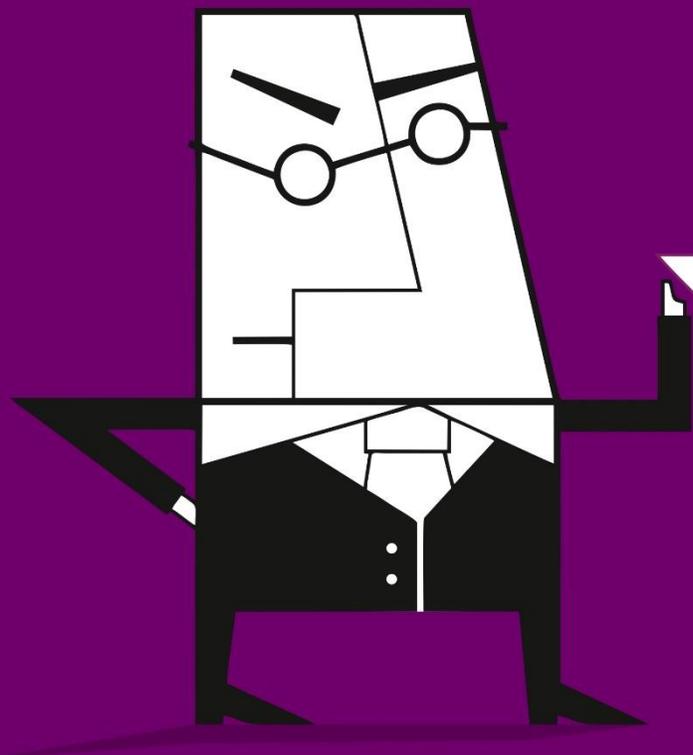




**@PG\_Tax**

Telegram-канал о налогах  
и налоговых спорах



**π<sup>g</sup>**  
pereliaev group®

## Взаимодействие со специалистами здравоохранения

**Мария Никонова**

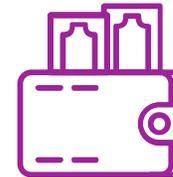
к.ю.н., партнер, адвокат

2021

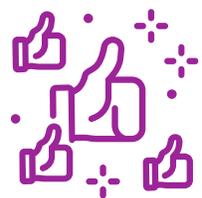
[www.pgplaw.ru](http://www.pgplaw.ru)



запрет приема представителей фармкомпаний, за искл. мероприятий, направленных на повышение профессионального уровня или на предоставление информации, связанной с осуществлением мониторинга безопасности



запрет принимать от фармкомпаний подарки и денежные средства (за искл. вознаграждений по договорам при проведении КИ, и вознаграждений, связанных с осуществлением медицинским работником педагогической и (или) научной деятельности)



запрет заключать с фармкомпанией соглашения о назначении или рекомендации пациентам лекарственных препаратов



целью такого взаимодействия должно быть предоставление специалистам здравоохранения новой информации о фармпродуктах, обеспечение их информацией научного и образовательного характера, а также поддержка научных и клинических исследований



для целей налога на прибыль  
расходы на рекламу нормируются,  
за искл. прямо предусмотренных  
кодексом видов рекламы  
(п. 4 ст. 264 НК РФ)



для целей НДС место реализации  
при оказании *«консультационных,  
юридических, бухгалтерских,  
аудиторских, инжиниринговых,  
рекламных, маркетинговых услуг,  
услуг по обработке информации»,  
«услуг образования (обучения)»* и  
других услуг различается  
(п. 1 ст. 148 НК РФ)



**информация**

направленность информации на привлечение внимания к **объекту рекламирования**, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке



любой способ распространения информации, в любой форме и с использованием **любых средств**



адресована информация **неопределенному кругу лиц**

*«... под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена»*

## **Письмо ФАС от 5 апреля 2007 г. № АЦ/4624**

*«под рекламой понимается определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта рекламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресному списку».*

## **Письмо ФАС от 20 июня 2018 г. № АД/45557/18**





«... реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие лица, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако направленность рекламы на неопределенный круг оценивается лиц исходя из выбранного способа и средства распространения рекламы, а также содержания самой рекламной информации. Если **рекламная информация представляет интерес и доступна также и иным лицам**, не только входящим в ее целевую аудиторию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

