



Саморегулирование в сфере рекламы: обзор российского опыта

Елена Трусова, Партнер практики по разрешению споров
и IP/Digital

Goltsblat BLP

7 декабря 2017

www.gblplaw.com

GOLTSBLAT | BLP

Основы саморегулирования в России



Федеральный Закон № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях»

- Определяет структуру саморегулируемой организации, ее полномочия и порядок работы и взаимодействия с государством



Концепция совершенствования механизмов саморегулирования

- Определяет направления деятельности для развития института саморегулирования в России

**Микрофинансовые
организации**
(«Микрофинансирование и
Развитие»)

Торговля
(АКОРТ)

Примеры существующих СРО:

Строители
(«Строительный
ресурс»)

**Арбитражные
управляющие**
(РОСГАУ)

Основы саморегулирования в России

Закон о рекламе: права саморегулируемой организации

Участвовать в рассмотрении антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения членами саморегулируемой организации законодательства Российской Федерации о рекламе



Разрабатывать, устанавливать и опубликовывать правила профессиональной деятельности в сфере рекламы



Осуществлять контроль за соблюдением требований закона и обязательных правил, в том числе требований профессиональной этики



Рассматривать жалобы на действия члена саморегулируемой организации



Применять в отношении членов саморегулируемой организации меры ответственности, в том числе исключение из членов саморегулируемой организации



СРО в сфере рекламы

- **1995 г.:** Присоединение России к кодексу ICC
- **1997 г.:** Разработан и подписан Свод обычаев и правил делового оборота рекламы
- **2012 г.:** АКАР и Русбренд разработали **Кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций**, устанавливающий этические правила для участников рекламного рынка
- **2017 г.:** Русбренд и ФАС подписали **Меморандум**, предусматривающий механизм рассмотрения споров в области рекламы и маркетинговых коммуникаций

Опыт Союза Пивоваров

БЕЗАЛКОГОЛЬНОЕ ПИВО

«Из рекламы должно четко следовать, что **объектом рекламирования является именно безалкогольное пиво**, а не алкогольное пиво, на что указывает следующая **пиктограмма** в рекламе» (Письмо ФАС от 15.06.2016 № СП/40322/16):



ДО этого письма:

- Экспертный совет ФАС одобрил данную пиктограмму + проект сценария рекламного ролика пива «Амстел» (ноябрь 2015);
- Совет Союза российских пивоваров одобрил «**Кодекс коммерческих коммуникаций о безалкогольной продукции на основе пива**» (февраль 2016 года).

Опыт AIPM



- Ассоциация международных фармацевтических производителей (AIPM) была создана в 1994 году и представляет **более 50 международных компаний**
- В 1998 году был принят **Кодекс надлежащей практики AIPM**, предусматривающий требования к рекламе лекарств и процедуру разрешения споров
- При AIPM действует **Постоянная группа по рассмотрению споров** по рекламе
- Споры носят **конфиденциальный характер**

Аналитический Обзор и проект Рекомендаций

ГОЛТСБЛАТ **BIP**
The Russian Office of Batten, Batten, Fetter & Perlman
Офис ОГУ «Голтсблат», Москва, 125009, Бульвар Деловых Центров, д. 5, Апартаменты 1001, Каб. 1, Телефон: +7 (495) 207-44-00, Факс: +7 (495) 207-44-01, E-mail: moscow.goltsblat.com
Ассоциация «Российская Ассоциация Бизнеса», Третьяковская наб., д. 9, стр. 1, Москва, 125009, Россия, Телефон: +7 (495) 207-44-44, Факс: +7 (495) 207-44-40, www.goltsblat.com

 **AEB**
Association of European Businesses

 **AIPM**
The Association of Professional Medical Societies

 **СПФО** 5

ОБЗОР ПРАКТИКИ ФАС РОССИИ И СУДОВ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ О РЕКЛАМЕ БЕЗРЕЦЕПТУРНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ (СОВМЕСТНО С РЕКОМЕНДАЦИЯМИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Введение	3
2. Некорректные заявления и недостоверные пропозиции	5
3. Суррогатная реклама	13
4. Недостоверные сведения о характеристиках товара. Сообщение о свойствах производителей, вызывающих за пределы показаний в инструкции по применению	18
5. Отсутствие части существенной информации о рекламируемом товаре	22
6. Использование в рекламе образов медицинских и фармацевтических работников	25
7. Гарантии эффективности	28
8. Реклама не должна способствовать созданию у широкого человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования	35
9. Продвижение в качестве заболеваний	38
10. Отсутствие предупреждения о противопоказаниях, недоброкачественности назначения с инструкцией или получением консультации специалиста	41
11. Некорректные и экспрессивные образы	44
12. Использование в рекламе слова «быстро» и синонимичных с ним слов	47
13. Доказательства	54

