

Какой должна быть реклама лекарств

18 апреля 2017, 13:41

Разъяснили Николай Карташов и Ирина Василенкова участникам круглого стола VEGAS LEX

Начальник управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Николай Карташов и заместитель начальника управления Ирина Василенкова в рамках круглого стола "Реклама лекарственных препаратов: критерии добросовестной практики?" ответили на острые, актуальные вопросы фармпроизводителей и представителей профессиональных ассоциаций.

Управляющий партнер VEGAS LEX Александр Ситников в приветственном слове поблагодарил ФАС России за возможность проведения открытого и прямого диалога с представителями фармбизнеса. Руководитель проектов Фармацевтического направления VEGAS LEX Мария Борзова рассказала о ключевых толкованиях законодательства, складывающихся в правоприменительной практике. Эксперт привела перечень слов-индикаторов, использование которых в рекламе может свидетельствовать о признаках нарушения Закона о рекламе, а также обратилась к представителям ФАС с рядом неоднозначных вопросов, связанных с механизмами оценки содержания рекламных материалов и инструментами доказывания.

В свою очередь, Николай Карташов отметил возросшее количество нарушений законодательства о рекламе в фармацевтической отрасли и призвал участников дискуссии внимательнее относиться к информации, доносимой до потребителя. Представитель ФАС подчеркнул «серьезность отраслевых норм, относящихся к рекламе лекарственных препаратов», однако уточнил, что «Служба не поддерживает введение каких-либо дополнительных ограничений, поскольку надеется на ответственное и конструктивное поведение производителей, а также саморегулирование отрасли в этом направлении».

Далее Ирина Василенкова обозначила подходы ведомства к оценке содержания рекламных материалов и способов доведения информации до потребителя (аудиовизуальный ряд, ссылки, сноски и т.д.). Спикер ответила на ряд вопросов участников круглого стола, указав, вместе с тем, что «к оценке рекламных материалов необходимо подходить индивидуально, а не абстрактно».

В заключение мероприятия Николай Карташов обратил внимание на возможность участия представителей фармкомпаний в заседаниях Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и Экспертного совета по применению антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции. В ответ представители фармрынка выразили готовность принять участие в разработке отраслевого руководства в виде глоссария/гайдлайна, содержащего допустимые и не рекомендованные практики фармпроизводителей, как рекламодателей при рекламировании лекарственных препаратов.