



Доклад

«Контроль рекламы и недобросовестной
конкуренции на рынках лекарственных средств и
медицинских услуг».

Заместитель руководителя Воронежского УФАС России
Ведерников С.А.

1 ноября 2012 года

Воронеж, 2012
год



Общие требования

В рекламе не допускаются:

использование образов медицинских и фармацевтических работников, за исключением использования в рекламе:

-медицинских услуг, средств личной гигиены,

-потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники,

-распространяемой в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий,

-размещенной в печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников;

указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека;

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 лечения, изделий медицинского назначения и медицинской техники.



Товары, реклама которых не допускается

Не допускается реклама:

- органов и (или) тканей человека в качестве объектов купли-продажи,**
- товаров, подлежащих государственной регистрации, в случае отсутствия такой регистрации,**
- товаров, подлежащих обязательной сертификации или иному обязательному подтверждению соответствия требованиям технических регламентов, в случае отсутствия такой сертификации или подтверждения такого соответствия,**
- товаров, на производство и (или) реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений, в случае отсутствия таких разрешений.**



Особенности рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения

Реклама лекарственных средств не должна:

- 1) обращаться к несовершеннолетним (*распространяется также на рекламу медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности*);**
- 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;**
- 3) содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;**
- 4) создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;**
- 5) содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;**
- 6) способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования (*не распространяется на рекламу лекарственных средств, применяемых для профилактики заболеваний*);**
- 7) создавать впечатление ненужности обращения к врачу;**
- 8) гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий;**
- 9) представлять объект рекламирования в качестве биологически активной добавки и пищевой добавки или иного не являющегося лекарственным средством товара;**
- 10) содержать утверждения о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантированы его естественным происхождением.**

Запреты пунктов 1-8 распространяются также на рекламу медицинской техники

Ограничения пункта 10 не распространяются на рекламу препаратов, содержащих натуральные компоненты, применяемые для профилактики заболеваний



-сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках, в том числе о способах применения и использования, лекарственных средств и медицинской техники допускается только в пределах показаний, содержащихся в утвержденных в установленном порядке инструкциях по применению и использованию таких объектов рекламирования.

-реклама лекарственных средств, медицинских услуг, в том числе методов лечения, медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов *(не распространяются на рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники)*. При этом такому предупреждению должно быть отведено:

в радиопрограммах – 3 и более секунд,

в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - 5 и более секунд и не менее 7% площади кадра, в распространяемой другими способами, - 5 и более % рекламной площади (пространства).

-реклама лекарственных средств в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам врачей, методов лечения, а также изделий медицинского назначения и медицинской техники, для использования которых требуется специальная подготовка, не допускается иначе как в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий и в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях.



Запрещается.

- реклама лекарственных средств, содержащих разрешенные к применению наркотические средства или психотропные вещества, внесенные в список наркотических средств и психотропных веществ, оборот которых ограничен и в отношении которых устанавливаются меры контроля (*исключение - реклама, потребителями которой являются только медицинские и фармацевтические работники*),
- проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов лекарственных средств, содержащих наркотические средства и психотропные вещества,
- утверждение в рекламе медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности о безопасности таких медицинских манипуляций.

Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности не должна размещаться: в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции; на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов; в теле- и радиопрограммах, при кино- и видеообслуживании; на всех видах транспортных средств общего пользования и на объектах транспортной инфраструктуры; посредством наружной рекламы; в детских, образовательных, санаторно-курортных, оздоровительных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях, в физкультурно-оздоровительных, спортивных сооружениях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Реклама медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности должна сопровождаться предупреждением о возможности бесплодия и иных вредных последствий для здоровья женщины (не менее 10% рекламной площади/пространства).



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.



Недобросовестная конкуренция

Совокупность признаков, признаваемых антимонопольным законодательством недобросовестной конкуренцией:

- наличие конкурентных отношений между хозяйствующими субъектами;
- направленность действий на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности;
- действия противоречащие действующему законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
- возможность причинения убытков такими действиями, либо причинение реальных убытков/упущенной выгоды.



Ответственность за недобросовестную конкуренцию и ненадлежащую рекламу

Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена ответственность:

Недобросовестная конкуренция влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 12 до 20000 тысяч рублей; на юридических лиц - от 100000 до 500000 рублей. (часть 1 статьи 14.33 Кодекса).

Недобросовестная конкуренция выразившаяся во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности, -влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере 20000 рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц - от 1% до 15% размера суммы выручки правонарушителя от реализации товара (работы, услуги), на рынке которого совершено правонарушение, но не менее 100000 рублей. (часть 1 статьи 14.33 Кодекса).

Лица, права и интересы которых нарушены в результате нарушения антимонопольного законодательства, вправе обратиться в установленном порядке в суд, арбитражный суд с исками, в том числе с исками о восстановлении нарушенных прав, возмещении убытков, включая упущенную выгоду, возмещении вреда, причиненного имуществу. (часть 3 статьи 37 ФЗ «О защите конкуренции»)

Ненадлежащая реклама влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от 2000 до 2500 рублей; на должностных лиц - от 4000 до 20000 рублей; на юридических лиц - от 100000 до 500000 рублей.



Статистика Воронежского УФАС России дел по пресечению ненадлежащей рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения

В 2011 году:

Рассмотрено дел по признакам нарушения законодательства о рекламе - 7

Выдано предписаний - 9

Вынесено 7 постановлений о наложении штрафа за ненадлежащую рекламу. Общая сумма штрафа – 29200 руб.

В 2012 году:

Рассмотрено дел по признакам нарушения законодательства о рекламе - 10

Выдано предписаний - 14

Вынесено 13 постановлений о наложении штрафа за ненадлежащую рекламу. Общая сумма штрафа –177000 руб.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

www.voronezh.fas.gov.ru