ЗВІТ

за результатами дослідження з виявлення та припинення недобросовісних практик в сфері реклами лікарських засобів, біологічно активних добавок, лікувальних процедур, антисептичних та дезінфекційних засобів

ДУ Чередніченко Д.П.

Управління розслідувань недобросовісної конкуренції,

29.12.2020

Мета, об’єкт та результати дослідження:

Мета:
запобігання, виявлення та припинення недобросовісних практик

Об’єкт:
загальнодержавний ринок реклами лікарських засобів, біологічно активних добавок, лікувальних процедур, антисептичних засобів за період 2019-2020 рр.

Результати:

3 справи розпочато та прийнято **3** рішення, штрафи:

1) **ТОВ «Юрія-фарм»** – **528 004** грн
2) **ТОВ «Науково-виробнича компанія «Екофарм»** – **3 210 464** грн
3) **ПП** «**Медичний центр «Альтернатива»** – **20 985** грн

2 рекомендацій надано по ст. 7 **31** суб’єктам господарювання

7 рекомендацій надано по ст. 46 (отримано відповіді щодо розгляду)

Проводиться збір даних щодо потенційних порушень у вигляді подання неправдивої інформації, виявлених під час дослідження

ЗВІТ в цілому є узагальненням практики та заходом адвокатування

Адвокатування конкуренції:

Рекомендації по ст.7:

- від 31.03.2020 № 11-рк **25** виробникам ЛЗ «*Утриматись від повідомлення безпосередньо та/або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, відомостей про ЛЗ, зміст яких стосується лікування та/або профілактики коронавірусів, без належного обґрунтування відповідно до чинного законодавства, зокрема без наявності офіційних рекомендацій МОЗ України щодо їх застосування, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо їх придбання (замовлення)*»;

- від 31.03.2020 № 12-рк **6** телерадіоорганізаціям «*Утриматись від розміщення та розповсюдження реклами, зміст якої стосується лікування та/або профілактики коронавірусів, без належного обґрунтування відповідно до чинного законодавства, зокрема без наявності офіційних рекомендацій МОЗ України щодо їх застосування, що може вплинути на наміри невизначеного кола осіб щодо придбання (замовлення) ЛЗ, товарів, послуг, що рекламуються*».

Приклади порушень

При рекламуванні лікарських засобів

Поширення в рекламі безрецептурних ліків неповної або неточної інформації щодо:

- **якості лікарського засобу та його ціни** (висока якість, помірна ціна);
- **лідерства лікарського засобу** (№1 у світі);
- **швидкості ефекту лікарського засобу** (враз, швидко, з 1 застосування);
- **«антиконоравірусного ефекту» без належного підтвердження**.

Приклади порушень

В маркуванні та інформації щодо антисептиків

Не підтверджена належним чином інформація, що може вводити споживачів в оману, зокрема:

- **маркування на кшалт «coronaseptic»**;
- **попередження вторинного інфікування**;
- **пролонгована, тривала антимікробна дія**;
- **дія на штамми бактерій, стійких до антибіотиків**;
- **знищення до 99 %, до 100 % бактерій та \ або вірусів**;
- **100 % антимікробна активність**;
- **дезінфекційний засіб без дотримання Порядку державної реєстрації дезінфекційних засобів**;
- **маркування органічна, біоорганічна продукція без дотримання вимог закону** «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції».

Рекомендації щодо рекламних тверджень ст. 46 (прийняті 12.11.2020)

1. ТОВ «Тева Україна» (№ 51-рк) щодо припинення дій з поширення в рекламі лікарських засобів інформації **«…Висока якість, помірна ціна…»**;

2. ТОВ «Санофі-Авентіс Україна» (№ 52-рк) щодо припинення дій з поширення інформації **«№ 1 у світі в категорії препаратів для печінки*»** у рекламі лікарського засобу «ЕССЕНЦІАЛЄ® ФОРТЕ Н»;

3. ТОВ «Такеда Україна» (№ 53-рк) щодо припинення дій з поширення інформації **«№ 1 у світі»** щодо лікарського засобу «КАЛЬЦІЙ-Д3 НІКОМЕД ФОРТЕ»;

4. ТОВ «ОРГАНОСІН ЛТД» (№ 54-рк) щодо припинення дій з поширення неповної інформації: **«…долає швидко біль та спазм…»**, **«…звільни голову за доступною ціною…»**, у рекламі лікарського засобу «КОМБІСПАЗМ®»;

Рекомендації щодо рекламних тверджень ст. 46 (прийняті 12.11.2020)

5. ТОВ «Джонсон і Джонсон Україна» (55-рк) щодо припинення дій 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®»;

6. ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» (№ 56-рк) щодо припинення дій з поширення інформації **«…«Екзо-Дерм» швидко знищує всі типи грибка на нігтях або шкірі…»** і **«…«Глутаргін» допомагає швидко очистити та відновити печінку…»** у рекламах лікарських засобів «Екзо-Дерм» та «Глутаргін» відповідно.

