

RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

PFIZER, S.A. vs. YAMANOUCHI PHARMA, S.A.

("Omnice-Tamsulosina")

En Madrid, a 29 de abril de 2003, reunida la Sección Tercera del Jurado de Autocontrol (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial) presidida por D. Rafael de Mendizabal Allende, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la empresa Pfizer, S.A. contra un folleto publicitario del que es responsable la compañía Yamanouchi Pharma, S.A. emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- Mediante escrito de 18 de marzo de 2003, la Comisión Deontológica de Farmaindustria dio traslado a Autocontrol, de acuerdo con el art.4.5 del Reglamento de la Comisión Deontológica de la Industria Farmacéutica y del Convenio suscrito entre Farmaindustria y Autocontrol, de la Reclamación presentada por la empresa Pfizer, S.A. contra Yamanouchi Pharma, S.A., tras haberse intentado mediación entre las partes ante la Comisión Deontológica sin haberse alcanzado ningún acuerdo.

2.- El pasado día 11 de febrero de 2003, la empresa Pfizer, S.A. (en lo sucesivo, PFIZER) presentó reclamación contra un folleto publicitario del que es responsable la empresa, Yamanouchi Pharma, S.A. (en lo sucesivo, YAMANOUCHI).

3.- El folleto reclamado, que consta de 17 páginas, presenta en su portada el mensaje: "Sobre OMNICE 0,4 tamsulosina se

han presentado muchos datos que no son ciertos. Si quiere saber la verdad, siga leyendo este documento". Las páginas siguientes se presentan bajo los títulos: "Tamsulosina es la molécula más prescrita", "Selectividad", "Eficacia", "Seguridad", "Cdv y FS", "Acción Dual" y "Bibliografía". La controversia se centra en las páginas del folleto dedicadas a "Cdv y FS" (calidad de vida y función sexual), en las que se incluye la siguiente afirmación: "OMNICE es el único α -bloqueante que se administra en dosis única diaria matutina sin necesidad de escalonamiento o aumento de dosis (ver fichas técnicas de alfuzosina, terazosina y doxazosina)".

4.- PFIZER considera que en el folleto se incluyen afirmaciones comparativas, presentadas de forma engañosa, que vulneran la legislación vigente al atribuir en exclusiva ciertas propiedades al producto promocionado, cuando lo cierto es que tal exclusividad no se corresponde con la realidad. En concreto, PFIZER denuncia que tales afirmaciones resultan ilícitas y desleales contra el fármaco "Carduran Neo" (Doxazosina).

En primer lugar, PFIZER denuncia que en el folleto reclamado se atribuye al fármaco promocionado la exclusividad de administración en dosis única, cuando lo cierto es que, como se acredita en la ficha técnica de "Carduran Neo", este último también se administra en dosis única. En segundo lugar, la reclamante sostiene que, además, en el folleto reclamado se atribuye al producto promocionado la exclusividad sobre la no necesidad del escalonamiento o aumento de dosis. Pues bien, según se desprende de la

ficha técnica de “Carduran Neo”, tal propiedad le es igualmente atribuible, puesto que no necesita *a priori* ajuste de dosis o escalonamiento, sin perjuicio de que en algunos casos clínicos pueda incrementarse la dosis. Así las cosas, la reclamante entiende que se vulnera el art.86.1 de la Ley 25/1990 del Medicamento, los artículos 2,10, 14, 21, 29, 30 y 31 del Real Decreto sobre Publicidad de los Medicamentos de Uso Humano, el art.10.1 Real Decreto 1416/1994, los artículos 4, 5 y 6, los artículos 5, 7, 10.2 y 15.1 de la Ley 3/91 de la Ley de Competencia Desleal

Por todo ello, PFIZER solicita a la Comisión Deontológica de Farmaindustria que declare la ilicitud de la publicidad controvertida, instando su inmediata cesación e imponiendo la sanción que corresponda.

5.- Habiéndose dado traslado de la reclamación a YAMANOUCI, esta compañía presentó escrito de contestación en defensa de la publicidad reclamada, el 19 de febrero de 2003. En el citado escrito sostiene que la denuncia presentada de adverso se fundamenta en una lectura interesada del mensaje. A su juicio, el texto controvertido no indica que OMNIC sea el único α -bloqueante que se administra en dosis única diaria, afirmación que, efectivamente, sería incierta. Antes bien, afirma que es el único que tiene tal característica “sin necesidad de escalonamiento o aumento de dosis”; afirmación que es absolutamente cierta y, además, comprobable a través de las fichas técnicas o prospectos de las especialidades citadas. Dicho con otras palabras, la reclamada sostiene que OMNIC (tamsulosina) es el único α -bloqueante que se administra en dosis única diaria (matutina) (lo que no sucede con la Alfuzosina), sin necesidad de escalonamiento (que sí se produce en el caso de la terazosina) y sin necesidad de aumento de dosis (como sucede en el caso de la doxazosina). A este respecto indica que, aun admitiendo a efectos dialécticos que lo alegado de contrario fuese cierto, el mensaje reclamado seguiría siendo cierto porque mientras el fármaco promocionado “tamsulosina” no requiere en ningún caso incremento de dosis; el medicamento comercializado por la reclamante, “doxazosina”, sí requiere en algunos casos incrementar la dosis.

