

«Центр инновационных технологий «Формула здоровья» получил штраф за рекламу БАД

17 апреля 2013, 14:14

100 тысяч рублей составил штраф за очередную ненадлежащую рекламу биологически активной добавки (БАД). На этот раз штраф от ФАС России получило ООО «Центр инновационных технологий «Формула здоровья» за рекламу в газете "Аргументы и факты" биодобавки «Геминекс».

Ранее Комиссия ФАС России пришла к выводу, что реклама позиционирует эту биодобавку как обладающую лечебными свойствами при заболевании гипертонией. К тому же в рекламе сообщается недостоверная информация об отсутствии противопоказаний при его применении.

ООО «Центр инновационных технологий «Формула здоровья» определило объект рекламирования – БАД «Геминекс» и распространило рекламу о нем в газете «Аргументы и факты» и, являясь рекламодателем, несет ответственность за нарушение требований законодательства к рекламе биодобавок.

«Рекламные обещания вводят в заблуждение потребителей, которые часто отдают предпочтение биодобавкам, отказываются от приема лекарств, и, как следствие, наносят вред своему здоровью. БАДы – не лекарства, они не лечат! Это необходимо каждому уяснить для себя», - 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. ¹ 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «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 пунктом 2 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

3. В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 2 части 3 статьи 5 и пунктом 1 части 1 статьи 25 настоящего закона.

4. В прошлом году из всего количества, пресеченных ФАС России различных нарушений закона о рекламе, почти 13% составили нарушения, связанные с рекламой лекарственных средств и биодобавок.