



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РЕКОМЕНДАЦІЇ

12 листопада 2020 р.

Київ

№ 55-рк

Про припинення дій,
що містять ознаки порушення
законодавства про захист
від недобросовісної конкуренції

Антимонопольний комітет України (далі – Комітет), розглянувши матеріали дослідження та подання Управління розслідувань недобросовісної конкуренції від 09.11.2020 № 127-01/454-п,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ РЕКОМЕНДАЦІЙ

(1) Дії суб'єкта господарювання, що містять ознаки порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, під час рекламування лікарських засобів «ГЕКСОРАЛ®» (далі – Засіб 1) та «МОТИЛІГАС®» (далі – Засіб 2).

2. СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРЮВАННЯ, ЯКОМУ НАДАЮТЬСЯ РЕКОМЕНДАЦІЇ

(2) Товариство з обмеженою відповідальністю «Джонсон і Джонсон Україна» (далі – Товариство) (ідентифікаційний код юридичної особи 35893512).

(3) Одним з основних видів діяльності Товариства, згідно з класифікацією видів економічної діяльності, зокрема, є оптова торгівля парфумними та косметичними товарами (код КВЕД 46.45). Також Товариство здійснює оптову торгівлю фармацевтичними товарами (код КВЕД 46.46).

(4) Тобто, Товариство, у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», є суб'єктом господарювання.

3. ОБСТАВИНИ

(5) Антимонопольний комітет України (далі – Комітет) на підставі частини першої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» здійснює контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції у сфері реклами лікарських засобів.

(6) Так, на підставі доручення Голови Комітету від 28.01.2020 № 13-01/79/ДУ здійснюється моніторинг з метою виявлення та припинення недобросовісних практик у сфері реклами лікарських засобів, біологічно активних добавок, лікувальних процедур, антисептичних засобів.

3.1. Щодо Засобу 1

(7) У ході вказаного контролю виявлено поширення на телебаченні та на вебсайті¹ Товариства рекламного ролика лікарського засобу «ГЕКСОРАЛ®».

¹ <https://www.jnjconsumer.com.ua/>

- (8) Так, на вебсайті Товариством розміщено таку інформацію про лікарський засіб «ГЕКСОРАЛ®»:



Фотокопія 1

- (9) На телебаченні поширюються рекламні ролики (різного хронометражу) лікарського засобу «ГЕКСОРАЛ®»:



Фотокопія 2



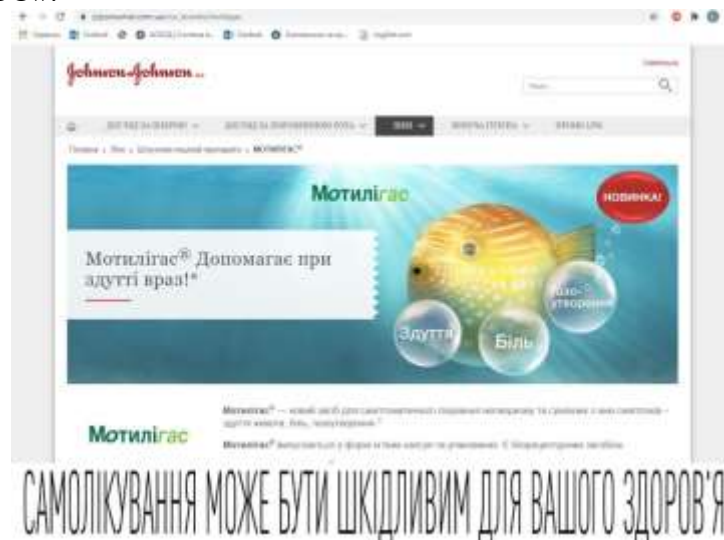
Фотокопія 3

- (10) Вказаний лікарський засіб відповідно до рекламного ролика позиціонується як засіб, що застосовується при болях у горлі.
- (11) Згідно з інструкцією для медичного застосування цього лікарського засобу, він належить до фармакотерапевтичної групи: Засоби для застосування у стоматології. Протимікробні та антисептичні засоби для місцевого застосування.
- (12) В одному з рекламних роликів лікарського засобу «ГЕКСОРАЛ®» та на вебсайті Товариства виявлено, зокрема, таку інформацію: «знищує до 99% вірусів», «Сприяє полегшенню болю в горлі з 1-го застосування» та «Усуває біль у горлі з 1-го застосування».
- (13) Також наведена інформація подана в аудіосупроводі цього ролика.

