

Препарат «Кардиолонг» - не лекарство

06 марта 2013, 14:40

Компания (ООО) «НеоМед» (переименованная в ООО "Долголетие") рекламирует биологически активную добавку «Кардиолонг» как лекарство, приписывая этому препарату лечебные свойства. Комиссия ФАС России усмотрела в этой рекламе нарушение требований законодательства, предъявляемых к рекламе БАДов, именно: пункта 1 части 1 статьи 25 ФЗ «О рекламе».

Реклама транслировалась на Радио Россия, то есть воспринималась большой аудиторией слушателей.

Рекламодателю: ООО "Долголетие" и рекламодателем: ФГУП «ВГТРК» и ООО «Регион-Реклама» выданы предписания о прекращении распространения ненадлежащей рекламы этого препарата. В отношении компании (ООО) «Долголетие» возбуждено дело об административном правонарушении для определения размера штрафа.

В нарушение требований закона в рекламе сообщается о лечебных свойствах «Кардиолонга» и применении его при заболеваниях сердечно-сосудистой системы, гипертонии, стенокардии. Вместе с тем, препарат «Кардиолонг» зарегистрирован как БАД, имеет свидетельство о государственной регистрации от июня 2011 года.

«Пресечение ненадлежащей рекламы биодобавок – одно из важнейших направлений нашей работы. Рекламные обещания вводят в заблуждение потребителей, которые часто отдают предпочтение БАДам, отказываются от приема лекарств, и, как следствие, наносят вред своему здоровью», - отметил начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов.

Справка

1. Согласно пункту 1 части 1 статьи 25 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами.

2. В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

3. Нарушения, связанные с ненадлежащей рекламой биодобавок к пище, составили в прошлом году более 12% из всех пресеченных ФАС России нарушений закона о рекламе.