

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о возбуждении дела № 3-5-1/00-08-15

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

22 января 2015 г.

г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, Кашеваров А.Б., рассмотрев материалы о распространении рекламы лекарственного препарата «Бронхикум»,

УСТАНОВИЛ:

ЗАО «Сандоз» обратилось в ФАС России с претензиями к рекламе лекарственного препарата «Бронхикум», распространявшейся в сентябре и октябре 2014 года в эфире телеканалов «Первый канал», «Россия-1» «ТНТ», «Пятница», «Домашний и пр.

Реклама лекарственного препарата «Бронхикум» распространялась посредством двух рекламных видеороликов.

В рекламном видеоролике, распространявшемся в сентябре 2014 года, сообщается: «Эликсир Бронхикум содержит тимьян для выведения мокроты и корень первоцвета для снижения воспаления. Бронхикум в два раза быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически».

В рекламном видеоролике, распространявшемся в октябре 2014 года, последняя фраза заменена следующей: «Бронхикум помогает быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически».

Данные утверждения («Бронхикум в два раза быстрее даже при сильном кашле» и «Бронхикум помогает быстрее даже при сильном кашле») в видеоряде рекламы сопровождаются поясняющей сноской, выполненной мелким шрифтом и транслируемой в течение 3 сек., следующего содержания:

«От кашля, связанного с бронхитом, по сравнению с группой плацебо. Плацебо – продукт по форме, цвету, вкусу, запаху и т.д. полностью имитирующий исследуемый продукт, но не обладающий терапевтическим действием. Подтверждено результатами клинических исследований: Грюнвальд Дж. «Эффективность и переносимость фиксированной комбинации тимьяна и корня первоцвета у пациентов с острым бронхитом». Исследование лекарственных средств 2005; 55(11): 669-676. Грюнвальд Дж., Граунбаум Х. Дж., «Оценка не меньшей эффективности фиксированной комбинации жидких экстрактов тимьяна и корня первоцвета в сравнении с фиксированной комбинацией жидкого экстракта тимьяна и настойки корня первоцвета у пациентов с острым бронхитом». Исследование лекарственных средств, 2006; 56(8): 574-581».

Завершаются видеоролики изображением упаковки препарата «Бронхикум» и утверждениями: «в два раза быстрее даже при сильном кашле» и «помогает быстрее даже при сильном кашле», а также «Доказано клинически».

Приведенные в рекламных видеороликах утверждения указывают на превосходство лекарственного препарата «Бронхикум» в сравнении с другими

препаратами от кашля по показателям эффективности и скорости действия, и дают основания потребителям полагать, что такое преимущество подтверждено клиническими исследованиями.

Вместе с тем подтверждение преимущества препарата «Бронхикум» перед другими препаратами от кашля по показателям эффективности и скорости действия отсутствует.

Как следует приведенной в рекламе поясняющей сноске,, эффективность и скорость действия лекарственного препарата «Бронхикум» сравнивается с плацебо.

Однако то обстоятельство, что лекарственный препарат Бронхикум® должен обладать терапевтическим эффектом в сравнении с плацебо, является обязательным условием его регистрации в качестве лекарственного препарата, но никак не показателем преимуществ перед лекарственными препаратами аналогичного действия, производимыми и реализуемыми другими производителями.

Сравнение с плацебо или плацебо-эффектом по факту является сравнением с «отсутствием какого-либо эффекта», а именно «ничем». Плацебо не является средством лечения кашля, в силу чего какое-либо терапевтическое действие, в том числе терапевтические характеристики у плацебо отсутствуют.

В этом связи сравнение терапевтических свойств лекарственных препаратов и плацебо лишено какого-либо смысла и является некорректным, поскольку свойства данных препаратов не сопоставимы, и любые утверждения о преимуществах терапевтического действия лекарственного средства по сравнению с плацебо не соответствуют действительности.

Согласно протоколу заседания Ассоциации международных фармацевтических производителей (AIPM) от 11 апреля 2014 года утверждение о скорости действия лекарственного препарата «Бронхикум» в сравнении с плацебо («Бронхикум позволяет в 2 раза быстрее освободиться даже от сильного кашля», «В 2 раза быстрее даже при сильном кашле») является нарушением принципов добросовестного поведения на фармацевтическом рынке и ориентированности на соблюдение норм российского законодательства.

Следовательно, рекламные утверждения «Бронхикум помогает быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически» и Бронхикум в два раза быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически», основанные на сравнении с плацебо, некорректны, недостоверны, создают не соответствующее действительности представление о преимуществах препарата «Бронхикум» путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации, и искажают смысл рекламы и вводят потребителя в заблуждение относительно терапевтической ценности лекарственного препарата Бронхикум.

Таким образом, приведенное в рекламе сравнение и указание на преимущество препарата «Бронхикум» перед находящимися в обороте товарами других производителей основано на недостоверных сведениях о показателях эффективности препарата «Бронхикум», соответственно, является некорректным и недостоверным.

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

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуется другими продавцами.

Согласно пункту 4 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств не должна создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования.

С учетом изложенного, в рекламе лекарственного препарата «Бронхикум» с утверждениями «Бронхикум помогает быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически» и Бронхикум в два раза быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически» содержатся признаки нарушения пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 4 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ЗАО «Санофи Россия» (юридический адрес: ул. Тверская, д. 22, г. Москва, 125009, ОГРН 1027739079940; ИНН 7705018169, КПП 771001001, дата регистрации 19.08.2002).

На основании пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 4 части 1 статьи 24, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 3-5-1/00-08-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

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

ЗАО «Санофи Россия» (юридический адрес: ул. Тверская, д. 22, г. Москва, 125009, ОГРН 1027739079940; ИНН 7705018169, КПП 771001001, дата регистрации 19.08.2002).

заявитель:

ЗАО «Сандоз» (адрес: Ленинградский проспект, д.72, корп.3, г.Москва, 125315).

3. Назначить дело № 3-5-1/00-08-15 к рассмотрению на « 02 » марта 2015 года в « 14 »

часов « 00 » минут по адресу: г. Москва, Пыжевский переулок, д. 6, зал №1, 2 этаж (т. 8 (499) 755 23 23 вн. 674).

4. ЗАО «Санофи Россия» надлежит в срок до 25 февраля 2015 года представить ФАС России следующие документы и материалы:

копии (образцы, макеты, записи на CD-дисках и пр.) рекламы лекарственного препарата «Бронхикум», распространявшейся в сентябре-октябре 2014 г. в эфире телеканалов «Первый канал», «Россия-1» «ТНТ», «Пятница», «Домашний и пр.;

копии договоров, платежных поручений и иных материалов, на основании которых распространялась указанная реклама лекарственного препарата «Бронхикум»;

копии документов, подтверждающих утверждения «Бронхикум помогает быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически» и Бронхикум в два раза быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически»;

письменные объяснения по существу претензий и обстоятельствам распространения рекламы.

Предоставляемые документы и материалы должны быть заверены печатью и подписью руководителя ЗАО «Санофи Россия».

Явка представителей ЗАО «Санофи Россия», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, а также ЗАО «Сандоз» для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (для представителей организаций – подлинная доверенность на представление интересов организации по делу № 3-5-1/00-08-15).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии представителей необходимо сообщить заранее: для граждан Российской Федерации - за 1 день, для иностранных граждан - за 3 дня.