En otro orden de cosas, la reclamada alega que el mensaje cuestionado, además de cumplir la normativa sanitaria al referenciar su contenido, se completa reconduciendo expresamente al receptor del mensaje (los facultativos) a una documentación asequible y de uso cotidiano como son las fichas técnicas de las sustancias medicinales incluidas en el mensaje. Además, el folleto reclamado incorpora una separata en la que se ofrece al facultativo la posibilidad de obtener la documentación referenciada en el mismo.

Seguidamente, la reclamada rechaza la vulneración de los preceptos indicados por la reclamante, en la medida en que considera que la información cuestionada se encuentra bien fundada, es objetiva y no induce a error, encontrándose fundamentada en las fichas técnicas de los fármacos a los que alude. Finalmente, YAMANOUCI manifiesta que la denuncia presentada por el laboratorio denunciante constituye, únicamente, una estrategia de defensa ante la presentada contra aquel por el laboratorio ahora denunciado.

Por todo lo expuesto, la reclamada solicita a la Comisión Deontológica de Farmaindustria que desestime la reclamación presentada por PFIZER y que declare la publicidad reclamada conforme al Código Español de Buenas Prácticas para la Promoción de Medicamentos y a la normativa sectorial y general de publicidad.

6.- Fracasada la conciliación previa ante la Comisión Deontológica de Farmaindustria, YAMANOUCI presentó escrito ante el Jurado de la Publicidad con fecha 28 de marzo de 2003, en el que reitera las alegaciones realizadas ante la Comisión Deontológica de Farmaindustria, así como respecto a la documentación aportada ante la citada Comisión.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Según el escrito presentado por la empresa reclamante, su reclamación se dirige frente a una única expresión recogida en la publicidad reclamada. Esta expresión es la siguiente: “Omnice es el único α -bloqueante que se administra en dosis única diaria sin necesidad de escalonamiento o aumento de

dosis". Entiende la entidad reclamante que esta expresión es engañosa, toda vez que existe otro medicamento competidor (Cardura Neo) que también se administra en dosis única. Sin embargo, la entidad reclamada contesta afirmando que la expresión publicitaria objeto de controversia se refiere a la conjunción de dos características: la administración en dosis única y la posibilidad de administrar el medicamento sin necesidad de escalonamiento o aumento de dosis. Concluye la entidad reclamada defendiendo la licitud de la expresión antes transcrita, toda vez que el medicamento promocionado (Omnicef Tamsulosina) es el único que cumple con las dos características.

2.- Una vez llegados a este punto, se hace preciso aclarar que nos encontramos ante una alegación publicitaria de tono excluyente. En efecto, reciben este nombre todas aquellas expresiones publicitarias con las cuales el anunciante transmite al público de los consumidores su posición de preeminencia o primacía frente a todos sus competidores. Y, en el caso que nos ocupa, es claro que, con la afirmación objeto de análisis, el anunciante transmite una clara posición de liderazgo, consistente en ser su producto el único que se administra en dosis única sin necesidad de escalonamiento o aumento de dosis.

3.- Este Jurado ya ha afirmado en numerosas ocasiones que la publicidad de tono excluyente constituye una modalidad publicitaria esencialmente lícita, principio éste que también es aplicable en el ámbito de la publicidad de medicamentos. Pero, para ser lícita, la posición de tono excluyente afirmada ha de ser exacta y veraz, incumbiendo al anunciante la carga de la prueba de la exactitud y veracidad de su posición de liderazgo.

4.- En el caso que nos ocupa, el anunciante ha acreditado suficientemente la exactitud y veracidad de la posición de preeminencia alegada. Así, ha acreditado que la ficha técnica del único medicamento competidor susceptible de ser administrado mediante una dosis única (Carduran Neo) admite, cuando sea necesario, un incremento de dosis. Así las cosas, es claro que el fármaco promocionado, según la

documentación aportada al presente procedimiento, es el único que cumple simultáneamente las dos condiciones expuestas en la publicidad: la posibilidad de ser administrado mediante una dosis única; y, en segundo término, la posibilidad de ser suministrado sin necesidad de escalonamiento o de incremento de dosis. En estas circunstancias, sólo cabe concluir que la expresión publicitaria objeto de análisis es veraz.

5.- Frente a las conclusiones hasta aquí alcanzadas, por lo demás, no cabe argumentar que la expresión reclamada puede ser entendida en el sentido de que el fármaco promocionado es, bien el único susceptible de ser administrado mediante una dosis única, bien el único de que puede ser administrado sin necesidad de escalonamiento o de incremento de dosis. Debe tenerse presente, a estos efectos, que la publicidad que nos ocupa se dirige a un público altamente especializado. Si a esta circunstancia unimos el carácter inequívoco de la frase objeto de controversia, la conclusión es clara: a través de aquella expresión, se transmite al público destinatario de la publicidad un mensaje preciso, según el cual el fármaco promocionado es el único que puede ser administrado mediante una dosis única y que, además –o, si se prefiere, simultáneamente– puede ser administrado sin necesidad de escalonamiento o de incremento de dosis.

Por las razones expuestas, la Sección Tercera del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por Pfizer, S.A. frente a un mensaje publicitario del que es responsable la entidad Yamanouchi Pharma, S.A.