

НЕДОСТОВЕРНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ХАРАКТЕРИСТИКАХ ТОВАРА. СООБЩЕНИЕ О СВОЙСТВАХ ПРЕПАРАТОВ, ВЫХОДЯЩИХ ЗА ПРЕДЕЛЫ ПОКАЗАНИЙ В ИНСТРУКЦИЯХ ПО ПРИМЕНЕНИЮ

Нормы закона

"Недостовойной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: ... о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара" ([пункт 2 части 3 статьи 5](#) Закона о рекламе).

"Сообщение в рекламе о свойствах и характеристиках, в том числе о способах применения и использования, лекарственных препаратов и медицинских изделий допускается только в пределах показаний, содержащихся в утвержденных в установленном порядке инструкциях по применению и использованию таких объектов рекламирования" ([часть 6 статьи 24](#) Закона о рекламе).

Предлагаемые рекомендации

2.2.1. Рекламные материалы о лекарственном препарате должны соответствовать утвержденной в установленном порядке инструкции по медицинскому применению лекарственного препарата ([часть 2 статьи 67](#) Федерального закона от 12.04.2010 г. N 61-ФЗ "Об обращении лекарственных средств").

Информация о характеристиках терапевтического действия рекламируемого препарата, его лечебном эффекте, лечебных свойствах препарата, содержащаяся в рекламе, подтверждается одним из следующих документов:

- 1) инструкцией по медицинскому применению лекарственного препарата, утвержденной в установленном порядке;
- 2) стандартами медицинской помощи, утвержденными Министерством здравоохранения Российской Федерации;

3) иными документами, утвержденными или согласованными Министерством здравоохранения Российской Федерации в пределах его компетенции.

2.2.2. Информация о характеристиках терапевтического действия рекламируемого препарата, его лечебном эффекте, лечебных свойствах препарата, содержащаяся в рекламе, также может подтверждаться иными документами и источниками, в том числе в электронном виде, в случае, если их содержание не противоречит инструкции по применению.

При рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства о рекламе достоверность и актуальность данных документов доказывается рекламодателем.

2.2.3. В рекламе допустимо использовать общеупотребительные слова - синонимы указанных в инструкции показаний к применению (например, "насморк", "кашель", "простуда"), однако смысл таких слов не должен выходить за рамки инструкции.

При приведении в рекламе или письме рекламодателя ссылки на исследования или публикации необходимо указывать дату и источник соответствующей информации.

Реклама не должна сообщать о дополнительных показаниях к применению, дозах, режимах дозирования, популяциях пациентов, длительности терапии и содержать другие сведения, противоречащие инструкции по применению.