

## **РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 149 -2020**

Жалоба рассмотрена 13 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 15.01.2021-19.01.2021.

### **Описание рекламного продукта**

Рекламная статья, размещенная в газете «Секреты здоровья» от 01.12.2020, про капли «Интер-альфа», заголовок статьи следующего содержания: «Минздрав России рекомендует ежедневно использовать интерферон альфа для профилактики COVID-19 ИНТЕР-АЛЬФА».

### **Суть запроса**

В адрес СРО поступила прямая жалоба потребителя относительно размещения вышеуказанной рекламной информации.

По мнению заявителя «это заведомо ложная информация, спекуляция на пандемии». Потребитель просит прекратить распространение данной рекламы.

### **Отклик**

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

### **Оценка экспертов**

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращений потребителей, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1. Вводит ли в заблуждение потребителя информация в данной рекламе?*

Эксперты единогласно ответили ДА.

*Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения ст. 5 Федерального закона «О рекламе» (или иных статей данного закона)?*

Эксперты единогласно ответили ДА.

*Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили ДА.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Информация, содержащаяся в рекламе данного продукта, абсолютно не отвечает критериям добросовестности и достоверности. При этом данная реклама формирует у потребителей заведомо неверное представление как о категории рекламируемого товара (не лекарственный препарат, не БАД, а косметическое средство, обладающее терапевтическими и профилактическими свойствами, по мнению рекламодателя), так и о его назначении и потребительских свойствах. Утвержденные Минздравом России «Временные методические рекомендации "Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции (COVID-19). Версия 9 (26.10.2020)"», на которые есть отсылка в рекламе, действительно содержат в том числе информацию по возможному использованию интерферон-альфа. При этом в них речь идет исключительно о зарегистрированных в РФ лекарственных препаратах.

Таким образом, реклама данного продукта содержит признаки недобросовестной и недостоверной рекламы, запрет которой установлен статьей 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», а именно: п. 3 ч. 2 (недобросовестной признается реклама, которая представляет собой рекламу товара, реклама которого ... осуществляется под видом рекламы другого товара,...); п. 2 ч. 3 (недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах,...); п. 2 ч. 5 (в рекламе не допускаются указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами); п. 6 ч. 5 (указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий); ч. 7 (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); п. 10 ч. 3 (недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими или юридическими лицами).

Рекламодатель осуществил в своей рекламной публикации подмену двух названий - название иммуномодулирующего препарата «интерферон альфа 2b», используемого для лечения гриппа (в составе комплексной терапии) и ОРВИ, согласно методическим

рекомендациями Минздрава, и средства косметического по уходу за кожей «Inter Альфа», в состав которого входят экстракты алоэ, эхинацеи, бузины, интерферон альфа и др. Последний в соответствии с сертификатом, размещенным в сети, является косметическим средством по уходу за кожей (по декларации о соответствии ЕАЭС, на которую ссылается спорная реклама, продукт «Inter Альфа» является косметическим средством и соответствует Техническому регламенту Таможенного союза «О безопасности парфюмерно-косметической продукции»).

При этом заголовок публикации «Минздрав России рекомендует ежедневно использовать интерферон альфа для профилактики COVID-19 ИНТЕР-АЛЬФА" (последнее выделено крупным шрифтом и выполнено синим цветом) создает впечатление, что это один и тот же препарат, только ИНТЕР-АЛЬФА является его сокращенным наименованием интерферона альфа. Более того, не соответствует методическим рекомендациям и заявление о том, что Минздрав рекомендует использовать интерферон альфа для профилактики COVID-19. В рекомендациях указано, в связи с недостаточной изученностью патогенеза COVID-19 и отсутствием экспериментальных и клинических данных о влиянии иммуномодулирующей терапии на течение этого инфекционного заболевания, в настоящий момент к ее назначению следует относиться очень осторожно. С учетом изложенного, в рекламной публикации содержатся признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно п. 4 ч. 2 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» данная реклама является ненадлежащей в силу своей недобросовестности, так как это акт недобросовестной конкуренции. Согласно ч.1 ст. 14.2. Федерального закона от 26.07.2006 N135-ФЗ «О защите конкуренции»: не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей. Данный объект рекламирования не является лекарственным средством и даже БАДом, а косметическим средством, следовательно о нарушении норм ст. 25 Закона «О рекламе» речи не идет, но в соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» данная реклама является также ненадлежащей в силу недостоверности, поскольку «содержит не соответствующие действительности сведения».

### **Особое мнение**

Особых мнений не поступило.

## Решение

1. Выявлены нарушения п. 3, 4 ч. 2; п. 1, 2, 10 ч. 3; п. 2, 6 ч. 5; ч. 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выявлены нарушения, изложенные в ст. 1 “Основные принципы”, ст. 2 “Достоверность”, ст. 3 “Добросовестность”, ст. 6 “Использование научных, технических и иных данных и терминологий” Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в ст. 1 “Базовые принципы”, ст. 4 “Честность”, ст. 5 “Достоверность”, ст. 6 “Обоснованность”, ст. 9 “Использование технических/научных данных и терминологий” Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

3. Проинформировать рекламодателя и рекламодателя о принятом решении и предложить прекратить распространение данной рекламы.

4. В случае отказа или отсутствия ответа рекламодателя направить экспертное решение в Управление федеральной антимонопольной службы России по месту регистрации юридического лица для принятия мер к рекламодателю, в соответствии с законодательством о рекламе РФ.

