

Эксперты проанализировали рекламу "Фосфалюгеля", дизайн упаковок БАДа "Ренотинекс" и средства "Аквасол"

20 декабря 2019, 12:35

Свое мнение участники Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при ФАС России выразили 19 декабря 2019 года в ходе состоявшегося заседания

Совет рассмотрел рекламный ролик лекарственного препарата "Фосфалюгель", транслировавшийся на телевидении. По мнению экспертов, реклама может рассматриваться как обращающаяся к несовершеннолетним. Они также усмотрели в ролике предположение о наличии у потребителей рекламы тех или иных расстройств здоровья и формирование у здорового человека впечатления о необходимости применения препарата "Фосфалюгель".

Эксперты также посчитали, что в рекламе компании "Теплый дом" с использованием утверждения "Раздень жену" и изображением полуобнаженной женщины присутствуют непристойные и оскорбительные образы.

В ходе заседания была проведена и оценка допустимости действий по введению в оборот БАДа "Ренотинекс" в упаковке, сходной с упаковкой лекарственного средства "Роватинекс", и косметического средства "Аквасол" в упаковке, сходной с упаковкой лекарственного препарата "Аквалор". Эксперты пришли к заключению, что графическое оформление, композиционное расположение изображений и торговое наименование рассматриваемых товаров сходны, что может обмануть потребителей и привести к приобретению ими не того товара, которые они планировали купить.

Последним вопросом повестки заседания Экспертного совета стало обсуждение допустимости действий по использованию в качестве индивидуализации коммерческих организаций наименования, содержащего производные от слова "Россия".

По мнению экспертов, такое поведение не может рассматриваться как позитивное, и ситуация требует дальнейшей оценки.

"Мимикрия некоторых компаний под государственные или муниципальные органы вызывает обеспокоенность, поскольку используемые ими квазигосударственные названия предоставляют им необоснованное преимущество перед конкурентами", – сказал председатель Экспертного совета, заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров.

В ходе мероприятия также были анонсированы подписанные [Рекомендации по соблюдению требований рекламного законодательства в части использования невоспринимаемой информации в аудиорекламе](#). Об этом сообщила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина.

Документ разработан саморегулируемой организацией АМИ «Рекламный совет» совместно с Российской академией радио и согласованы Федеральной антимонопольной службой.

Цель разработки Рекомендаций – пресечение случаев распространения аудиорекламы, когда важная в силу закона информация распространяется таким способом, что не воспринимается потребителями.

В мероприятии также приняли участие заместители начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Яна Склярова и Ирина Василенкова.

[photo_1551]

[video_2559]