**Письмо ФАС от 20 июня 2018 г. № АД/45557/18**



## **Письмо Минфина от 9 августа 2013 г. № 03-03-06/1/32239**

*«расходы организации на проведение научных конференций, тематических семинаров, симпозиумов с целью привлечения новых клиентов относятся к иным видам рекламы и учитываются для целей налогообложения прибыли в размере, не превышающем 1 процента выручки от реализации».*



## **Постановление АС МО от 16.10.2012 № А40-13384/12-75-64**

*«налогоплательщик проводил научно-практические лекции и предоставлял лечащим врачам информацию о современных методах лечения заболеваний, новейших лекарственных препаратах и т.п. Данные мероприятия организовывались специализированными лечебными учреждениями, и целью их проведения являлось не рекламирование медицинских препаратов, а повышение профессионального уровня врачей для правильного применения современных методик лечения и новейших лекарственных средств, обмен передовым опытом. Лекции не могут быть квалифицированы как реклама, поскольку они носят справочно-информационный, аналитический, научный характер и не имеют в качестве основной цели продвижение товара на рынке».*

Закон «О рекламе» не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке (подп. 3 п. 2 ст. 2)

## НО...

*«продвижение товаров – это действия, направленные на повышение интереса потребителя к товару с целью увеличения потребительского спроса и расширения рынка сбыта данного товара», «совокупность разных мер, усилий, действий, предпринимаемых в целях повышения спроса на товары, увеличения их сбыта, расширения рыночного поля товаров» (ГОСТ Р 58147.1-2018, Информационное письмо Роспатента от 23.12.2011 № 2)*

Письма ФНС России от 21.07.2006 № 03-4-03/1379 и 20.02.2006 № ММ-6-03/183@, *«маркетинг - это предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю», а также «деятельность по изучению текущего рынка сбыта».*

# Квалификация для целей определения места реализации

Российская Федерация

Иностранное государство



Договор  
маркетинговых  
услуг

Посещение работников  
здравоохранения с целью  
информирования

Реклама и маркетинг? – по месту  
покупателя  
или  
другие B2B услуги или услуги по  
образованию (обучению) -  
облагаются НДС по месту нахождения  
продавца

## Посещение врачей с целью их информирования о способах применения лекарственных средств

п. 89 Комментариев ОЭСР к статье 5 Модельной конвенции

В нем содержится описание тех ситуаций, которые не приводят к образованию постоянного представительства. И в качестве примера указано: *«если представители фармацевтического предприятия активно продвигают лекарственные препараты, производимые этим предприятием, связываясь с врачами, которые впоследствии выписывают эти препараты»*, постоянного представительства не возникает, поскольку *«такая маркетинговая деятельность не приводит напрямую к заключению договоров между врачами и предприятием, так что соответствующий параграф не применяется, даже если в результате такой маркетинговой деятельности продажи этих препаратов могут значительно возрасти»*.

Российская Федерация

Иностранное государство



Договор  
маркетинговых  
услуг



## Основные и вспомогательные услуги:

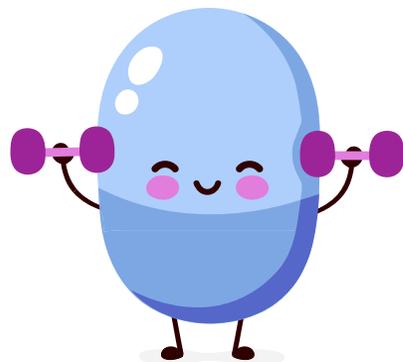
Маркетинговые услуги,  
направленные на продвижение  
лекарственных препаратов в РФ

Информирование врачей о  
лекарственных препаратах

Заказчик оплачивает комплекс  
маркетинговых услуг, целью которого  
является продвижение товаров,  
вспомогательная услуга не может  
быть потреблена без потребления  
основной услуги

АІРМ: привлечение специалистов здравоохранения (НСР) в целях:

- информирования о фармацевтических продуктах и/или обеспечения их информацией научного или образовательного характера в сфере здравоохранения или фармацевтики
- оказания услуг научного и педагогического характера



