

Реклама лекарств не должна создавать ощущения гарантии эффективности - ФАС

02-11-2017 | 11:29

Общее содержание рекламы фармпрепаратов не должно создавать ощущения гарантии эффективности, сообщается в материалах Федеральной антимонопольной службы со ссылкой на замначальника управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС РФ Татьяну Никитину.

Никитина представила позицию ФАС в сессии «Фарма: те, которых нельзя называть: реклама фармацевтических препаратов, запреты и возможности сегодня» на Национальном рекламном форуме. Отмечается, что запреты на употребление слова «быстро», его производных как гарантия эффективности применения лекарств в рекламе являются важной и актуальной проблемой для отрасли.

"В рекламе, которую ФАС РФ признает ненадлежащей, дело не только в словах. Потребитель воспринимает рекламу в целом и считывает все целиком. И даже если в рекламе лекарств нет слов «быстро излечит», она может создавать впечатление гарантии эффективности препарата", - говорится в сообщении. Никитина призвала «обращать внимание не только на слова, но и на общее содержание рекламного сообщения, и постараться устранить тот диссонанс, который возникает из-за различий между визуальной и вербальной информацией».

Замначальника управления ФАС РФ также напомнила участникам мероприятия о выявлении нарушений рекламного законодательства в рекламе БАДов, если они позиционируются как лекарственные средства, вводя потребителей в заблуждение.

"Нормы закона о рекламе сформулированы как баланс между интересами предпринимателей, которые хотят продать свой товар, и защитой потребителей, чтобы не обманывать их ожидания от рекламы, и они получали достоверную информацию", - подчеркнула Никитина.

Источник: Рамблер