

Рекламу препаратов «Травы Приморья ДВ», распространяемую ООО «Травы Приморья Плюс» в марте этого года в газете «Московский комсомолец», Комиссия ФАС России признала ненадлежащей.

Во-первых, в нарушение требований пункта 6 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» из текста рекламных объявлений о препаратах «Травы Приморья ДВ» (о комплексной настойке для борьбы с алкогольной зависимостью, о сборе лекарственных трав, настойке лапчатки белой и звездчатки обыкновенной, вытяжке мухомора, мази болиголова для нормализации функций щитовидной железы, о настойке древесного гриба «Рейши» для борьбы с онкологическими заболеваниями, иммунными расстройствами и вирусными формами воспаления печени, о сборе лекарственных трав № 12 для нормализации нарушений сердечно-сосудистой системы, о травяных сборах для борьбы с проблемами печени) следует, что все они обладают лечебным эффектом и применяются при лечении различных заболеваний.

Во-вторых, в нарушение требований пункта 1 части 1 статьи 25 Закона реклама упомянутых препаратов создает впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и обладают лечебными свойствами.

С претензиями к рекламе препаратов «Травы Приморья ДВ» в ФАС России обратился гражданин.

По факту установления правонарушения предписания о прекращении нарушения выданы ООО «Травы Приморья Плюс», ЗАО "Редакция газеты «Московский комсомолец» и ЗАО «Рекламно-информационное агентство «О'Кей».

В отношении рекламодателя — ООО «Травы Приморья Плюс» — готовится к возбуждению дело об административном правонарушении для определения размера штрафа.

ЗАО "Редакция газеты «Московский комсомолец» и ЗАО «Рекламно-информационное агентство «О'Кей» не будут привлечены к административной ответственности – штрафу, поскольку еще до вынесения решения по делу разместили на страницах издания ряд материалов с контррекламой продукции ООО «Травы Приморья Плюс».

В соответствии с пунктом 6 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «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 профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий.

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.

В соответствии частями 6, 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель и рекламодатель несут ответственность за нарушение требований, установленных статьей 25 настоящего Федерального закона.

RegionFAS.ru