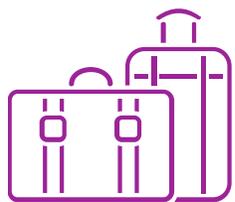
## активное участие

НСР участвуют в лекциях, семинарах, круглых столах на возмездной основе

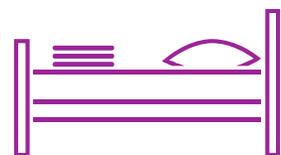


## пассивное участие

НСР оказывается поддержка в посещении образовательных мероприятий с оплатой сопутствующих расходов



проезд



проживание



питание



другое

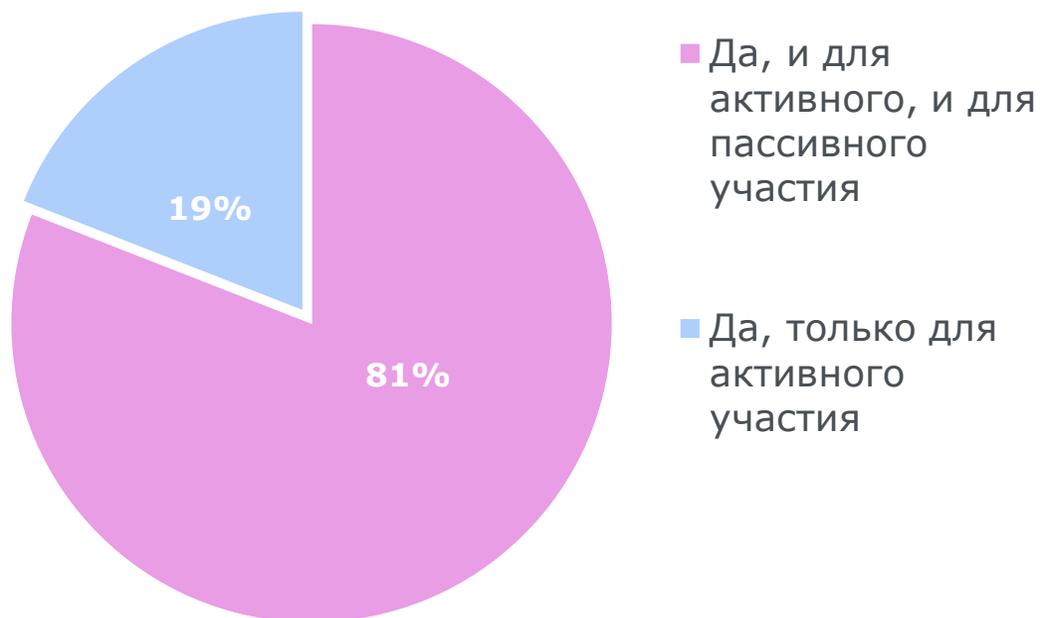
оплата «за»  
НСР

возмещение  
расходов НСР

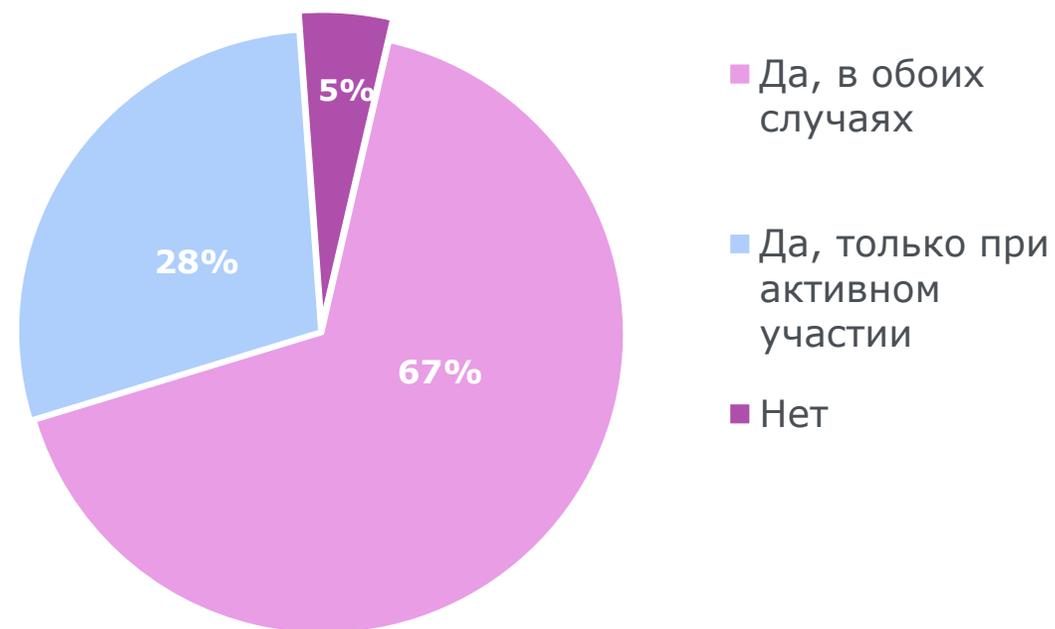
привлечение  
агентства

МИКС  
вариантов

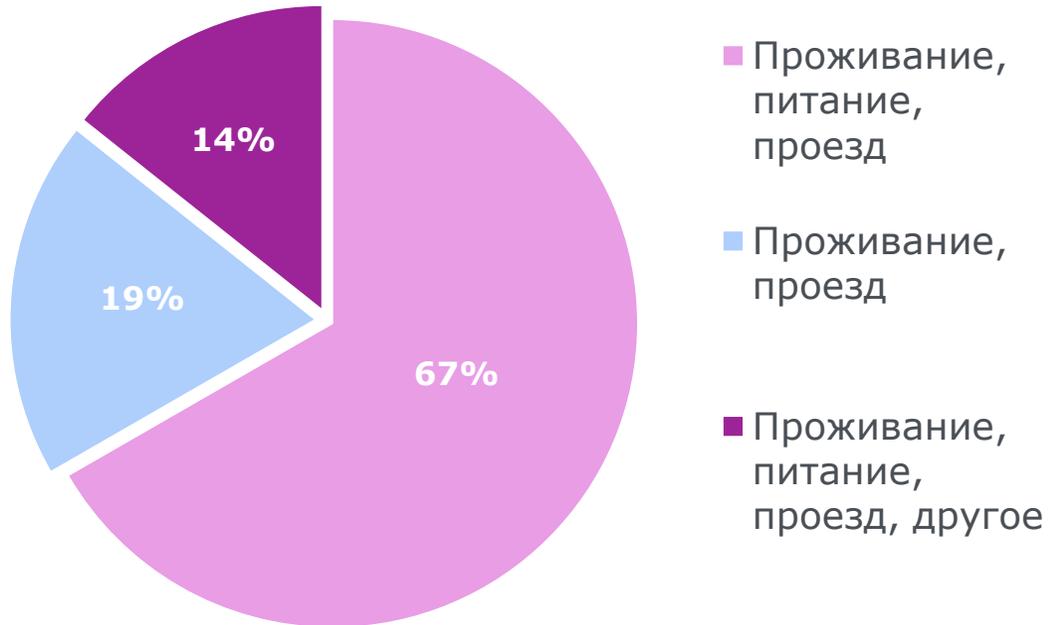
Привлекаете ли вы специалистов здравоохранения к активному или пассивному участию в мероприятиях?



