



“ 29 ” июль 2020 й. № 01-06/1842

**Иностранным представительством
фармкомпаний**

**Производителям лекарственных средств и
изделий медицинского назначения**

**Оптовым предприятиям реализующим
лекарственные средства, изделия
медицинского назначения и БАД
(по списку)**

Агентство по защите прав потребителей при Антимонопольном комитете Республики Узбекистан (далее – Агентство) является уполномоченным государственным органом по осуществлению единой государственной политики и координации деятельности государственных органов и организаций в сфере защиты прав потребителей и регулирования рекламного рынка.

В связи с продолжительным распространением коронавирусной инфекции практически во всех странах, в том числе и в Узбекистане, в ряде СМИ (телевидение, радио, печатные СМИ), интернете и социальных сетях начали рекламировать различные препараты. В рекламе таких препаратов используется разные вводящие в заблуждение заявления о наличии веществ и свойств, которые эффективны против вирусных заболеваний, в том числе от коронавирусной инфекции.

В то же время лекарства, приобретаемые (потребляемые) посредством такой рекламы, вызывают законные жалобы потребителей и пользователей социальных сетей. А также наносят ущерб здоровью и материальные убытки потребителям.

В соответствии со ст.6 Закона Республики Узбекистан «О рекламе», основными требованиями к рекламе являются законность, точность, достоверность, использование форм и средств, не причиняющих потребителю рекламы убытков, а также морального вреда.

Также, настоящим законом запрещается недостоверная реклама, которая в результате неточности, двусмысленности, преувеличения, умалчивания, вводит или может ввести в заблуждение потребителей рекламы, причинить убытки и моральный вред лицам (ст.13).

Исходя из вышеизложенного, во время пандемии коронавируса просим всех представителей фармацевтического рынка, рекламодателей и распространителей рекламы строго соблюдать требование законодательства о рекламе. А также воздерживаться от распространения недостоверной информации и попыток подорвать общественное доверие к лекарствам, медицинским услугам и не вводить в заблуждение потребителей, распространяя неточную информацию в рекламных средствах массовой информации.

Директор



Э. Хаитметов