



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

Руководителям
территориальных органов
ФАС России

25.09.2017 № АК/65861/17

На № _____ от _____

О рекламе методов профилактики,
диагностики, лечения и медицинской
реабилитации

В соответствии с пунктом 26 Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2017 году, утвержденным приказом ФАС России от 17.04.2017 № 523/17 (далее - План), ФАС России направляет разъяснение о рекламе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Требования к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины установлены статьей 24 Федерального закона «О рекламе».

Положения указанной статьи Федерального закона «О рекламе» содержат как специальные требования к способам и формам распространения такой рекламы, так и к содержанию такой рекламы.

Так, часть 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» допускает размещение (распространение) рекламы методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации исключительно в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.

При этом часть 3 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» устанавливает, что реклама медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации не должна:

- содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта



рекламирования;

- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;
- создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;
- содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья.

Кроме того часть 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» обязывает сопровождать рекламу методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, за исключением такой рекламы, распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и иной рекламы, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники, предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Таким образом, Федеральный закон «О рекламе» допускает размещение (распространение) рекламы методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации исключительно в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, при условии соответствия такой рекламы как общим требованиям к рекламе, установленным статьей 5 данного Федерального закона, так и специальным требованиям к рекламе, установленным частью 3 статьи 24 указанного Федерального закона.

При этом указывать в такой рекламе предупреждение, предусмотренное частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», не требуется.

Необходимо отметить, что требования части 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» не распространяются на рекламу медицинских услуг.

То есть размещение рекламы медицинских услуг допускается любым способом и в любой форме с соблюдением положений пунктов 2 — 5 части 1 и части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а также общих требований, установленных статьей 5 Федерального закона «О рекламе».

Следовательно, антимонопольным органам необходимо обратить внимание на разграничение рекламы медицинских услуг и рекламы методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

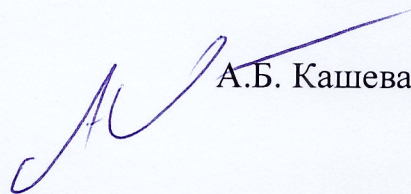
По мнению ФАС России, при отнесении рекламы к рекламе медицинских услуг или к рекламе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации необходимо исходить из следующего.

Перечень медицинских услуг определен Номенклатурой медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 № 1664н (далее — Номенклатура).

При этом, указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в Номенклатуре, позволяет квалифицировать такую рекламу в качестве рекламы медицинских услуг, при отсутствии в такой рекламе иной информации, позволяющей выделить иные объекты рекламирования, в том числе при отсутствии в рекламе раскрытия содержания того или иного метода профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации.

Данный подход также подтверждается судебной практикой, в частности из пункта 25 Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 2 (2017), утвержденного Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 26.04.2017, следует, что если информация о методе профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации не раскрывается самостоятельным образом и распространяется в составе рекламы медицинских услуг, то такая реклама часть 8 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» не нарушает.

При этом суды отмечают (Определение Верховного Суда РФ от 27.10.2016 № 303-КГ16-8450 по делу № А04-5936/2015) что реклама, в которой раскрывается содержание того или иного метода профилактики, способа или приема диагностики, лечения и медицинской реабилитации, подпадает под запрет, установленный частью 8 статьи 24 Закона о рекламе.

 А.Б. Кашеваров