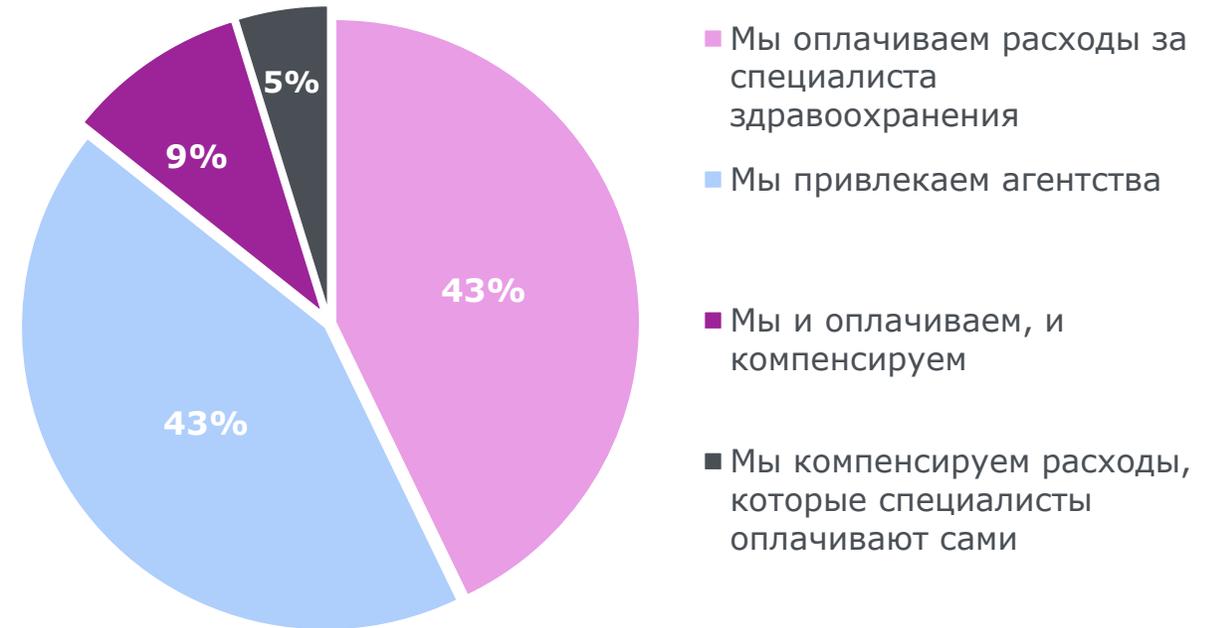
Оплачиваете ли вы расходы на гостеприимство (проезд, проживание, питание) привлекаемых специалистов здравоохранения?

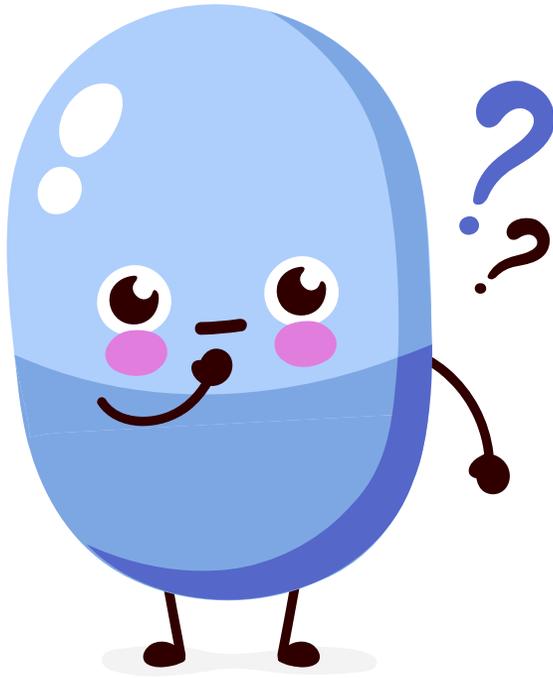


Какие расходы на гостеприимство специалистов здравоохранения вы оплачиваете?



Как оплачиваются расходы на гостеприимство?





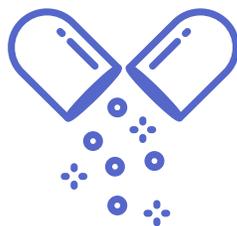
- «получение физическим лицом благ в виде оплаченных за него товаров (работ, услуг) и имущественных прав не облагается налогом, **если предоставление таких благ обусловлено, прежде всего, интересом передающего (оплачивающего) их лица**»;
- «...при решении вопроса о возникновении дохода... необходимо учитывать направленность затрат... на удовлетворение личных потребностей физического лица, либо **на достижение целей, преследуемых плательщиком, например, работодателем**»;
- «одно лишь то обстоятельство, что в результате предоставления гражданину оплаченных за него благ в определенной мере удовлетворяются личные потребности физического лица, не является достаточным для вывода о возникновении дохода в натуральной форме, облагаемого налогом».