Крупнейшими ассоциациями **AEB, AIPM, АРФП, СПФО и АКАР** в сотрудничестве с юридической фирмой **Goltsblat BLP** разработан **Аналитический Обзор практики по рекламе лекарственных средств и Проект Рекомендаций** для последующего диалога с ФАС.

Аналитический Обзор и проект Рекомендаций

BCE

наиболее авторитетные профессиональные ассоциации объединили усилия для подготовки Обзора и рекомендаций



Association of European Businesses



Association of International Pharmaceutical Manufacturers



GOLTSBLAT | BLP

The Russian practice of Berwin Leighton Paisner
консультанты – авторы Обзора

>100

фармкомпаний участвовали в обсуждении
+ АКАР и НРА

8

юристов Гольцблат БЛП были вовлечены в подготовку Обзора и рекомендаций

>90 дней

велась работа над Обзором и рекомендациями

Для подготовки Обзора было проанализировано

>350

решений ФАС и судов по делам о рекламе

85

решений подробно проанализированы в Обзоре

>30 дней

Обзора и рекомендаций с ассоциациями и компаниями

57

страниц занимает текст Обзора и рекомендаций

Цели подготовки Обзора и Рекомендаций

01

Унификация подходов фармацевтической индустрии к правоприменению при рекламировании лекарственных средств

02

Публикация ФАС рекомендаций по соблюдению требований законодательства о рекламе лекарственных средств

03

Постоянный диалог индустрии с ФАС

04

Потенциальное снижение внимания ФАС к рекламе лекарственных средств

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Сведения о докладчике: Елена Трусова



Партнер, Практика по разрешению споров и IP/Digital

- Адвокат, патентный поверенный
- Елена специализируется на разрешении споров и консультировании по вопросам, связанным с применением антимонопольного законодательства, рекламой, защитой интеллектуальной собственности, недвижимостью, банкротством, строительным подрядом.
- Елена обладает большим опытом по сопровождению коммерческих споров в арбитражных судах и в судах общей юрисдикции, а также опытом по ведению международных арбитражей (МКАС, SCC, LCIA). Елена регулярно представляет интересы клиентов в Федеральной антимонопольной службе России и ее территориальных органах, арбитражных судах всех инстанций, международном коммерческом арбитраже, Палате по патентным спорам. В числе клиентов Елены крупные производители косметики, автомобильные компании, производители строительных материалов, санитарных средств, крупные торговые и пищевые компании.
- На протяжении нескольких лет ведущие международные юридические справочники **The European Legal 500**, **Chambers & Partners** рекомендуют Елену Трусову как ключевого специалиста в области разрешения споров и в области интеллектуальной собственности: «**Елена Трусова, руководитель практики, является признанным экспертом в области ведения споров, касающихся интеллектуальной собственности. Клиенты особо подчеркивают ее выдающиеся ораторские способности, а также умение четко и ясно излагать сложные и запутанные аргументы**» (*Chambers Europe 2015*).
- «Клиенты восторженно отзываются о руководителе практики Елене Трусовой: «**Она - неиссякаемый источник идей, замечательный стратег и тактик. Если Елена берется за какое-то дело, то можете быть уверены, что будет сделано все возможное**» (*Chambers Global 2016*).
- Елена также входит в список Лучших Юристов России в области Судебного производства, Международного Арбитража, Арбитража и Медиации, по версии юридического сообщества, согласно исследованиям международного юридического справочника **Best Lawyers 2012 – 2017**.

Контактная информация

Елена Трусова

Тел.: +7 495 287 44 44

Email: Elena.Trusova@gblplaw.com

Комплекс «Город столиц» в ММДЦ «Москва-Сити»

Пресненская наб., д. 8, стр. 1

Москва, 123100, Россия

Тел.: +7 495 287 44 44

Факс: +7 495 287 44 45

Email: info@gblplaw.com

www.gblplaw.com