

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 19 февраля 2016 г. N АК/10443/16

О ПРЕДУПРЕЖДЕНИИ В РЕКЛАМЕ БАДОВ

Согласно [части 1.1 статьи 25](#) Федерального закона "О рекламе" реклама биологически активных добавок в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о том, что объект рекламирования не является лекарственным средством. В данной рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах, при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд, и такому предупреждению должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

По мнению специалистов ФАС России, площадь предупреждения (надпись) следует рассчитывать, исходя из аналогии с так называемым размером "кегля шрифта", принятым в издательском деле.

Согласно [ОСТу 29.130-97](#) - Издания. Термины. Определения, под размером "кегля шрифта" понимается размер шрифта, соответствующий расстоянию между верхней и нижней гранями литеры. Литера - металлический брусочек с выпуклым изображением печатного знака, употребляемый в типографском наборе.

В случае размещения рекламы, содержащей несколько объектов рекламирования, в том числе товара, реклама которого требует указания соответствующего предупреждения, то размер такого предупреждения исчисляется исходя из общей площади рекламы.

Как следует из обращения, на странице газеты "Аргументы и Факты" размещается реклама нескольких препаратов (БАДов), выделенных в один рекламный блок.

При этом, предупреждение, предусмотренное [частью 1.1 статьи 25](#) Федерального закона "О рекламе", размещено внизу страницы указанного печатного издания и относится ко всему рекламному блоку.

По мнению специалистов ФАС России, размещение данного предупреждения указанным в обращении способом не противоречит положениям [статьи 25](#) Федерального закона "О рекламе" в случае, если оно занимает не менее 10% рекламной площади (пространства).