Обзор практики по главе 23 НК РФ, утв. Президиумом ВС РФ 21.10.2015



## позиция Минфина

Напр. письмо Минфина России от 28 сентября 2020 г. № 03-04-06/84695



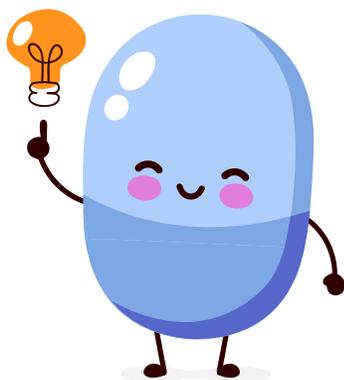
## значимые риски

при активном участии возможно  
взыскание налога (п. 9 ст. 226 НК РФ)



## работа через агентства

налоговый агент - от которых или в  
результате отношений с которыми  
налогоплательщик получил доходы (ст.  
226 НК РФ)



## объекта нет?

выплаты и иные вознаграждения в пользу физических лиц по гражданско-правовым договорам, предметом которых является оказание услуг

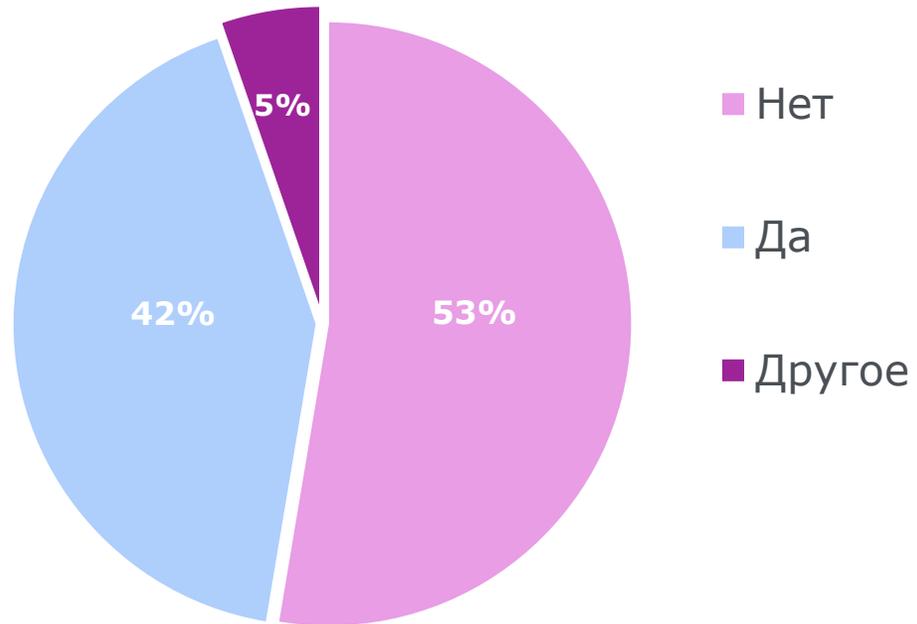


## появилось исключение

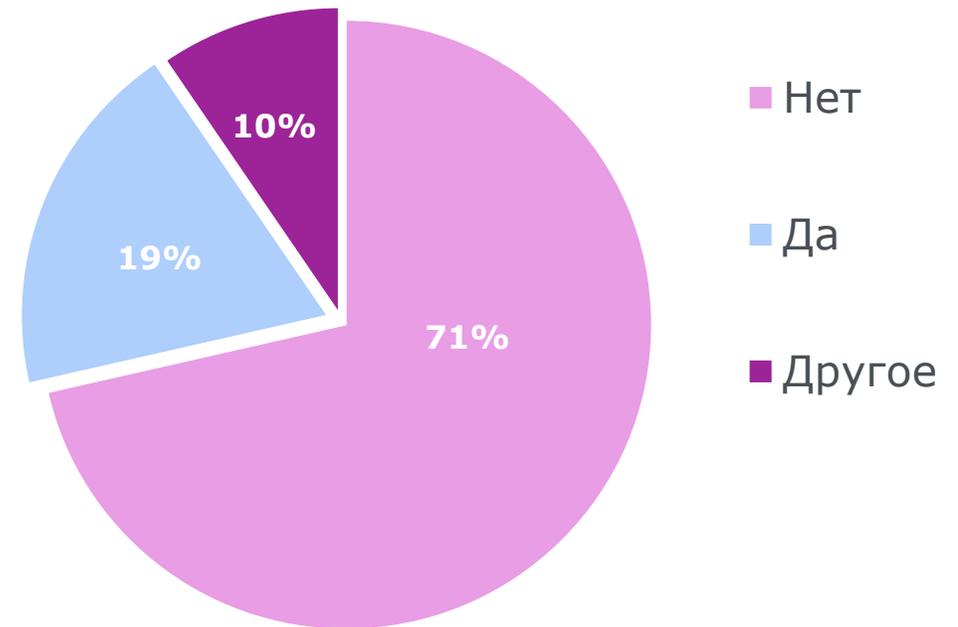
не облагаются страховыми взносами

*«суммы, выплачиваемые плательщиком на **возмещение** фактически произведенных и документально подтвержденных расходов физического лица, связанных с выполнением работ, оказанием услуг по договорам гражданско-правового характера, **а также оплата** плательщиком таких расходов» (п. 16 ст. 422 НК РФ)*

