

Незаконные рекламные гарантии

04 апреля 2014, 16:24

Реклама медицинских изделий, согласно требованиям законодательства о рекламе, в том числе, не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний и гарантировать положительное действие объекта рекламирования. В рекламе медицинского прибора «Третье дыхание» (ТДИ-01), как установила Комиссия ФАС России, приводится конкретный случай излечения от ряда заболеваний с помощью этого прибора самим его создателем - Фроловым В.Ф. Также в рекламе сообщается, что прибор «Третье дыхание» (ТДИ-01) гарантировано окажет положительное воздействие на течение таких заболеваний как астма, эмфизема легких, гипертония, аритмия, аллергия, диабет и многих других заболеваний разных этиологий.

Комиссия ФАС России признала рекламу медприбора ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования п.п. 2, 8 части 1 статьи 24, части 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе».

Индивидуальному предпринимателю Гладуну С.Н. и ФГБУ «Редакция «Российская газета» выданы предписания о прекращении нарушения ФЗ «О рекламе». В отношении ИП Гладуна С.Н. как рекламодача возбуждено дело об административном правонарушении для определения размера штрафа.

С обращением с претензиями к рекламе прибора «Третье дыхание» (ТДИ-01), распространявшейся в «Российской газете» в прошлом году, обратился гражданин. В соответствии с Регистрационным удостоверением №ФСР 2010/08197 от 20.07.2010 г. тренажер дыхательный индивидуальный ТДИ-01 (ингалятор Фролова) является изделием медицинской техники.

Согласно представленному ФГБУ «Редакция «Российская газета» договору № 191 от 09.01.2013 г. заказчиком этой рекламы является ООО «Рекламное агентство «Прима». В свою очередь ООО «Рекламное агентство «Прима» представило агентский договор, на основании которого выступает агентом при размещении рекламы по поручению принципала – ИП Гладуна С.Н. Таким образом, ИП Гладун С.Н. - рекламодаделец, а ФГБУ «Редакция «Российская газета» - рекламораспространитель.

Справка

1. В соответствии с пунктами 2, 8 части 1 и части статьи 24 Федерального закона №38-ФЗ «О рекламе» реклама медицинских изделий не должна содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования, гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

2. В соответствии с частью 6 статьей 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец несет ответственность за нарушение требований установленных статьей 24 настоящего Федерального закона.

3. В 2013 году антимонопольные органы рассмотрели 11716 заявлений о несоответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе. В результате проделанной работы возбуждено производство 5612 дела по фактам нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе, в ходе рассмотрения которых пресечено 8555 нарушений. Наибольшее число нарушений были связаны с распространением рекламы лекарственных средств, медицинских услуг и биологически активных добавок – 21,38%

всех нарушений (при этом этот показатель существенно вырос по сравнению с 2012 годом, когда он составлял 12,57% всех нарушений).