

# Информационное письмо

## Рекомендации по рекламе безрецептурных лекарственных средств

16 января 2019

### Уважаемые дамы и господа!

В течении 2017-2018 гг. Федеральная Антимонопольная Служба («ФАС») уделяла пристальное внимание рекламе безрецептурных лекарств и выявила большое количество нарушений законодательства о рекламе фармацевтическими компаниями.

В данных условиях в конце 2018 г. ФАС в сотрудничестве с Ассоциацией международных фармацевтических производителей и другими представителями фармацевтического рынка разработали Рекомендации по соблюдению законодательства о рекламе безрецептурных лекарственных средств («Рекомендации»).

Указанные Рекомендации были разработаны на основе анализа судебной практики и практики ФАС последних лет и содержат важные подходы ФАС к спорным вопросам, которые возникают в рекламе безрецептурных лекарственных средств в России.

Ожидается, что при рассмотрении последующих дел ФАС будет руководствоваться указанными Рекомендациями, что весьма ценно при производстве и оценке рекламы лекарственных средств.

Для вашего удобства мы подготовили краткое изложение наиболее важных рекомендаций, которые следует принять во внимание.

### 1 Недостоверная реклама

Реклама является недостоверной в случае, если характеристики терапевтического действия, информация о лечебном эффекте и лечебных свойствах не подтверждаются:

- утверждённой инструкцией по применению;
- стандартами медицинской помощи и другими документами, утверждёнными Минздравом.

Согласно Рекомендациям, разрешается использовать общеупотребительные слова, например, «насморк, кашель, простуда», при условии, что их медицинские синонимы содержатся в инструкции по применению.

### 2 Гарантия эффективности лекарства

Российское законодательство запрещает гарантировать положительное действие рекламируемого лекарственного средства. В то же время допускается указание на терапевтические свойства лекарственного препарата и на эффект от взаимодействия с организмом пациента. ФАС рекомендует использовать слова и выражения, которые указывают на процесс, а не на результат действия. При этом важно, чтобы эти свойства лекарства соответствовали инструкции.

Допустимо использовать следующие формулировки:

- Глаголы / глагольные формы несовершенного вида, указывающие на процесс (*лечит, способствует лечению, воздействует на симптомы, помогает облегчить симптомы и т.д.*);
- Существительные / словосочетания, не указывающие на неизбежное наступление результата (*заболевание, симптомы (включая конкретные виды симптомов), помогает (способствует) восстановлению*);
- Указывание на время всасывания в единицах (*в течении двух минут препарат начинает всасываться*);
- Указания на показания и свойства (*для снятия боли, направлен на лечение, обладает спазмолитическим эффектом*).

### 3 Слова «быстро», «мгновенно», «моментально» недопустимы в рекламе

Недопустимо использование слов «*быстро*», «*мгновенно*», «*моментально*» при характеристике времени терапевтического действия, лечебного эффекта, лечебных свойств. В отношении других характеристик препарата использование этих слов допустимо, например, «*быстро растворяется*», «*долго хранится*».

### 4 Создание у здорового человека впечатления о необходимости применения лекарства

В соответствии с российским законодательством запрещается убеждать здорового человека применять рекламируемые лекарства. Если препарат используется не только для лечения, но и для профилактики, то это должно быть прямо указано. Недопустимо использовать следующие выражения: «*всем следует применять*», «*у очень многих часто возникает*».

### 5 Предположения о наличии заболевания у потребителя

В рекламе запрещается использовать утверждения или предположения о наличии заболевания или симптомов заболеваний у потребителя рекламы. Например, недопустимыми являются следующие выражения:

- Кашляете?
- Чихаете?
- Головная боль?
- Кажется, вы заболеваете...
- Вы больны гриппом и т.д.

Можно упоминать симптомы, которые указаны в самой инструкции по применению, например, «*при кашле*», «*при простуде*». Также разрешено использовать информацию о цели или намерении облегчить симптом, например, «*чтобы кашель прошёл*».

Надеемся, предоставленная информация окажется для Вас полезной. Если кто-то из Ваших коллег также хотел бы получать наши информационные письма, пожалуйста, направьте нам его электронный адрес в ответ на это сообщение. Если Вы хотите больше узнать о нашем опыте в **Фармацевтике и Здравоохранении**, пожалуйста, сообщите об этом в ответном письме — мы будем рады направить Вам наши материалы.

*Примечание: Обращаем Ваше внимание на то, что вся информация была взята из открытых источников. Автор данного письма не несет ответственность за последствия, возникшие в результате принятия решений на основе данной информации.*

В случае возникновения вопросов, пожалуйста, свяжитесь с Партнером АЛРУД

С уважением,  
Юридическая фирма АЛРУД



**Мария  
Остащенко**

**Партнер**

Интеллектуальная  
собственность, Фармацевтика  
и Здравоохранение

E: [mostashenko@alrud.com](mailto:mostashenko@alrud.com)