

РЕШЕНИЕ

по делу № 08/05/5-7/2022

29 марта 2022 г.

г. Москва

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

Заместитель Председателя Комиссии

Никитина Т.Е. - начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции,

Члены Комиссии:

<...>,

<...>,

<...>,

рассмотрев материалы о распространении рекламы лекарственного препарата «Терафлю» в эфире телеканала «Звезда» в ноябре 2021 года,

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

АО «ГлаксоСмитКляйн Хелскер» (адрес: 123112, г. Москва, Пресненская наб., д. 10, пом. III, ком. 9, эт. 6, ОГРН: 1027739007559, дата присвоения ОГРН: 22.07.2002, ИНН: 7703105112, КПП: 770301001) —<...> (доверенность № 38-Д/2022 от 09.03.2022),

УСТАНОВИЛА:

Реклама лекарственного препарата «Терафлю» распространялась в эфире телеканала «Звезда» в ноябре 2021 года.

1ый рекламный ролик:

В визуальном ряде демонстрируется девушка с симптомами простуды, которая принимает лекарственный препарат, завершается ролик демонстрацией упаковки препарата «Терафлю от гриппа и простуды» с утверждением «№ 1 в рекомендациях специалистов*».

В аудиоряде рекламы сообщается:

«Для меня грипп и простуда — это не просто плохое самочувствие. Дети

без присмотра, работа встала.

Лечитесь всерьез с первых симптомов. Терафлю содержит 4 активных компонента от 7 симптомов гриппа и простуды. Терафлю - № 1 в рекомендациях специалистов».

Утверждение «Терафлю № 1 в рекомендациях специалистов» раскрывается в сноске: «По результатам аудита ПромоТест™ базы данных «Система исследования рынка «Фармэксplorер» за июль 2020г. - июнь 2021 г., бренд Терафлю №1 в рекомендациях специалистов: более 8 тысяч респондентов в 21 крупнейшем городе РФ, в т.ч. в 15 городах-миллионниках, среди лекарственных средств, применяемых при кашле и простудных заболеваниях. Согласно социологическому исследованию ООО «Проксима Рисерч» за период с 07 июня по 09 июля 2021 г., 653 специалиста из 688 в 21 крупнейшем городе РФ рекомендовали Терафлю как: 1) Покупатели предпочитают (69%); 2) Хорошее соотношение цены и качества (59%); 3) Собственный опыт использования 56%. PM-RU-THRFI-21-00126».

В дисклеймере приводится предупреждение: «Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом».

2ой рекламный ролик:

В визуальном ряде демонстрируется молодой человек с перечислением симптомов простуды, который принимает лекарственный препарат, завершается ролик демонстрацией упаковки препарата «Терафлю от гриппа и простуды» с утверждением «№ 1 в рекомендациях специалистов*».

Визуальный ряд рекламы комментирует актер:

«При простудных заболеваниях даже принимая средства для борьбы с вирусами, важно облегчать симптомы. Ведущие эксперты рекомендуют симптоматическое лечение. Терафлю содержит 4 активных компонента и борется с 7 симптомами гриппа и простуды. Терафлю - № 1 в рекомендациях специалистов».

Утверждение «Терафлю № 1 в рекомендациях специалистов» раскрывается в сноске: «По результатам аудита ПромоТест™ базы данных «Система исследования рынка «Фармэксplorер» за июль 2020г. - июнь 2021 г., бренд Терафлю №1 в рекомендациях специалистов: более 8 тысяч респондентов в 21 крупнейшем городе РФ, в т.ч. в 15 городах-миллионниках, среди лекарственных средств, применяемых при кашле и

простудных заболеваниях. Согласно социологическому исследованию ООО «Проксима Рисерч» за период с 07 июня по 09 июля 2021 г., 653 специалиста из 688 в 21 крупнейшем городе РФ рекомендовали Терафлю как: 1) Покупатели предпочитают (69%); 2) Хорошее соотношение цены и качества (59%); 3) Собственный опыт использования 56%. ИМП препарата Терафлю от гриппа и простуды РУ П N012063/01 от 31.05.2011».

В дисклеймере приводится предупреждение: «Имеются противопоказания к применению. Необходимо проконсультироваться со специалистом».

Рекламные утверждения «Терафлю № 1 в рекомендациях специалистов» выражают преимущество лекарственного препарата «Терафлю» в сравнении с другими лекарственными препаратами, применяемыми при кашле и простудных заболеваниях.

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 лекарственных препаратов для борьбы с простудными заболеваниями, выполнен мелким шрифтом, размещен на около 10% площади кадра и демонстрируется в рекламном видеоролике в течение 3х секунд.

Форма и условия размещения рекламы не позволяют потребителям воспринять (прочитать) текст со сведениями о том, по каким свойствам и показаниям медицинские и фармацевтические работники выбирали и оценивали лекарственные препараты для применения при кашле и простудных заболеваниях, обосновывающих утверждение «№ 1 в рекомендациях специалистов», ввиду мелкого шрифта и короткого времени показа, в отличие от информации о первенстве лекарственного препарата «Терафлю», которая в рекламе приводится крупным шрифтом и на которой фиксируется внимание потребителей.

Вместе с тем приводимое в рекламе сравнение должно быть полным, основываться на сопоставимых критериях и позволять объективно оценить свойства товара.

В случае, когда сведения, являющиеся существенной информацией для потребителей, отсутствие которых 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 «Терафлю» над продукцией других производителей, что искажает смысл рекламы и вводит потребителей в заблуждение.

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.

АО «ГлаксоСмитКляйн Хелскер» в своих пояснениях указывает на то, что информация о критериях сравнения, на основании которых утверждается о превосходстве лекарственного препарата «Терафлю», указана в дисклеймере рекламного видеоролика, ключевые критерии сравнения были выделены цветом, отличным от цвета текста всего дисклеймера, дисклеймер не содержал в себе иной информации, не относящейся к раскрытию критериев сравнения.

Вместе с тем за время демонстрации дисклеймера, выполненного мелким шрифтом и содержащего большой объем информации, в течение 3 секунд потребители не успевают ознакомиться с информацией о критериях сравнения, на основании которых утверждается о превосходстве лекарственного препарата «Терафлю».

Таким образом, в рекламе лекарственного препарата «Терафлю», распространявшейся в эфире телеканала «Звезда» в ноябре 2021 года, усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 2, части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2, 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является АО «ГлаксоСмитКляйн

Хелскер» (адрес: Пресненская наб., д. 10, пом. III, ком. 9, эт. 6, г. Москва, 123112, ОГРН: 1027739007559, ИНН: 7703105112, КПП: 770301001, дата регистрации: 22.07.2002).

Руководствуясь пунктом 1 части 2, частью 7 статьи 5, пунктом 2 части 1 статьи 33, частями 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, нарушающей пункт 1 части 2, часть 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», рекламу лекарственного препарата «Терафлю», распространявшуюся в эфире телеканала «Звезда» в ноябре 2021 года, поскольку в рекламе приводится некорректное сравнение лекарственного препарата «Терафлю» с иными лекарственными препаратами для борьбы с простудными заболеваниями.

2. Выдать АО «ГлаксоСмитКляйн Хелскер» (адрес: Пресненская наб., д. 10, пом. III, ком. 9, эт. 6, г. Москва, 123112, ОГРН: 1027739007559, ИНН: 7703105112, КПП: 770301001, дата регистрации: 22.07.2002) 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 «ГлаксоСмитКляйн Хелскер».

Решение изготовлено в полном объеме 04 апреля 2022 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель Председателя Комиссии Т.Е. Никитина

Члены Комиссии: <...>

<...>

<...>