Прийняті рішення

ТОВ «Юрія-фарм»

Здійснювало рекламування лікарського засобу «Декасан» шляхом поширення Ролика на телевізійному каналі «1+1» у 2020 році, який містив, зокрема, наступну інформацію:

Проте, серед кола його показань відсутня будь-яка інформація щодо можливості застосування «Декасану» (лікування, профілактика тощо) при захворюваннях, спричинених коронавірусами.

Матеріалами справи встановлено, що поширена в ролику інформація: **«Діє на всі складні віруси, включаючи коронавіруси!» не відповідає фактичним властивостям цього засобу, встановленим компетентним органом державної влади, а тому є неправдивою**.

За вчинення вказаного порушення, рішенням Комітету від 02.07.2020 № 421-р ТОВ «Юрія-фарм» оштрафовано на **528 004** гривень.

Примітка: штраф сплачено.

Прийняті рішення

ТОВ «Науково-виробнича компанія «Екофарм»

Розміщувало повідомлення: **«ПОЛУЧЕНЫ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ О ДЕЙСТВИИ ПРОТЕФЛАЗИДА НА КОРОНАВИРУСЫ»** та листа, зокрема, з **«…пропозицією надати прямий противірусний препарат нашого виробництва «ПРОТЕФЛАЗІД®» … в якості гуманітарної допомоги для профілактики виникнення та лікування захворювання на коронавірус Covid-2019…»**.

З огляду на наведені способи поширення інформації (що також були підкріплені відповідним сюжетом новин «Сьогодні» телевізійного каналу «УКРАЇНА») про лікарський засіб «ПРОТЕФЛАЗІД®», вищевказані твердження формулювали чіткий акцент на дієвості наведеного засобу при коронавірусі SARS-CoV-2.

Матеріалами справи також встановлено, що **вказана інформація є неправдивою**.

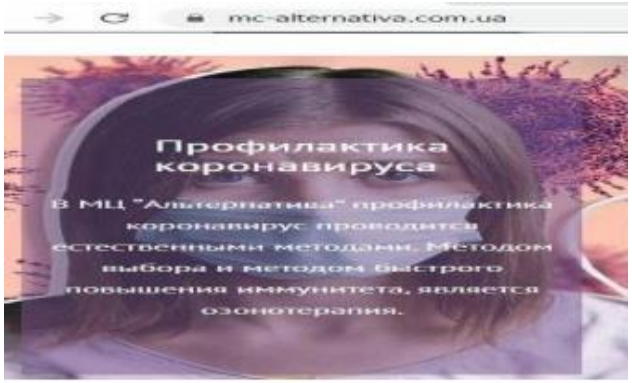
За вчинення вказаного порушення, рішенням Комітету від 10.07.2020 № 430-р, ТОВ «Науково-виробнича компанія «Екофарм» оштрафовано на **3 201 464** гривень.

Примітка: триває процес оскарження рішення Комітету.

Прийняті рішення

ПП «Медичний центр «Альтернатива»

Товариство поширювало інформацію про те, що **озонотерапія є профілактикою захворювань, спричинених коронавірусами**.



Поширення інформації про лікувальні та/або профілактичні властивості лікарських засобів або лікарських процедур, що пов’язані з коронавірусами, без належного обґрунтування відповідно до чинного законодавства, зокрема без офіційних рекомендацій Міністерства охорони здоров’я України щодо їх застосування, може визначатись як поширення неправдивої інформації.

За вчинення вказаного порушення, рішенням Комітету від 22.10.2020 р. № 654-р, ПП «Медичний центр «Альтернатива» оштрафовано на **20 985** гривень.