- (14) Відповідно до інструкції вказаного лікарського засобу, його показаннями до застосування є: тонзиліт, фарингіт, ларингіт, глосит; запалення горла – як допоміжний лікарський засіб; перед- та післяопераційне лікування; ушкодження ротової порожнини та тонзилектомія глотки, гінгивіт, кровоточивість ясен, стоматит, виразки ротової порожнини, запалення зубних лунок, неприємний запах з рота. Для гігієни ротової порожнини при серйозних захворюваннях.
- (15) Також, згідно із інструкцією лікарський засіб «ГЕКСОРАЛ®»: «...Має антибактеріальний і протигрибковий ефект щодо широкого спектра патогенних мікроорганізмів, відповідальних за ротоглоткові інфекції...»
- (16) Тобто, твердження «знищує до 99% вірусів» вказує на здатність вказаного засобу до знищення до 99% (невизначеної кількості) різновидів вірусів.
- (17) При цьому вказаний засіб не є противірусним, а має антибактеріальний і протигрибковий ефект у ротовій порожнині.
- (18) Зважаючи на зазначену невідповідність, вказана інформація містить ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції у вигляді поширення неточної інформації.
- (19) Також слід наголосити, що в інструкції зазначено: «...Відсутні клінічні дані щодо фармакокінетики гексетидину у людей...»
- (20) З наявної у Комітеті інформації, фармакокінетика – це розділ фармакологічної науки, що вивчає процеси поглинання, розподілу, метаболізму та екскреції лікарських засобів в організмі людини і тварин у часі.
- (21) Тобто, до фармакокінетики належить, зокрема, визначення дозування діючої речовини, яка забезпечує її необхідну концентрацію в організмі для досягнення відповідного лікувального ефекту.
- (22) Отже, зважаючи на відсутність відповідної інформації в інструкції для медичного застосування лікарського засобу «ГЕКСОРАЛ®» щодо дії діючої речовини, зокрема, інформації щодо часових проміжків його дії, твердження «Сприяє полегшенню болю в горлі з 1-го застосування» та «Усуває біль у горлі з 1-го застосування», такі дії також містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції у вигляді поширення неповної інформації.
- (23) Вказані рекламні ролики (різного хронометражу) трансливались на телеканалах України в різні періоди 2019 та 2020 років.
- (24) Крім того, інформацію про швидкість дії вказаного лікарського засобу на 09.11.2020 також розміщено на вебсайті Товариства.

3.2. Щодо Засобу 2:

- (25) У ході вказаного контролю виявлено поширення на телебаченні та на вебсайті Товариства рекламного ролика лікарського засобу «МОТИЛІГАС®».
- (26) Так, на вебсайті Товариством розміщено таку інформацію про лікарський засіб «МОТИЛІГАС®»:



Фотокопія 4

- (27) На телебаченні поширюються рекламні ролики (різного хронометражу) лікарського засобу «МОТИЛІГАС®».

**Фотокопія 4**

- (28) Вказаний лікарський засіб, згідно з рекламним повідомленням, застосовується при здутті, газоутворенні та болю в животі.
- (29) Згідно з інструкцією для медичного застосування вказаного лікарського засобу він належить до фармакотерапевтичної групи: Засоби, що застосовуються при функціональних кишкових розладах. Силікони.
- (30) В одному з рекламних роликів лікарського засобу «МОТИЛІГАС®» та на вебсайті Товариства виявлено, зокрема, таку інформацію: «Допомагає при здутті ВРАЗ!».
- (31) При цьому в аудіосупроводі рекламного ролика повідомляється, що «...капсула потрійної дії «Мотилігас®» активізується за декілька секунд, сприяючи усуненню здуття, газоутворенню та болю...»
- (32) Тобто, вказаним повідомленням у рекламі доноситься інформація про його надшвидку дію при здутті, газоутворенні та болю в животі.
- (33) При цьому в інструкції для медичного застосування цього засобу відсутня інформація про часові проміжки щодо його дії, що може суперечити інформації з вищевказаного рекламного повідомлення.
- (34) Отже, наведена в рекламному роликуні та на вебсайті Товариства інформація містить ознаки неповної.
- (35) Вказані рекламні ролики (різного хронометражу) транслювались на телеканалах України в різні періоди 2019 та 2020 років.
- (36) Крім того, інформацію про швидкість дії вказаного лікарського засобу на 09.11.2020 також розміщено на вебсайті Товариства.
- (37) Згідно із законодавством про лікарські засоби кожен конкретний лікарський засіб проходить державну реєстрацію, після чого допускається до застосування в Україні.
- (38) Крім того, до кожного лікарського засобу, що реалізується, додається інструкція про застосування лікарського засобу, яка повинна містити: назву лікарського засобу; загальну характеристику (хімічну назву, основні фізико-хімічні властивості, склад); відомості про фармакологічні властивості; показання для застосування; протипоказання; взаємодію з іншими лікарськими засобами; способи застосування та дози; побічну дію; запобіжні заходи; форми випуску; умови та строки зберігання; умови відпуску.
- (39) Тобто, одним з основних документів, що містить інформацію про його характеристики і властивості, є інструкція про застосування.
- (40) Зважаючи на зазначене, відповідно в такій інструкції міститься, зокрема, інформація про умови його дії (зокрема, швидкість настання ефекту від прийому відповідного лікарського засобу).
- (41) Слід також зазначити, що така характеристика, як дія лікарського засобу, у кожній людини окремо може мати різний часовий проміжок та, відповідно, мати різний ефект після його прийому.

