

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-24-47/00-08-14

26 мая 2015 г.

г. Москва

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

<...>,

рассмотрев дело № 3-24-47/00-08-14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения в сентябре-декабре 2013 года в учебных и медицинских заведениях рекламы лекарственного препарата «ДИМИА» посредством брошюры «Это должен знать каждый» Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья»,

в присутствии представителей лиц, участвующих в деле:

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

рекламодатель - ОАО «Гедеон Рихтер» г. Москва, имеющее представительство на территории РФ – не явился, уведомлен надлежащим образом;

рекламораспространитель - Общероссийская общественная организация «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» - <...> (доверенность б/н от 28.01.2015),

заявитель:

ЗАО «БАЙЕР» – не явился, уведомлен надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

21.052015 года в заседании Комиссии был объявлен перерыв до 26.052015.

В ФАС России поступило заявление ЗАО «БАЙЕР» с жалобой на распространение рекламы рецептурного лекарственного препарата «ДИМИА» в сентябре-декабре 2013 года в учебных и медицинских заведениях посредством брошюры «Это должен знать каждый» Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» Представительством ОАО «Гедеон Рихтер» (Венгрия) г. Москва.

ЗАО «БАЙЕР» сообщает, что распространение Брошюры осуществляется посредством передачи ее студентам медицинских вузов, беременным женщинам в рамках посещения ими различных школ будущих матерей, медицинским работникам, как в лечебных учреждениях, так и в ходе медицинских конференций, а также посредством размещения в больницах и поликлиниках на стойках и столах с открытым доступом для пациентов. В частности, о факте такого распространения свидетельствует фотография Брошюры, обнаруженной на столике в зоне ожидания пациенток Женской консультации Городской клинической больницы № 6, расположенной по адресу: Челябинск, ул. Электростальская, 39, тел. +7(351)721-68-33. Фото сделано сотрудниками ЗАО «БАЙЕР» в ноябре 2013 года. Также ЗАО «БАЙЕР» предоставило письменное свидетельство студентки Российского экономического университета (филиал г. Омск) о вручении ей и другим студентам



Брошюры 10 октября 2013 года представителем ОАО «Гедеон Рихтер» на лекции, в которой рассказывалось о СПИДе, заболеваниях, передающихся половым путем, и контрацепции.

На титульном листе Брошюры указана отметка о ее предназначении для медицинских работников, однако, по своему содержанию, формату и стилю она не соответствует признакам материала, предназначенного для медицинских работников. Доказательством этого может послужить содержащиеся в Брошюре обращения к аудитории молодых людей, студентов с использованием, помимо прочих, таких неофициальных форм, как обращения «ты» и «тебе». В частности, на странице 2 содержится следующая фраза «Эта образовательная программа могла обойти ваше учебное заведение, лектор мог заболеть, или водитель мог вовремя привезти эти буклеты вам, ты мог не взять его у лектора или выкинуть, не читая...». Кроме того, Брошюра выпущена под заголовком «Это должен знать каждый», что свидетельствует о предназначении Брошюры для широкой аудитории.

Таким образом, Брошюра адресована широкой аудитории, в том числе студентам, и распространялась в учебных и медицинских учреждениях в открытом доступе.

При этом в Брошюре на странице 18 размещена реклама лекарственного препарата «ДИМИА» под заголовком «24+4 «ДИМИА» 20 мкг этинилэстрадиола и 3 мг дроспиренона. Сгладить гормональные колебания» с изображением упаковки и описанием свойств препарата. В левом углу страницы расположен товарный знак «ГЕДЕОН РИХТЕР», а также надпись «реклама» мелким белым шрифтом.

Данная реклама сопровождается рекламной статьей под заголовком «Молодежная гормональная контрацепция», содержащая сведения о препарате, направленные на привлечение внимания к данному препарату, формированию или поддержанию интереса к нему и продвижение его на рынке. В частности, данная статья содержит утверждение, что препарат способствует значительному улучшению состояния кожи, уменьшая ее сальность и сокращая угревую сыпь, а также эффективно борется с избыточным ростом лишних волос на лице и теле.