Рекомендації щодо антисептичних та дезінфекційних засобів ст. 46 (прийняті 22.10.2020)

1. ТОВ СУПП «ВІНСО ІНДАСТРІЗ»: щодо **бактерицидної дії Продукції до 99 %, за відсутності клінічно / лабораторно підтверджених властивостей на які саме мікроорганізми діє Продукція**, а також позначення **«для дезінфекції рук»**;

2. ТОВ «ТЕРА ІНВЕСТ»: щодо розміщення інформації у маркуванні продукції **без належного обґрунтування, на які мікроорганізми поширюється, підтверджена належним чином, дія продукції, часу інактивації / бактеріостатичної дії на такі мікроорганізми, повідомлення у вигляді «група інноваційних органічних дезінфікуючих засобів»**;

3. ТОВ «ХАРКІВСЬКИЙ ВІТАМІННИЙ ЗАВОД»: щодо **поширення у маркуванні продукції антисептик, позначення та інформації щодо інших її дезінфікуючих властивостей без належного підтвердження у вигляді висновків компетентних органів**;

4. ФОП ФУРМАН: щодо повідомлень **«уничтожает 99% бактерий»**, **«предупреждает вторичное инфицирование микроорганизмами» без належного обґрунтування, відсутності інформації, на які мікроорганізми поширюється, підтверджена належним чином, дія продукції власного виробництва**;

Рекомендації щодо антисептичних та дезінфекційних засобів ст. 46 (прийняті 22.10.2020)

5. ФОП КАРІЯ: щодо розміщення інформації у маркуванні продукції, зокрема, повідомлень **«Coronaseptic»**, **«дезинфікує»**, **«99,99%»**, **за відсутності підстав для розміщення такої інформації**, а також, **відсутності відомостей, на які мікроорганізми поширюється, підтверджена належним чином, дія продукції**;

6. ТОВ «НАТУРПРО»: щодо **використання позначень у маркуванні продукції власного виробництва «знищує до 100% бактерій та вірусів»**, **«ефективно дезинфікує»**;

7. ТОВ «ХІЛЕР»: щодо повідомлень в маркуванні продукції санітайзери, засоби для дезінфекції, ***«нейтралізує 99,9% бактерій»***, ***«100% антимікробна активність»***, ***«kills 99.99% bacteria»***, а також, на Інтернет ресурсі (http://healer.bio): ***«инновационная формула», «биоорганический состав», «100% natural», «Healer можно применять даже для детей грудничкового возраста», «для профилактики пеленочного дерматита», «рекомендовано детям и будущим мамам», «безпечно для немовлят та вагітних», «все составы стимулируют эпителизацию ран – ускоряют заживление повреждений кожи», «вся продукция Healer производится по новейшим технологиям из биоорганического сырья при поддержке швейцарской компании Heller International Corporations»***.

Висновки:

Реклама лікарських засобів потребує більш виважених підходів, зважаючи на те, що кожен має як особливості застосування, так і побічні ефекти. За таких умов, **використання неправдивих, неточних чи неповних даних, можуть сформувати помилкову оцінку** про дійсні властивості та/або швидкість дії та/або якість лікарського засобу.

При викладенні у рекламі інформації, також **слід звертати увагу на те, щоб та чи інша інформація не містила двояких тверджень**.

Варто брати до уваги й той факт, що не кожен споживач може бути обізнаним у деталях лікування. Саме тому, **твердження у рекламі мають бути максимально чіткими та не маніпулятивними**.

Зокрема, **прикладами розповсюдження** не підтвердженої належним чином інформації, що може вводитит споживачів в оману, є поширення в рекламі безрецептурних ліків неповної або неточної інформації щодо:

- якості лікарського засобу та його ціни (висока якість, помірна ціна);
- лідерства лікарського засобу (№1 у світі);
- швидкості ефекту лікарського засобу (враз, швидко, з 1 застосування).

Висновки:

Зважаючи на вагоме значення антимікробних засобів для захисту здоров'я людей, **виробникам необхідно дотримуватись чіткості у викладенні інформації, утримуватись від оманливих відомостей**, що можуть змінити зрозумілу для споживача сутність.

Не підтверджена належним чином інформація, що може вводити споживачів в оману, зокрема:

- **маркування на кшалт «coronaseptic»**;
- **попередження вторинного інфікування**;
- **пролонгована, тривала антимікробна дія**;
- **дія на штамми бактерій, стійких до антибіотиків**;
- **знищення до 99 %, до 100 % бактерій та \ або вірусів**;
- **100 % антимікробна активність**;
- **дезінфекційний засіб без дотримання Порядку державної реєстрації дезінфекційних засобів**;
- **маркування органічна, біоорганічна продукція без дотримання вимог закону** «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції».

Зважаючи на вищевикладене, з метою не допущення поширення неоднозначних тверджень, що можуть ввести споживачів в оману, Комітетом **наголошується на необхідності викладення правдивої, точної та повної інформації та утримуватись від використання непідтверджених тверджень**.