РЕШЕНИЕ

по делу № 3-5-1/00-08-15

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

02 марта 2015 г. г. Москва

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

<...>,

рассмотрев дело № 3-5-1/00-08-15 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации по факту распространения рекламы препарата «Бронхикум» в сентябре и октябре 2014 года в эфире телеканалов ,

в присутствии представителя:

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

ЗАО «Санофи Россия» — <...> (доверенность б/н от 03.09.2014, доверенность б/н от 17.02.2015); <...> (доверенность б/н от 09.02.2015), <...> (доверенность б/н от 09.02.2015), <...> (доверенность б/н от 17.02.2015),

заявителя:

ЗАО «Сандоз» — <...> (доверенность б/н от 02.03.2015), <...> (доверенность б/н от 02.03.2015),

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. Бронкикум в два раза быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически».

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

Данные утверждения («Бронкикум в два раза быстрее даже при сильном кашле» и «Бронкикум помогает быстрее даже при сильном кашле») в видеоряде рекламы сопровождаются поясняющей сноской, выполненной мелким нечитаемым 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 «Бронкикум» 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 сноски, 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 быстроте 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 добропорядочного поведения на фармацевтическом рынке и ориентированности на соблюдение норм российского законодательства.

Следовательно, рекламные утверждения «Бронкикум помогает быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически» и Бронкикум в два раза быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически», основанные на сравнении с плацебо, некорректны, недостоверны, создают не соответствующее действительности представление о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товаров других изготовителей, 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.

ЗАО «Санофи Россия» заявило ходатайство об отложении дела в связи с необходимостью проведения социологического опроса с целью изучения восприятия потребителями видеоролика и выяснения уровня понимания понятия «плацебо» и его эффекта.

ФАС России отказывает в удовлетворении ходатайства, поскольку информация в ссылке представлена мелким нечитаемым шрифтом и очевидно недоступна для восприятия потребителям.

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

РЕШИЛА:

-
  -
    - Признать ненадлежащей рекламу лекарственного препарата «Бронхикум» в сентябре и октябре 2014 года в эфире телеканалов «Первый канал», «Россия-1» «ТНТ», «Пятница», «Домашний и пр. , поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», а именно, в данной рекламе содержится некорректное сравнение рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами других изготовителей, а также содержатся не соответствующее действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами других изготовителей.
    - Выдать ЗАО «Санофи Россия» предписание о прекращении нарушения Федерального закона «О рекламе».
-
  -
    - 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 ЗАО «Санофи Россия».
-
-

Решение изготовлено в полном объеме 12 марта 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе

по делу № 3-5-1/00-08-15

02 марта 2015 г. г. Москва

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

<...>,

на основании своего решения от 02 марта 2015 г. по делу № 3-5-1/00-08-15 о признании рекламы препарата «Бронхикум» нарушающей пункт 1 части 2 и пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ЗАО «Санофи Россия» (юридический адрес: ул. Тверская, д. 22, г. Москва, 125009, ОГРН 1027739079940; ИНН 7705018169, КПП 771001001, дата регистрации 19.08.2002) прекратить нарушение требований пункта 1 части 2 и пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», выразившееся в распространении рекламы препарата «Бронхикум» с некорректным сравнением рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами других изготовителей, а также с не соответствующими действительности сведениями о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами других изготовителей.

Срок исполнения предписания 30 дней со дня получения настоящего предписания.

2. ЗАО «Санофи Россия» представить в ФАС России письменные доказательства исполнения пунктов 1 настоящего предписания до 25 апреля 2015 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.

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