

Реклама лекарства Гинкоум нарушала закон гарантией положительного эффекта

26 марта 2019, 18:04

ЗАО «Эвалар» выдано предписание о прекращении нарушения

Сегодня, 26 марта 2019 года, Комиссия ФАС России признала ЗАО «Эвалар» как рекламодателя виновным в нарушении требований Закона о рекламе[1].

В антимонопольное ведомство с жалобой на контекстную рекламу лекарственного препарата «Гинкоум», распространяемую посредством сервиса «Яндекс.Директ», обратился гражданин. В тексте рекламы было сказано:

«Лекарство Гинкоум от Эвалар — Дешевле аналогов <...> Устраняет головную боль, головокружение, шум в ушах...».

Гарантия положительного действия и эффективности, которая присутствует в спорной рекламе, нарушает запрет, установленный Законом о рекламе, на основании чего ФАС России признала рекламу ненадлежащей.

ЗАО «Эвалар» предписано прекратить нарушение Закона о рекламе. Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении для назначения штрафа. Штраф за подобные правонарушения составляет от 200 тыс. до 500 тыс. рублей.

«Реклама лекарств не может и не должна содержать гарантий действия и эффективности. При содействии ФАС России в ноябре 2018 года фармацевтическими производителями и маркетинговыми агентствами были подписаны Рекомендации по соблюдению законодательства о рекламе безрецептурных лекарственных средств. В связи с этим в последнее время число спорной рекламы лексредств стало значительно меньше, однако, она все еще встречается», – отметила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина.

Справка

В соответствии с регистрационным удостоверением № ЛСР-001576/08 от 14.03.2008 препарат «Гинкоум» (40 мг) зарегистрирован в качестве лекарственного препарата.

В соответствии с регистрационным удостоверением № ЛП-002528 от 08.07.2014 препарат «Гинкоум» (80 мг) зарегистрирован в качестве лекарственного препарата.

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.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель

несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Штраф за подобные правонарушения составляет от 200 тыс. до 500 тыс. рублей.

В соответствии с частью 5 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

[1] пункта 8 части 1 статьи 24