ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 25 сентября 2017 г. N АК/65861/17

О РЕКЛАМЕ

МЕТОДОВ ПРОФИЛАКТИКИ, ДИАГНОСТИКИ, ЛЕЧЕНИЯ

И МЕДИЦИНСКОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ

В соответствии с [пунктом 26](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA36E3818027ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D892891BvEP8N) Плана оказания методической помощи территориальным органам ФАС России в 2017 году, утвержденным приказом ФАС России от 17.04.2017 N 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE2EvDPFN) Федерального закона "О рекламе".

Положения указанной [статьи](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE2EvDPFN) 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D9v9P6N) 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE2EvDP0N) 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8v9P2N) 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8v9P2N) "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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8928819vEP0N) данного Федерального закона, так и специальным требованиям к рекламе, установленным [частью 3 статьи 24](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE2EvDP0N) указанного Федерального закона.

При этом указывать в такой рекламе предупреждение, предусмотренное [частью 7 статьи 24](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8v9P2N) Федерального закона "О рекламе", не требуется.

Необходимо отметить, что требования [части 8 статьи 24](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D9v9P6N) 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8928A15vEP7N) - [5 части 1](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8928A15vEP8N) и [части 7 статьи 24](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8v9P2N) Федерального закона "О рекламе", а также общих требований, установленных [статьей 5](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8928819vEP0N) 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA6653916037ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D892881CvEP1N) медицинских услуг, утвержденной приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 27.12.2011 N 1664н (далее - Номенклатура).

При этом указание в рекламе способов воздействия на организм человека, полностью совпадающих с наименованием медицинских услуг, содержащихся в [Номенклатуре](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA6653916037ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D892881CvEP1N), 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA06B3919037ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D8928D1EvEP8N) Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации N 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D9v9P6N) Федерального закона "О рекламе" не нарушает.

При этом суды отмечают ([Определение](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022E86FA0C43E85DA6643C15097ACDBD35001FFEv3P2N) Верховного Суда РФ от 27.10.2016 N 303-КГ16-8450 по делу N 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](consultantplus://offline/ref=609FA64C60AAB6FA71022395EF0C43E85BA0693E14007ACDBD35001FFE32A1D95189EE26D9v9P6N) Закона о рекламе.

А.Б.КАШЕВАРОВ