- (42) Так, викладена в рекламних роликах та на вебсайті Товариства інформація про швидкість дії Засобу 1 та Засобу 2 свідчить про використання однозначних тверджень, що в цілому формують чітке уявлення про дії лікарських засобів після їх споживання.
- (43) Інформація про лікарський засіб повинна бути максимально точною, повною та достовірною, а також відображати конкретні характеристики, властивості, що наведені в інструкції.
- (44) Проте інформація, що викладена в рекламних роликах Засобу 1 і Засобу 2 та на вебсайті Товариства, не відповідає повною мірою фактичним характеристикам у частині часових проміжків їх дії.
- (45) Саме тому викладення інформації таким способом, може створити в пересічного споживача хибні враження щодо часу їх дії та надати неправомірних переваг його виробнику.
- (46) Отже, інформація, наведена в рекламних роликах Засобу 1 і Засобу 2 та на вебсайті Товариства, містить ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції у вигляді поширення неповної та неточної інформації.

4. ВИСНОВКИ КОМІТЕТУ

- (47) Згідно зі статтею 3 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» основним завданням Комітету є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики, зокрема, в частині здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції.
- (48) Відповідно до частини першої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» у сфері здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції Комітет має повноваження розглядати заяви і справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та проводити розслідування за цими заявами і справами; при розгляді заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, проведенні перевірки та в інших передбачених законом випадках вимагати від суб'єктів господарювання, об'єднань, органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю, їх посадових осіб і працівників, інших фізичних та юридичних осіб інформацію, в тому числі з обмеженим доступом.
- (49) Відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу» реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.
- (50) Також згідно зі статтею 1 Закону України «Про рекламу» недобросовісна реклама – реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження.
- (51) Відповідно до статті 10 Закону України «Про рекламу» недобросовісна реклама забороняється. Відповідальність за недобросовісну рекламу несе винна особа.
- (52) Згідно з частиною п'ятою статті 21 Закону України «Про рекламу» реклама лікарських засобів, медичних виробів та методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації не може містити посилянь на терапевтичні ефекти стосовно захворювань, які не піддаються або важко піддаються лікуванню.
- (53) При цьому, відповідно до частини першої статті 26 Закону України «Про рекламу» контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснюють у межах своїх повноважень, зокрема, Антимонопольний комітет України – щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції.
- (54) Відповідно до вимог статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» поширенням інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або

невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на намір цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, послуг цього суб'єкта господарювання.

- (55) Інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які:
- містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору;
 - містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання;
 - приписують повноваження та права, яких не мають, або відносини, в яких не перебувають;
 - містять посилення на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації.
- (56) Дії Товариства, які полягають у поширенні зазначеної вище інформації, містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання невизначеному колу осіб неповних та неточних відомостей: «знищує до 99% вірусів», «Сприяє полегшенню болю в горлі з 1-го застосування», «Усуває біль у горлі з 1-го застосування»; а також неточних відомостей: «Допомагає при здутті ВРАЗ!», що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товару цього суб'єкта господарювання.
- (57) Водночас, у Комітеті відсутня інформація, яка б свідчила, що дії Товариства призвели до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції.
- (58) Відповідно до частини першої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» органи Антимонопольного комітету України мають право надавати рекомендації органам влади, органам місцевого самоврядування, органам адміністративно-господарського управління та контролю, суб'єктам господарювання, об'єднанням стосовно припинення дій, які містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, усунення причин виникнення цих порушень і умов, що їм сприяють, а разі, якщо порушення припинено, - щодо вжиття заходів для усунення наслідків цих порушень.

Враховуючи наведене, керуючись статтями 7 і 16 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» та статтею 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», Антимонопольний комітет України надає товариству з обмеженою відповідальністю «Джонсон і Джонсон Україна» (ідентифікаційний код юридичної особи 35893512) такі обов'язкові для розгляду

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

Припинити дії з поширення інформації: «знищує до 99% вірусів», «Сприяє полегшенню болю в горлі з 1-го застосування», «Усуває біль у горлі з 1-го застосування» у рекламі лікарського засобу «ГЕКСОРАЛ®» та дії з поширення інформації: «Допомагає при здутті ВРАЗ!» у рекламі лікарського засобу «МОТИЛІГАС®». Інформування споживачів щодо продукції власного виробництва здійснювати способом, який не вводитиме в оману.

Відповідно до частини другої статті 46 Закону України «Про захист економічної

конкуренції» рекомендації органів Антимонопольного комітету України підлягають обов'язковому розгляду органами чи особами, яким вони надані.

Про результати розгляду цих рекомендацій повідомити Антимонопольний комітет України у десятиденний строк з дня їх отримання.

Відповідно до частини третьої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», за умови виконання положень рекомендацій у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжито відповідних заходів для усунення наслідків порушення, провадження у справі про порушення законодавства про захист економічної конкуренції не розпочинається.

Голова Комітету

О. ПІЩАНСЬКА