

Рекламные утверждения о лекарстве «Бронхикум» некорректны и недостоверны

06 марта 2015, 14:17

Рекламу лекарственного препарата «Бронхикум», распространявшуюся в эфире ряда телеканалов, Комиссия ФАС России признала ненадлежащей, поскольку рекламные утверждения в видеороликах «Бронхикум помогает быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически» и «Бронхикум в два раза быстрее даже при сильном кашле. Доказано клинически», основанные на сравнении с плацебо, некорректны и недостоверны. К тому же эти утверждения создают не соответствующее действительности представление о преимуществах препарата «Бронхикум» путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации, и искажают смысл рекламы и вводят потребителя в заблуждение относительно терапевтической ценности лекарственного препарата Бронхикум. Приведенное в рекламе сравнение и указание на преимущество препарата «Бронхикум» перед находящимися в обороте товарами других производителей, подытожила Комиссия ведомства, основано на недостоверных сведениях о показателях эффективности именно этого препарата, и соответственно, является некорректным и недостоверным. Рекламодателю ненадлежащей рекламы - ЗАО «Санофи Россия» - выдано предписание о прекращении нарушения.

С претензиями к рекламе лекарственного препарата «Бронхикум», распространявшейся в сентябре и октябре 2014 года в эфире телеканалов «Первый канал», «Россия-1» «ТНТ», «Пятница», «Домашний и пр. в ФАС России обратилось ЗАО «Сандоз».

Вместе с тем подтверждение преимущества препарата «Бронхикум» перед другими препаратами от кашля по показателям эффективности и скорости действия отсутствует. Сравнение с плацебо или плацебо-эффектом по факту является сравнением с «отсутствием какого-либо эффекта», а именно «ничем». Плацебо не является средством лечения кашля, в силу чего какое-либо терапевтическое действие, в том числе терапевтические характеристики у плацебо отсутствуют. В этом связи сравнение терапевтических свойств лекарственных препаратов и плацебо лишено какого-либо смысла и является некорректным, поскольку свойства данных препаратов не сопоставимы, и любые утверждения о преимуществах терапевтического действия лекарственного средства по сравнению с плацебо не соответствуют действительности.

Согласно протоколу заседания Ассоциации международных фармацевтических производителей (АИМ) от 11 апреля 2014 года утверждение о скорости действия лекарственного препарата «Бронхикум» в сравнении с плацебо («Бронхикум позволяет в 2 раза быстрее освободиться даже от сильного кашля», «В 2 раза быстрее даже при сильном кашле») является нарушением принципов добросовестного поведения на фармацевтическом рынке и ориентированности на соблюдение норм российского законодательства.

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 пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «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.