

# Компания "Наша мама" оштрафована за ненадлежащую рекламу детского косметического крема-бальзама "Стопдиатез"

10 декабря 2009, 11:22

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) 8 декабря 2009 года оштрафовала ООО "Наша мама" на 40 тысяч рублей за распространение ненадлежащей рекламы.

Ранее, 26 октября 2009 года, ФАС России признала рекламу крем-бальзама "Стопдиатез", распространяемую ООО "Наша мама" в журнале "Счастливые родители" в июле-августе 2009 г., ненадлежащей, нарушающей п.6 ч.5 ст. 5 Федерального закона "О рекламе" и предписала прекратить ее дальнейшее распространение.

В рекламе приведены фотографии детей с проявлением атопического дерматита средней тяжести до и после применения крема-бальзама "Стопдиатез". При этом в рекламе сообщается, что после трехнедельного применения наблюдается значительное улучшение у больных (клиническая ремиссия) с пометкой "клинически исследовано, не содержит гормонов", "Современное высококачественное негормональное косметическое средство "Стопдиатез" ПРОДУКТ ИССЛЕДОВАН в ГУ РДКБ Росздрава". Эти данные были взяты из отчетов по результатам постмаркетинговых исследований применения крема-бальзама "Стопдиатез", проведенных в ГУ РДКБ Росздрава.

Из текста и изображений, использованных в рекламе, следует, что крем-бальзам для лица и тела "Стопдиатез" обладает лечебным эффектом и может применяться в медицинских целях. Вместе с тем, крем-бальзам является косметическим средством для ухода за кожей лица и тела.

"Родители ребенка, страдающего атопическим дерматитом, порой готовы на все, чтобы избавить его от заболевания. Реклама крема-бальзама "Стопдиатез" могла ввести их в заблуждение, создать впечатление, что крем обладает лечебными свойствами. Очень важно, чтобы родители консультировались с врачами, выбирая средства для лечения ребенка, а не занимались самолечением", - полагает начальник управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов.

Справка:

###В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" в рекламе не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни, объекта рекламирования, за исключением такого указания в рекламе лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.###