Вместе с тем препарат «ДИМИДА» является рецептурным лекарственным средством, что подтверждается инструкцией по его применению, размещенной на сайте Государственного реестра лекарственных средств <http://grls.rosminzdrav.ru>.

В соответствии с частью 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

Норма части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» устанавливает, что реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их

применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Соответствующее предупреждение в Брошюре отсутствует, при этом данная реклама распространяется среди неограниченного круга лиц.

Кроме того, утвержденная в установленном порядке инструкция по медицинскому применению лекарственного средства «ДИМИА» содержит в качестве единственного показания к применению контрацепции. Вместе с тем в рекламной статье под заголовком «Молодежная гормональная контрацепция» сообщается, что данный препарат усиливает косметические эффекты, способствует значительному улучшению состояния кожи, уменьшая ее сальность и сокращая угревую сыпь. Соответственно, указанный препарат позиционируется в рекламе как оказывающий положительное влияние на состояние кожи и волос. Однако инструкция по медицинскому применению данного препарата не содержит таких показаний.

Согласно части 6 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках, в том числе о способах применения и использования лекарственных препаратов и медицинских изделий допускается только в пределах показаний, содержащихся в утвержденных в установленном порядке инструкциях по применению и использованию таких объектов рекламирования.

Таким образом, в распространившейся в сентябре-декабре 2013 года рекламе лекарственного препарата «ДИМИА» посредством брошюры «Это должен знать каждый» Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» усматриваются признаки нарушения частей 6, 7, 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 24 настоящего Федерального закона.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 7-9 статьи 24 настоящего Федерального закона.

Согласно представленной ОАО «Гедеон Рихтер» информации общество заключило договор №301/12-243 от 30.11.12 (приложение 3) с Общероссийской общественной организацией «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» на работы в области распространения рекламной информации о продуктах компании ОАО «Гедеон Рихтер» в рамках цикла лекций для врачей в течение 2013 года. Работа предусматривает включение информации о продукции ОАО «Гедеон Рихтер» в буклет Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» «Это должен знать каждый» для последующего распространения среди врачей общим тиражом 400000 экземпляров (основной тираж 100000 экземпляров и дополнительный тираж 300000 экземпляров).

Согласно Приложению 1 к договору № 9 от 30.04.2013., заключенному между Общероссийской общественной организацией «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» и ООО «МедИнформБюро», брошюра «Это должен знать каждый» отпечатана тиражом 235000 экземпляров.

Следовательно, рекламодателем рекламы является ОАО «Гедеон Рихтер» (Венгрия) г. Москва, имеющее представительство на территории Российской Федерации (адрес: 4-1 Добрынинский пер., д. 8, г. Москва, 121614, свидетельство о регистрации Представительства в свободном государственном реестре №8469.4, ИНН 9909026348, ОКПО 18976032).

Рекламораспространителем рекламы является Общероссийская общественная организация «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» (адрес: Малый Казенный пер., д. 5, корп. 5, г. Москва, 105164, ОГРН 1097799010231, ИНН 7709442851, КПП 770901001, дата регистрации: 18.06.2009).

На основании части 6-8 статьи 24 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 Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу лекарственного препарата «ДИМИА», распространявшуюся в сентябре-декабре 2013 года в учебных и медицинских заведениях посредством брошюры «Это должен знать каждый», нарушающей пункт 6 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе сообщаются показания к применению, не предусмотренные инструкцией по применению рецептурного лекарственного препарата.

2. Признать ненадлежащей рекламу лекарственного препарата «ДИМИА», распространявшуюся в сентябре-декабре 2013 года в учебных и медицинских заведениях посредством брошюры «Это должен знать каждый», нарушающей пункт 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», поскольку в рекламе отсутствует предупреждение, предусмотренные данной нормой.

3. Признать действия Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» нарушением пункта 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», выразившимся в распространении рекламы лекарственного препарата «ДИМИА» вне мест, предусмотренных данной нормой.

4. Выдать ОАО «Гедеон Рихтер» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

5. Выдать Общероссийской общественной организации «Всероссийское общество развития школьной и университетской медицины и здоровья» предписание о прекращении нарушения частей 7, 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

6. Не передавать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в связи с истечением срока давности привлечения к административной ответственности.

Решение изготовлено в полном объеме 29 мая 2015 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198

Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.