

# Реклама препарата «Дифлюкан» компании «Пфайзер Интернэшнл ЭлЭлСи» нарушает нормы закона о рекламе

13 сентября 2010, 12:33

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) 30 августа 2010 года признала компанию «Пфайзер Интернэшнл ЭлЭлСи» (США, ) имеющую Представительство на территории Российской Федерации, нарушившей пункт 1 части 3 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» по факту распространения рекламы лекарственного средства "Дифлюкан".

Дело по признакам нарушения законодательства о рекламе ФАС России возбудила по обращению ОАО «ФАРМСТАНДАРТ» с указанием на рекламу препарата «Дифлюкан» производства компании «Пфайзер Интернэшнл ЭлЭлСи», в которой сообщается, что эффективность Дифлюкана в 2-4 раза выше дженериков». Рекламные листовки с заголовками «Дифлюкан – один!» и «Дифлюкан. Один момент – и молочницы нет» распространялись в течение 2009 года в аптеках и медицинских учреждениях Ярославской, Ивановской и Пензенской областях.

В обеих рекламных брошюрах представлена диаграмма, показывающая эффективность препарата «Дифлюкан», а именно: приведенные в рекламных листовках сведения указывают на превосходство препарата «Дифлюкан» в сравнении с препаратом «Флюкостат» и иными дженериками по показателям эффективности. Между тем лекарственные препараты «Дифлюкан» и «Флюкостат» имеют одинаковое Международное непатентованное наименование (МНН): флуконазол, действующее и вспомогательные вещества, лекарственная форма, способы применения и дозы.

Согласно выводам отчета ПЛ ЛС РАМН, **оба лекарственных препарата являются биоэквивалентными**, так как обеспечивают одинаковую биодоступность лекарственного средства. Таким образом, рекламные утверждения о преимуществе препарата «Дифлюкан» по показателям эффективности в сравнении с воспроизведенным препаратом «Флюкостат» не соответствуют действительности, что является нарушением ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуется другими продавцами.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 Закона «О рекламе». В данном случае рекламодатель - компания «Пфайзер Интернэшнл ЭлЭлСи» (США, ) имеющую Представительство на территории Российской Федерации.

На основании пункта 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ФАС России признала ненадлежащей рекламу препарата «Дифлюкан» с использованием выражения «Эффективность Дифлюкана в 2-4 раза выше дженериков», распространявшуюся в течение 2009 года посредством рекламных листовок под заголовками «Дифлюкан – один!» и «Дифлюкан. Один момент – и молочницы нет» в аптеках и медицинских учреждениях на территории РФ.

По факту нарушения Комиссия ФАС России предписала компании «Пфайзер Интернэшнл ЭлЭлСи» (США) устранить нарушения законодательства о рекламе.

**Справочно:** Исследование **биоэквивалентности лекарственного препарата** - вид клинического исследования лекарственного препарата, проведение которого осуществляется для определения скорости всасывания и выведения фармацевтической субстанции, количества фармацевтической субстанции, достигающего системного кровотока, и результаты которого позволяют сделать вывод о биоэквивалентности воспроизведенного лекарственного препарата в определенных лекарственной форме и дозировке соответствующему оригинальному лекарственному препарату.

*В 2009 году Федеральная антимонопольная служба пресекла более 8 тысяч нарушений Федерального закона «О рекламе».*