

Использование образов медработников в рекламе биодобавок незаконно и наказывается штрафом

17 апреля 2012, 11:37

Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) оштрафовала ОАО «Завод экологической техники и экопитания ДИОД» (ОАО) на 110 тысяч рублей за недобросовестную рекламу БАДа «СТЕЛЛА».

Ранее Комиссия ФАС России установила, что в рекламной статье под заголовком «За что женщины полюбили СТЕЛЛу?» (опубликована в апреле прошлого года в «Российской газете») указывается, что эта биодобавка разработана при участии Российского общества акушеров-гинекологов во главе с академиком РАМН В.Н. Серовым. Такая реклама противоречит требованиям пункта 4 части 5 статьи 5 и пункта 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе».

В рекламной статье сообщается, что АД «СТЕЛЛА» разработан при участии Российского общества акушеров-гинекологов во главе с академиком РАМН В.Н. Серовым. Толковый словарь Ожегова дает определение слову «образ»: образ - результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека. Таким образом, реклама содержит указание на образ медицинского работника.

В рекламе содержатся сведения, приведение которых характерно для рекламы лекарственных средств, например, указание на конкретные заболевания. И согласно информационному наполнению рекламы излечение возможно с помощью БАД «СТЕЛЛА».

Кроме того, указывается, что БАД «СТЕЛЛА» в отличие от гормональных препаратов, не вызывает нежелательных последствий. Таким образом, в этой рекламе приводится информация, создающая впечатление о том, что БАД «СТЕЛЛА» обладает лечебными свойствами.

Препарат «СТЕЛЛА» зарегистрирован как биологически активная добавка к пище (БАД) (свидетельство о государственной регистрации №77.99.23.3.У.7553.8.09 от 12.08.2009) и является дополнительным источником идола-3-карибинола, эпигаллокатехина-3-галлата, изофлавононов сои. В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель, в этом случае - ОАО «Завод экологической техники и экопитания ДИОД», несёт ответственность за нарушение.

Справка

1. Согласно пункту 4 части 5 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») в рекламе не допускается использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг, средств личной гигиены, в рекламе, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, в рекламе, распространяемой в местах проведения медицинских или

фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, в рекламе, размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

2. Согласно пункту 1 части 1 статьи 25 Федерального закона «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.

3. В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

4. В 2011 году общая сумма штрафов за различные нарушения закона о рекламе составила более 165 миллионов рублей.