5 и пунктом 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе». Рекламодателем указанной рекламы является ООО «МНПК «БИОТИКИ» (.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 5, пунктом 2 части 1 статьи 24, пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу лекарственного средства «Глицин», распространявшуюся в газете «Комсомольская правда» от 13-20 мая 2010 г. (стр. 17) и в газете «Аргументы недели» № 28 (218) от 22-28 июля 2010 года, поскольку в ней нарушены требования пункта 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а именно, в рекламе содержатся ссылки на улучшение состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования.
2. Признать ненадлежащей рекламу лекарственного средства «Глицин», распространявшуюся в газете «Комсомольская правда» от 13-20 мая 2010 г. (стр. 17) и в газете «Аргументы недели» № 28 (218) от 22-28 июля 2010 года, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, реклама содержит некорректные сравнения лекарственного средства «Глицин» с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.
3. Выдать ООО «МНПК «БИОТИКИ» предписание о прекращении нарушения пункта 2 части 1 статьи 5 и пункта 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» в рекламе лекарственного средства «Глицин».
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении рекламодателя указанной рекламы - ООО «МНПК «БИОТИКИ».

Решение изготовлено в полном объеме 28 июня 2011 года. Решение может быть

обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии: Н.Н. Карташов

И.И. Василенкова

О.Н. Галкина

**ПРЕДПИСАНИЕ**  
**о прекращении нарушения**  
**законодательства Российской Федерации о рекламе**  
**по делу № РЦ.08.11.11**

24 июля 2011 г. г. Москва

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

Председатель Комиссии

Кашеваров А.Б. - заместитель руководителя ФАС России;

Члены Комиссии:

Карташов Н.Н. - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Василенкова И.И. – заместитель начальника управления - начальник отдела Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Галкина О.Н. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля законодательства о рекламе Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции, на основании своего решения от 24 июня 2011 г. по делу № РЦ.08.11.11 о признании ненадлежащей рекламы лекарственного средства «Глицин», распространявшейся в газете «Комсомольская правда» от 13-20 мая 2010 г. (стр. 17) и в газете «Аргументы недели» № 28 (218) от 22-28 июля 2010 года, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «МНПК «БИОТИКИ» (адрес места нахождения: ул. 6-я Радиальная, д. 24, стр. 14, г. Москва, 115404, почтовый адрес: ул. Луганная, д. 9, г. Москва, 115304; ИНН 7713100258) прекратить нарушение требований пункта 2 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» в рекламе лекарственного средства «Глицин», создающей впечатление, что данный БАД является лекарственным средством.
2. ООО «МНПК «БИОТИКИ» (адрес места нахождения: ул. 6-я Радиальная, д. 24, стр. 14, г. Москва, 115404, почтовый адрес: ул. Луганная, д. 9, г. Москва, 115304; ИНН 7713100258) прекратить нарушение требований пункта 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе лекарственного средства «Глицин», содержащей некорректное сравнение с препаратами, в названии которых присутствует слово «глицин» и которые произведены другими изготовителями.

Срок исполнения предписания 15 дней со дня получения настоящего предписания.  
3. ООО «МНПК «БИОТИКИ» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1, 2 настоящего предписания до 18 августа 2011 года.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трёхсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьёй 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии Н.Н. Карташов

И.И. Василенкова

О.Н. Галкина

Перечень территориальных органов ФАС России с их актуальными адресами можно скачать внизу страницы