



# ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ КОМІТЕТ

www.itk.ua  
тел.: +380 44 353 13 98

Вих. №0403-01

від 03 квітня 2018 року

Голові Комітету Верховної Ради України  
з питань свободи слова та інформаційної  
політики

Сюмар Вікторії Петрівні

вул. М. Грушевського, 5, м. Київ, 01008

**Шановна Вікторіє Петрівно,**

Асоціація «Індустріальний Телевізійний Комітет» (надалі – «ІТК») – фахове об'єднання провідних телеканалів, що представляє інтереси телевізійної галузі України та дбає про захист своїх членів, засвідчуючи свою щирю повагу, звертається до Вас з приводу Проекту Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення реклами лікарських засобів, медичних виробів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, зареєстрованого за № 8136 від 15.03.2018 (далі по тексту – «Проект»).

З повагою ставлячись до стурбованості авторів законопроекту щодо питання самолікування, ІТК вважає Проект неприйнятним та таким, що не відповідає поставленій меті. Наша позиція ґрунтується на наступному:

1. Відповідно до Глави 15 «Політика з питань аудіовізуальної галузі» Розділу V Додатку XXXVI **Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом** і його державами-членами, Україна взяла на себе зобов'язання адаптувати законодавство у відповідності до Директиви №2007/65/ЄС від 11.12.2007р. про аудіовізуальні медіа-послуги, відповідно до якої **забороняється реклама виключно рецептурних лікарських препаратів**. Повна заборона реклами лікарських засобів суперечить стандартам Європейського Союзу та не відповідає світовому досвіду.

Зважаючи на те, що національне законодавство України вже є суворішим, ніж законодавство ЄС (Міністерство охорони здоров'я може визнати безрецептурний засіб таким, що заборонено рекламувати), вважаємо запропоновані зміни зайвими та такими, що не відповідають зобов'язанням України перед ЄС.

2. Запропонована Проектом **процедура погодження рекламних повідомлень лікарських засобів є контрарверсійною як по суті, так і по формі**.

Так, в минулому, Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» містив положення, які передбачали аналогічний обов'язок погодження змісту реклами біологічно активних добавок з Міністерством охорони здоров'я (надалі – «МОЗ»). В серпні 2015 року відповідні положення були вилучені із законодавства у зв'язку з тим, що передбачена процедура містила численні вади, не мала нормативів ані по строкам виконання, ані по критеріям погодження, через що реклама біологічно активних добавок була фактично заблокована або ставала заручником корупційної процедури, адже результат погодження повністю залежав від волі та настрою виконавців.

Проаналізувавши Проект можна побачити, що ним **передбачається аналогічна та дуже абстрактна процедура**, котра не має обмежень по часу (строкам). Критерії ж погодження змісту реклами, судячи із тексту Проекту, будуть погоджуватись Кабінетом Міністрів України, Міністерством охорони здоров'я та зацікавленими органами та відомствами вже після набрання законом чинності, що **означає повне блокування реклами лікарських засобів протягом 3-6 місяців**, які зазвичай необхідні

центральною владою виконавчої влади для приведення нормативно-правової бази у відповідність змінам у законодавстві.

Важливо зазначити, що обмеження реклами безрецептурних ліків у засобах масової інформації може підштовхнути виробників лікарських засобів (особливо тих, які не обмежені жорсткими корпоративними правилами та процедурами) до позаправових заходів із просування своєї продукції, зокрема, до неконтрольованого просування лікарських засобів у вигляді заохочень лікарів і провізорів, прямого розповсюдження рекламних повідомлень та зразків препаратів споживачам, рекламування під виглядом немедичних товарів тощо, що призведе до значних негативних наслідків для споживачів. У зв'язку з цим особливо важливо, щоб споживачі мали можливість вільно отримувати інформацію, пов'язану з доглядом за здоров'ям, зокрема, щодо лікарських засобів, що відпускаються без рецепту лікаря.

Також, зважаючи на те, що реклама є важливим джерелом доходів засобів масової інформації, жорсткі обмеження та заборони в цій сфері призведуть до суттєвого скорочення доходів медіа, що в умовах непростої економічної ситуації в Україні загрожує фактичним знищенням значної кількості недержавних ЗМІ.

**3. Уповноваження МОЗ на виконання функцій державного нагляду у сфері реклами, на нашу думку, є класичним прикладом надання органу виконавчої влади невластивих повноважень, адже зазначене міністерство жодним чином не забезпечене ресурсами, які б дали йому можливість виконувати відповідні повноваження.**

Також маємо звернути Вашу увагу на те, що на розгляді у Верховній Раді України вже протягом тривалого часу знаходиться низка інших законопроектів (зокрема законопроекти №3246 від 07.10.2015 року та №4465 від 18.04.2016 року), якими пропонується регулювання однакового з Проектом кола питань та сфери суспільних відносин, через що ми вважаємо за доцільне дослідити питання дотримання Регламенту Верховної Ради України при реєстрації Проекту.

Враховуючи вищевикладене, просимо Вас:

1. **Не підтримувати** Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення реклами лікарських засобів, медичних виробів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, зареєстрованого за № 8136 від 15.03.2018 та **рекомендувати Верховній Раді України відхилити його за результатами розгляду у першому читанні**.
2. Розглянути питання дотримання положень Регламенту Верховної Ради України щодо реєстрації альтернативних законопроектів при реєстрації Проекту № 8136 від 15.03.2018 та щодо можливості його подальшого розгляду у цілому.

Сподіваючись на розуміння та підтримку,

З повагою,

**Виконавчий директор Асоціації  
«Індустріальний Телевізійний Комітет»**



**Сьомкін С.В.**

Індустріальний Телевізійний Комітет (ІТК)— це фахове об'єднання провідних телеканалів, медійних агенцій та рекламодавців, що представляє інтереси телевізійної галузі України та дбає про захист своїх членів. Основною метою ІТК є сприяння розвитку телевізійної галузі в Україні.

У ІТК представлені: основні 4 телевізійні групи (Інтер, 1+1, Україна, StarLightMedia) та 5 канал, основні медійні групи (Publicis Groupe Media, Omnicom Media Group, ADV Group, GroupM) та агенція Media Arts Group Ukraine, і рекламодавці. Разом телеканали займають більше 78% глядацької уваги (згідно даних Nielsen).