

Реклама Гексорала нарушила сразу несколько пунктов Закона о рекламе

05 марта 2019, 17:05

В ней присутствуют некорректное сравнение, введение потребителей в заблуждение, а также гарантия положительного действия

4 марта 2019 года Комиссия ФАС России признала ООО «Джонсон & Джонсон» виновным в нарушении Закона о рекламе. В октябре 2018 года в эфире ряда телеканалов (ТВ-3, Первый канал, СТС) компания распространяла ненадлежащий рекламный ролик лекарственного препарата «Гексорал».

В рекламе используется утверждение «Гексорал. Болезнетушитель № 1», и в это же время на экране всплывает сноска, занимающая 2% площади всего кадра, в которой сообщается: «Спрей «Гексорал». «В линейке Гексорал по продажам в шт., за 01-06.2018 г. по данным ООО «АЙКЬЮВИА Солюшнс».

При использовании в рекламе каких-либо сравнительных характеристик, которые указывают на превосходство товара перед товарами иных производителей («лучший», «№1» и пр.), должны быть указаны критерии, по которым осуществляется сравнение и которые обосновывают данное утверждение.

Однако сноска, выполненная мелким шрифтом, размещенная на незначительной площади кадра и демонстрирующаяся лишь 3 секунды, не позволяет потребителям воспринять содержащуюся в ней информацию. А значит, фактически в рекламе отсутствует. При этом информация о первенстве «Гексорала» приводится в рекламе крупным шрифтом, на ней фиксируется внимание потребителей.

Поэтому указание на его превосходство над другими препаратами является некорректным и вводит потребителей в заблуждение относительно такого превосходства, что нарушает Закон о рекламе[1].

Из рекламы также следует, что боль в горле, возникшая у ее героев, устраняется после применения лекарственного препарата. Так один из героев ролика утверждает: «Хотел, чтобы все болели, но оказался Гексорал сильнее!». Подобное заверение потребителей в эффективности препарата и гарантия его положительного действия в лечении нарушают требования закона [2].

ООО «Джонсон & Джонсон» выдано предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении[3].

Справка:

В соответствии с регистрационным удостоверением П N014010/01 от 10.08.2010 аэрозоль для местного применения «Гексорал» зарегистрирован в качестве лекарственного

препарата. Согласно инструкции по медицинскому применению лекарственного препарата «Гексорал» одним из показаний к применению являются воспалительные и инфекционные заболевания полости рта и глотки.

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 пунктом 1 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

[1] пункт 1 части 2 статьи 5 и часть 7 статьи 5

[2] пункта 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе

[3] В соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об

Административных правонарушений