

Требования к рекламе биологически активных добавок (БАД) и пищевых добавок.

1. Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна:

1) создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;

2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;

3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;

4) побуждать к отказу от здорового питания; 5) создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок.

2. Реклама БАД не должна содержать слова «лечебный», «целебный», их производных и синонимов. В тексте рекламы должно звучать упоминание о противопоказаниях, если таковые упомянуты в инструкции.

3. В рекламе БАД должно содержаться упоминание о том, что рекламируемый товар не является лекарством или о том, что рекламируемый товар является биологически активной добавкой. При этом длительность текстового упоминания должна быть не менее 3 секунд.

4. При рекламе БАД Заказчик обязан предоставлять копии следующих документов:

- свидетельство о государственной регистрации; - декларация о соответствии; - упаковка и аннотация к БАД, которые используются при реализации БАД.

Если рекламируются свойства БАД, не содержащиеся в аннотации, то необходимо представить иные документы, подтверждающие достоверность информации (например, медицинские исследования).

5. Реклама БАД, реализуемых дистанционным способом, не допускается.