

Реклама лекарственного препарата «Терафлю» признана ненадлежащей

14 апреля 2021, 13:33

Приведённое в рекламе сравнение «Терафлю» с другими лекарственными препаратами, применяемыми при кашле и простудных заболеваниях, является некорректным

Комиссия ФАС выявила в рекламных роликах лекарственного препарата «Терафлю», распространявшихся в эфире телеканала «Звезда» в январе 2021 года, нарушения Закона о рекламе. Из рекламного сообщения следует, что «Терафлю» препарат №1 в рекомендациях специалистов.

Согласно закону приводимое в рекламе сравнение должно быть полным, основываться на сопоставимых критериях и позволять объективно оценить свойства товара. Исползованное в рекламе сравнение «Терафлю» с другими лекарственными препаратами, основанное на рекомендациях специалистов, носит субъективный характер и не позволяет объективно оценить свойства препарата. При данных обстоятельствах, приведённое в рекламе сравнение «Терафлю» с другими лекарствами, применяемыми при кашле и простудных заболеваниях, является некорректным.

Кроме того, визуальный ряд рекламы демонстрирует эффект полного выздоровления в результате применения препарата «Терафлю» у человека с симптомами заболевания.

Согласно пункту 8 части 1 статьи 24 Закона о рекламе – реклама лекарственных средств не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

ФАС выдала предписание АО «ГлаксоСмитКляйн Хелскер» об устранении нарушений и возбудила дело об административном правонарушении. Компании грозит штраф от 200 до 500 тысяч рублей.

Справка:

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.

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

Согласно постановлению Пленума ВАС РФ от 8 октября 2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее — постановление Пленума ВАС РФ) суды должны учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускаются сравнение,

основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 5, пунктом 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».