

Реклама препарата «Канефрон Н» нарушает закон

31 августа 2020, 09:20

В рекламных листовках, распространяемых производителем лекарственного средства, содержались сведения, не указанные в инструкции по применению препарата, и гарантирующие его положительное действие

С жалобой на спорную рекламу лекарственного препарата «Канефрон Н» производства ООО «Бионорика», распространявшуюся на медицинских конференциях в сентябре 2019 года, в ФАС России обратился гражданин.

На одних рекламных листовках утверждалось, что лекарство применяется для лечения острых рецидивирующих инфекций мочевыводящих путей, мочекаменной болезни и профилактики этих заболеваний. При этом такой информации нет в инструкции по применению лекарственного препарата, а значит, реклама нарушает требования Закона о рекламе[1].

В других рекламных листовках указывалось на то, что «Канефрон Н» эффективно снижает выраженность симптомов инфекции, что свидетельствует о гарантии положительного действия лекарственного препарата. Использование подобной информации также противоречит нормам Закона о рекламе[2].

На основании выявленных фактов Комиссия ФАС России признала рекламу лекарственного препарата «Канефрон Н» нарушающей требования Закон о рекламе.

«Как известно, применение лекарственных препаратов должно осуществляться строго в соответствии с инструкцией. То же правило распространяется и на рекламу лекарств: сведения о свойствах и характеристиках препаратов допускается только в пределах показаний инструкции, – пояснила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина. – Теперь производителю препарата грозит административный штраф от 200 до 500 тысяч рублей».

Справка:

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.

В соответствии с пунктом 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.

[1] части 6 статьи 24

[2] пункта 8 части 1 статьи 24