

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-24-17/00-08-17

11 мая 2017 г. г. Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...>,

в присутствии лиц, участвующих в деле: <...>;

УСТАНОВИЛА:

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

В рекламном ролике сообщается:

«У вас запор? Надоело ждать пока подействует обычное слабительное? Микроклизма Микролакс на основе натуральных компонентов действует только на саму проблему, помогая устранить запор всего за 15 минут. Микролакс. Быстро и мягко. Подходит детям с рождения и беременным женщинам».

На последнем кадре рекламного ролика размещено утверждение «Микролакс. Быстро и мягко», упаковка лекарственного средства «Микролакс», изображен циферблат с выделенной на нем первой четвертью часа и подписью 15 минут.

В соответствии с регистрационным удостоверением П № 011146/01 от 05.05.2010 «Микролакс» зарегистрирован в качестве лекарственного препарата.

В рекламе внимание потребителей фиксируется на утверждении «Микролакс. Быстро и мягко». Данное утверждение гарантирует быстрое положительное влияние лекарственного препарата «Микролакс» на течение болезни и его эффективность в устранении запора.

Согласно Толковому словарю живого великорусского языка В. Даля слово гарантия означает ручательство, поручительство, порука, обеспечение, заверение, слово гарантировать - в значении гарантировать что, обеспечить, ручаться, заверить, обезопасить, поручиться.

Согласно словарю (Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000) гарантия — это обеспечение осуществления, исполнения чего-л.; поручительство; то, что подтверждает осуществление, исполнение чего-л.

Слово быстро в русском языке может использоваться в значении предикатива, то есть части речи, используемой в качестве сказуемого и обозначающей процесс, состояние или качество, воспринимаемое как состояние. Синоним предикатива - категория состояния.

Слово «быстро» в значении предикатива применительно к действию препарата «Микролакс» на запор является качественной характеристикой действия препарата как очень быстрого.

Соответственно утверждение «Микролакс. Быстро и мягко» заверяет потребителей в том, что действие лекарственного препарата «Микролакс» наступит быстро, тем самым гарантируя положительное действие препарата и его эффективность в устранении запора.

При этом наделение лекарственного препарата свойством быстрого действия и эффективности не основано на принципах доказательной медицины.

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

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «Джонсон & Джонсон» (адрес: ул. Крылатская д. 17, стр. 2, г. Москва, 121614, ОГРН 1027725022940, ИНН 7725216105, КПП 773101001, дата регистрации: 23.12.2002).

На основании 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,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей, нарушающей пункт 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», рекламу лекарственного препарата «Микролакс», распространявшаяся в феврале — июле 2016 года в эфире телеканалов «ТВ-3 Россия», «Первый канал», «Россия 1», «Петербург — 5 канал», «ТВ-Центр-Москва», «Рен-ТВ», «Звезда», поскольку в рекламе гарантируется положительное действие и эффективность лекарственного препарата «Микролакс».

2. Выдать ООО «Джонсон & Джонсон» 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 ООО «Джонсон & Джонсон».

Решение изготовлено в полном объеме 31 мая 2017 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.