



Александр Чумаченко, юрист AEQUITAS

AEQUITAS

НОВЫЕ (СТАРЫЕ)

РЕГУЛЯЦИИ ПО РЕКЛАМЕ МЕДИЦИНСКИХ ТОВАРОВ

«Хотели как лучше,
а получилось как всегда.»

В.С. Черномырдин

Промомция (реклама) лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники (далее совместно — Медицинские товары) всегда являлась для фармацевтических компаний одной из наиболее важных составляющих успешного ведения бизнеса. Поэтому внимание фармацевтических компаний, представленных в Казахстане, на протяжении последнего года приковано к принимаемым законодателем изменениям и дополнениям в регуляции о рекламе в сфере здравоохранения.

Реформирование законодательства о рекламе в сфере здравоохранения началось еще в мае 2014 года с принятия поправок в Кодекс о здоровье и на настоящий момент фактически сводится к следующему:

- ✓ отменено разрешение на рекламу Медицинских товаров;
- ✓ уточнены запрещенные виды рекламы Медицинских товаров;
- ✓ установлен новый порядок осуществления рекламы Медицинских товаров.

Порядок осуществления рекламы Медицинских товаров определяется введенными с 28 апреля 2015 года правилами осуществления рекламы Медицинских товаров² (далее — Правила).

Правила, принятые, по всей видимости, в спешке (чтобы не оставлять без контроля со стороны государства распространение и размещение рекламы в сфере здравоохранения), и последние поправки в Кодекс о здоровье¹ (принятые параллельно с Правилами) вместо урегулирования пробелов в законодательстве и спорных вопросов только добавили новых вопросов.

РЕКЛАМА ИЛИ НЕ РЕКЛАМА?

В Правилах законодатель впервые определяет понятие рекламы Медицинских товаров, которое в большей своей части идентично общему понятию рекламы, установленному Законом о рекламе³.

Так, под рекламой Медицинских товаров понимается информация, соответствующая следующим признакам:

- ✓ информация распространяется и размещается в любой форме, с помощью любых средств;
- ✓ информация предназначена для неопределенного круга лиц;
- ✓ информация содержит отдельные сведения или совокупность сведений о Медицинских товарах;
- ✓ информация способствует продвижению и реализации Медицинских товаров.

Таким образом, рекламой Медицинских товаров является только та информация, которая одновременно соответствует всем перечисленным признакам. Установленное определение позволяет уполномоченным органам толковать его достаточно широко, и фактически к рекламе может быть отнесена большая часть информации о Медицинских товарах.

Правилами также установлены виды информации (документов), которая не относится к рекламе Медицинских товаров — т.е. в отношении такой информации не применяются соответствующие требования и не проводится

¹ Кодекс Республики Казахстан от 18 сентября 2009 года № 193-IV «О здоровье народа и системе здравоохранения».

² Утверждены приказом Министра здравоохранения и социального развития Республики Казахстан от 27 февраля 2015 года № 105.

³ Закон Республики Казахстан № 508-III от 19 декабря 2003 года «О рекламе».

