

Реклама медицинского прибора «Биокорректор» не должна гарантировать его положительное действие, эффективность и безопасность

20 февраля 2013, 18:05

19 февраля 2013 года Комиссия Федеральной антимонопольной службы признала рекламу, гарантирующую положительное действие прибора «Биокорректор», его эффективность и безопасность, ненадлежащей. Такая реклама противоречит требованиям пункта 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

ООО «Здоровье» и ФГУП «ВГТРК» предписано прекратить нарушения пункта 8 части 1 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» в рекламе прибора «Биокорректор». Материалы дела переданы для возбуждения дела об административном правонарушении в отношении ООО «Здоровье» - рекламодателя, для определения размера штрафа. В ФАС России поступило обращение гражданина с претензиями к рекламе аппарата «Биокорректор», распространявшейся в период с февраля по июль 2012 г. в эфире радиостанции «Радио России».

Комиссия ФАС России установила, что в соответствии с регистрационным удостоверением от 24.03.2011 прибор «Биокорректор» (аппарат корректировки состояния с биологически активных зон методом обратной связи «БИОКОРРЕКТОР») является изделием медицинского назначения (изделие медицинской техники). Из рекламы прибора «Биокорректор» следует, что прибор абсолютно точно диагностирует причины заболеваний, эффективно и в отсутствие побочных эффектов, на клеточном уровне, избавляет от заболеваний сердечнососудистой, нервной, эндокринной систем, а также заболеваний опорно-двигательного аппарата. В рекламе прямо гарантируется положительное действие прибора «Биокорректор», его эффективность и безопасность, поскольку прибор, абсолютно точно устанавливая причину заболевания, устраняет её, тем самым избавляет от выявленного заболевания и при этом исключает ошибку человеческого фактора. Такая подача рекламы, пришла к выводу Комиссия ФАС России, противоречит требованиям закона, предъявляемым к рекламе медицинских приборов.

Справка

1. Согласно пункту 8 части 1 статьи 24 Федерального закона 138-ФЗ от 13 марта 2006 г. «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама лекарственных средств не должна гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

2. В соответствии с частью 4 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» требования пункта 8 части 1 статьи 24 настоящего закона распространяются также на рекламу медицинской техники.

2. В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 8 части 1 статьи 24 настоящего закона.

3. В прошлом году ФАС России пресекла более 10 тысяч различных нарушений

законодательства о рекламе.