

# «Гугл» нарушил требования закона к рекламе лекарств

24 июня 2014, 16:15

Рекламу лекарственных препаратов Кагоцел, Иммунал и Иммунал плюс С, Генферон Лайт спрей, распространяемую ООО «Гугл» в поисковой системе Google, Комиссия ФАС России признала нарушающей требования пункта 15 часть 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку в ней отсутствуют установленные законом предупреждения. А именно: предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, о необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Препараты Кагоцел, Иммунал и Иммунал плюс С, Генферон Лайт спрей на территории Российской Федерации зарегистрированы в установленном порядке в качестве лекарственных средств.

ООО «Гугл» как рекламодателю этой рекламы на территории Российской Федерации предписано прекратить ее дальнейшее распространение, готовятся материалы для возбуждения дела об административном правонарушении с целью определения размера штрафа.

В ФАС России с обращением о распространении в поисковой системе Google рекламы упомянутых лекарств в отсутствие предупреждения о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, обратился гражданин.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» 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. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований,

установленных частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

*В 2013 году антимонопольные органы рассмотрели более 11 тысяч заявлений о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. Наибольшее число нарушений были связаны с распространением рекламы лекарственных средств, медицинских услуг и БАД – 21,38% всех нарушений (при этом этот показатель существенно вырос по сравнению с 2012 годом, когда он составлял 12,57% всех нарушений).*