

Андрей Кашеваров: необходимо выработать общие стандарты использования слов «быстро» и «долго» в рекламе лекарств

26 сентября 2017, 17:45

Эксперты усмотрели признаки нарушения закона в рекламе «Быструм-геля», «Стрепсилс плюс» и «Ибуклина», и не нашли обценную лексику в рекламе «Ольги»

25 сентября в Федеральной антимонопольной службе (ФАС России) состоялось совместное заседание Экспертных советов при ведомстве по применению законодательства о рекламе, законодательства о недобросовестной конкуренции и по развитию конкуренции в социальной сфере и здравоохранении.

В рекламе лекарственных препаратов «Фастум-гель», «Амиксин», «Имодиум», «ИРС 19», и «Имудон» эксперты не усмотрели признаков нарушения Закона о рекламе, но нашли их в рекламе «Быструм-геля», «Стрепсилс плюс» и «Ибуклина». Напомним, что решения экспертов, принятые в результате голосования, носят рекомендательный характер к возбуждению дел по признакам нарушений рекламного законодательства.

Подводя итоги дискуссии и голосования, председатель Экспертных советов, заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров отметил: «Наша главная цель: создать равные конкурентные условия для всех участников рынка. Поэтому необходимо выработать общие стандарты использования слов «быстро» и «долго» в рекламе лекарственных препаратов, которым должны следовать сообщества фармацевтической индустрии и рекламной отрасли. И важно при этом, - подчеркнул он, - не создавать впечатление о гарантии излечения».

Об опасности введения потребителей в заблуждение ненадлежащей, недостоверной рекламой лекарств в свою очередь предупредил начальник Управления контроля социальной сферы и торговли антимонопольного ведомства Тимофей Нижегородцев: «Мы должны проработать с Министерством здравоохранения, в каких случаях и при каких обстоятельствах недопустимо использовать слово «быстро» в рекламе, потому что есть такие состояния, которые схожи с развитием тяжелых клинических случаев, как, например, острая боль за грудиной – частый синдром инфаркта миокарда. Человек без медицинского образования не может самостоятельно идентифицировать свое состояние и понять, достаточно ли самостоятельно принять лекарство, или необходимо срочно обратиться к врачу».

Экспертный совет по рекламе не обнаружил нецензурных выражений, ненормативной лексики или сквернословия в рекламе сериала «Ольга», который транслируется телеканалом ТНТ, а эксперты Совета по применению законодательства о недобросовестной конкуренции установили наличие признаков смешения между упаковками баточников «Феррогематоген» (производитель АО «Фармстандарт») и «Ferrum Гематоген» (ООО ПК «Фарм-про»).

