



“09” ноябр 2020 й. № 01-06/3275

**Иностранным представительством  
фармацевтических компаний  
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.

Агентство внимательно следит за содержанием рекламы, особенно в период борьбы с пандемией и призывает все организации, ведущие деятельность в фармацевтической отрасли максимально внимательно и корректно выбирать формулировку для рекламы своих товаров, избегая злоупотребление и неточности, которые могут вводить потребителей в заблуждение относительно действия товаров на коронавирусную и другие типы инфекций.

*В законодательстве о рекламе имеется специальное требование к рекламе лекарственных средств, подлежащих безрецептурному отпуску, а именно она не должна представлять лекарственное средство как уникальное, наиболее эффективное, наиболее безопасное по отсутствию побочных эффектов. Однако, именно это требование чаще всего и нарушается указанными выше организациями, использующими в рекламе лекарств утверждения, которые вводят и могут ввести в заблуждение потребителей рекламы.*

*Как известно, применение лекарственных препаратов должно осуществляться строго в соответствии с инструкцией. То же правило распространяется и на рекламу лекарственных средств, сведения о свойствах и характеристиках препаратов допускается только в пределах показаний инструкции.*

Исходя из вышеизложенного, особенно 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 рекламах, опубликованных в средствах массовой информации и социальных сетях.

Директор



Э.Хаитметов