Удерживаете ли вы НДФЛ с расходов на гостеприимство при активном участии?



Сообщаете ли вы налоговому органу о невозможности удержания НДФЛ по расходам на гостеприимство по пассивному участию?



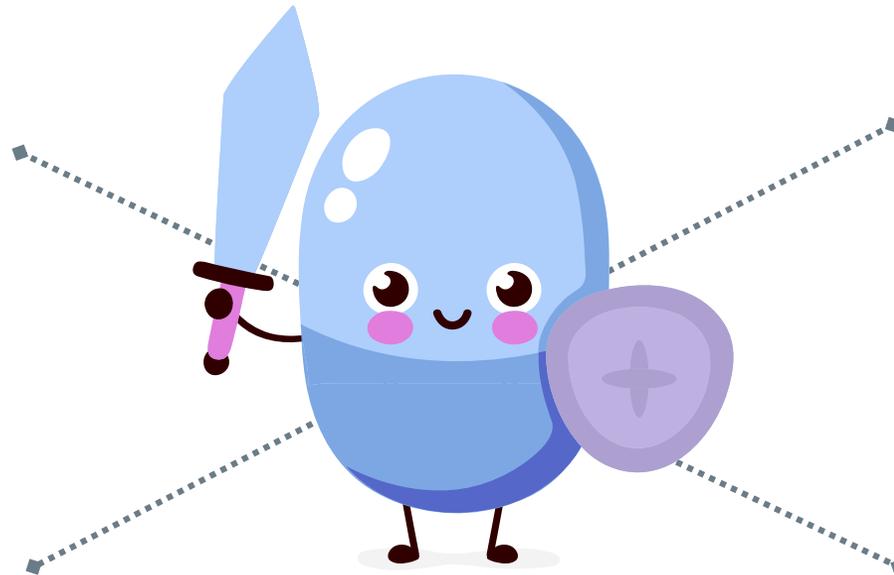
Уплачиваете ли вы страховые взносы с расходов на гостеприимство?



# Облагать или нет?

активное или  
пассивное участие?

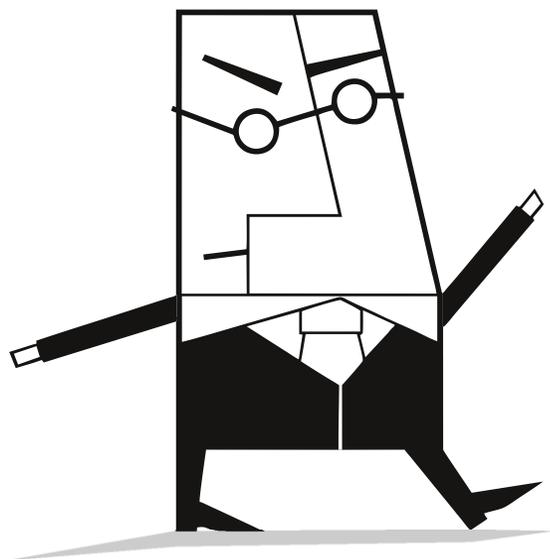
как оплачиваются  
расходы на  
гостеприимство?



какие расходы на  
гостеприимство?

какие документы  
оформлены?

# Контактная информация



- **Россия**  
Москва, Санкт-Петербург,  
Красноярск, Южно-Сахалинск,  
Владивосток
  - **Китай**  
Пекин, Шанхай
  - **Корея**
-  [www.pgplaw.ru](http://www.pgplaw.ru)
-  [m.nikonova@pgplaw.ru](mailto:m.nikonova@pgplaw.ru)
-  +7 (495) 767-00-07
-  +7 (495) 765-00-07