

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о возбуждении дела № 3-5-1/00-08-17

по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

30 января 2017 г.

г. Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, <...>, рассмотрев материалы о распространении рекламы лекарственного препарата «Детралекс» в феврале-июле 2016 года в эфире телеканалов «ТВ-3 Россия», «Первый канал», «Россия 1», «Петербург — 5 канал», «ТВ-Центр-Москва»,

УСТАНОВИЛ:

Реклама лекарственного препарата «Детралекс» распространялась на телеканалах «ТВ-3 Россия», «Первый канал», «Россия 1», «Петербург — 5 канал», «ТВ-Центр-Москва» в феврале — июле 2016 года.

В рекламном ролике сообщается:

«Все время на ногах? Не присяду. Выкладываюсь по максимуму. При проблемах с венами нам нужно средство также работающее по-максимуму. Венотоник № 1 в мире! Детралекс. Причина проблем с венами — снижение венозного тонуса, приводящее к нарушению работы венозных клапанов и застою крови. Благодаря микронизации 5 компонентов Детралекса быстрее действуют на причину, повышая венозный тонус, способствуя снятию отека, боли и тяжести в ногах. Детралекс. Максимум для здоровья ваших ног!»

На кадре продолжительностью с 12 по 14 секунду размещено утверждение «Венотоник № 1 в мире!»* и упаковка лекарственного средства «Детралекс». В сноске под * указывается: «По данным «Ай Эм ЭС Хелс» среди венотоников (флеботропных препаратов) системного действия по доле продаж в денежном выражении (евро) в течение первого квартала 2015 года на годовой основе на мировом фармацевтическом рынке».

Утверждение «Венотоник № 1 в мире!»* и соответствующая сноска повторяются на последнем кадре рекламного ролика с 27 по 29 секунду.

В соответствии с регистрационным удостоверением П № 011469/01 от 26.06.2009 «Детралекс» зарегистрирован в качестве лекарственного препарата.

Использованное в рекламе утверждение «Венотоник № 1 в мире!» в отношении лекарственного препарата «Детралекс» указывает на превосходство данного лекарственного препарата в сравнении с венотониками, поскольку «№ 1» подразумевает, что рекламируемый товар является первым из числа других однородных товаров, обладая более высокими достоинствами и преимуществом перед ними.

При использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые

указывают на превосходство товара перед товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны критерии, по которым осуществляется сравнение и которые обосновывают данное утверждение.

Текст сноски, в которой указывается критерий сравнения тонометров, выполнен мелким шрифтом, размещен на 1/6 площади кадра и демонстрируется в рекламном видеоролике в течении 3 секунд.

Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) текст с критериями, обосновывающими утверждение № 1, ввиду мелкого шрифта и короткого времени показа, в отличие от информации о первенстве венотоника «Детралекс» в мире, которая в рекламе приводится крупным шрифтом и на которой фиксируется внимание потребителей.

Формальное присутствие в рекламе критерия, по которому проводилось сравнение венотоников, не позволяет потребителю воспринимать поясняющие рекламное утверждение сведения и не может рассматриваться как их наличие, соответственно фактически потребители данную информацию не получали.

Вместе с тем информация о критериях сравнения венотоников является существенной для раскрытия смысла утверждения «Венотоник № 1 в мире!», однако форма предоставления данных сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

В случае, когда условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которой способно обмануть их ожидания, сформированные рекламой, формально присутствовали в рекламе, однако форма представления сведений такова, что данная информация не может быть воспринята потребителями, следует признавать, что данные сведения не были доведены для неопределённого круга лиц надлежащим образом, в связи с чем потребитель фактически не получил такую существенную информацию.

Соответственно, потребители не получают информацию о критериях сравнения, на основании которых утверждается о превосходстве лекарственного препарата «Детралекс» над другими венотониками, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение.

Использование сравнительной характеристики «Венотоник № 1 в мире!» в рекламе без указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, означает возможность проведения такого сравнения по любому критерию.

В рекламе отсутствуют критерии сравнения в виду невозможности восприятия поясняющей сноски, соответственно, невозможно установить обоснованность того, что лекарственный препарат «Детралекс» действительно является «№ 1» на рынке лекарственных препаратов — венотоников.

При данных обстоятельствах указание на превосходство лекарственного препарата «Детралекс» над иными находящимися в обороте венотониками является некорректным и вводит потребителей в заблуждение относительно такого превосходства.

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 частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Таким образом, в рекламе лекарственного препарата «Детралекс», распространявшейся в феврале — июле 2016 года в эфире телеканалов «ТВ-3 Россия», «Первый канал», «Россия 1», «Петербург — 5 канал», «ТВ-Центр-Москва», усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В рекламе сообщается «Благодаря микронизации 5 компонентов Детралекса быстрее действуют на причину, повышая венозный тонус, способствуя снятию отека, боли и тяжести в ногах. Детралекс. Максимум для здоровья ваших ног!».

Вместе с тем согласно пункту 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных средств не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

Таким образом, в рекламе лекарственного препарата «Детралекс», распространявшейся в феврале — июле 2016 года в эфире телеканалов «ТВ-3 Россия», «Первый канал», «Россия 1», «Петербург — 5 канал», «ТВ-Центр-Москва», усматриваются признаки нарушения пункта 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований части 2, 7 статьи 5, части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является АО «Сервье» (адрес: Павелецкая площадь, д. 2, стр. 3, г. Москва, 115054, ОГРН 1027700348961, ИНН 7710149544, КПП 770501001, дата регистрации: 23.10.2002).

На основании пункта 1 части 2 статьи 5, части 7 статьи 5, пункта 8 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 №508,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 3-5-1/00-08-17 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицом, участвующим в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о

рекламе:

АО «Сервье» (адрес: Павелецкая площадь, д. 2, стр. 3, г. Москва, 115054, ОГРН 1027700348961, ИНН 7710149544, КПП 770501001, дата регистрации: 23.10.2002).

Идентификатор

3. Назначить дело № 3-5-1/00-08-16 к рассмотрению на 28 февраля 2017 в 14 часов 00 минут по адресу: г. Москва, ул. Садовая-Кудринская, д. 11, каб. 413, т. 8(499) 755-23-23 (вн. 474).

4. АО «Сервье» надлежит в срок до 22 февраля 2017 года представить ФАС России следующие документы и материалы:

копии учредительных документов АО «Сервье» (устав, свидетельство о постановке на налоговый учёт, свидетельство ЕГРЮЛ и иные) с последующими изменениями;

копии документов, подтверждающих полномочия генерального директора;

копии разрешительных документов (регистрационного удостоверения, лицензии на производство и пр.) на лекарственный препарат «Детралекс»;

копии инструкции по применению лекарственного препарата «Детралекс»;

копии договоров, платежных поручений и иных финансовых документов, на основании которых распространялась реклама лекарственного препарата «Детралекс» на телеканалах «ТВ-3 Россия», «Первый канал», «Россия 1», «Петербург — 5 канал», «ТВ-Центр-Москва» в феврале — июле 2016 года;

копии рекламы (макеты, образцы и пр.) лекарственного препарата «Детралекс», распространявшейся на телеканалах «ТВ-3 Россия», «Первый канал», «Россия 1», «Петербург — 5 канал», «ТВ-Центр-Москва» в феврале — июле 2016 года;

письменные объяснения по существу предъявляемых претензий.

Все документы должны быть заверены подписью руководителя и печатью АО «Сервье».

Явка представителей АО «Сервье», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (для представителей организаций – подлинная доверенность на представление интересов организации, в том числе по делу № 3-5-1/00-08-17).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии представителей необходимо сообщить заранее.

