

ЛІГА ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

№ 43/1 від 26 квітня 2017 року
Стосовно проекту Закону № 6173
від 10 березня 2017 року
щодо реклами дієтичних добавок

Голові Комітету Верховної Ради України
з питань свободи слова та інформаційної
політики пані Сюмар В.П.

Голові Комітету Верховної Ради України
з питань охорони здоров'я
пані Богомолець О.В.

В.о. Міністра охорони здоров'я України
пані Уляні Супрун

Голові Державної служби України з
питань безпечності харчових продуктів
та захисту споживачів
пану Лапі В.І.

Шановна Вікторія Петрівно!

Шановна Ольго Вадимівно!

Шановна пані Уляно!

Шановний Володимире Івановичу!

Ліга виробників харчових продуктів висловлює Вам свою повагу та звертається до Вас щодо такого.

10 березня 2017 року у Верховній Раді України зареєстровано проект Закону «Про внесення зміни до статті 21 Закону України «Про рекламу» №6173 (далі – Проект). В пояснівальній записці до Проекту зазначено, що його положення спрямовані здебільшого на боротьбу із зловживанням особами, що реалізують дієтичні добавки населенню як лікарські засоби, а

ЛІГА ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

просувок Радищева, 3, Київ, 03124

Тел./факс (+38044) 502-3935

Моб. (+38067) 440-6007

E-mail: g.d.kuznetsov@gmail.com

1

04.05.2017 12:37

BX. № 104 425

саме використовуючи рекламу у засобах масової інформації (далі – ЗМІ), рекламиючи продаж через «кол-центр» тощо.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу» №270/96 від 3 липня 1996 року «реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару». Виходячи з цього визначення, хочемо звернути Вашу увагу на те, що у поточній редакції Проекту, його положення, зокрема, абзац перший, в якому йдеться про те, що «у рекламі дієтичних добавок забороняється наводити контактні номери телефонів» стосуються не лише ЗМІ, а всіх видів реклами. Звідси випливає, що вказувати номери телефонів у будь-якій рекламі дієтичних добавок, у разі прийняття Проекту, буде заборонено. При цьому використання номерів телефонів є практикою і добросередовищних продавців, які продають якісний продукт, а відповідна заборона торкнеться в першу чергу їх, як таких, що сумлінно виконують всі положення українського законодавства.

При цьому, варто підкреслити, що право споживача на інформацію про продукцію, яке визначено Законом України «Про захист прав споживачів» №1023-XII від 12 травня 1991 року, серед іншого реалізується через положення статті 15 цього Закону, якою передбачено надання споживачу інформації про «найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування». На практиці опис місцезнаходження також включає можливість зв'язатись з виробником (виконавцем, продавцем) засобами телефонного зв'язку.

Враховуючи викладене вище та задекларовану мету Проекту, просимо Вас вжити заходів щодо виключення з його положень абзацу такого змісту, який розповсюджується на всю без виключення реклами: «У рекламі дієтичних добавок забороняється наводити контактні номери телефонів. На нашу думку в такій редакції Проект не буде обмежувати права добросередовищних операторів ринку.

Користуючись нагодою просимо всі відповідні органи державної влади і, в першу чергу – правоохоронні органи, звернути увагу на частину восьму статті 38 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» в редакції Закону №1602-VII від 22.07.2014, ВВР, 2014, № 41-42, ст.2024, в якій зазначено:

«Забороняється для реклами дієтичних добавок використовувати:

1) вислови щодо можливої лікувальної дії, втамування болю;

2) листи подяки, визнання, поради, якщо вони пов’язані з лікуванням чи полегшенням умов перебігу захворювань, а також посилання на таку інформацію;

3) вислови, які спричиняють чи сприяють виникненню відчуття негативного психологічного стану». Саме ці вимоги є основою для боротьби із шахрайськими діями окремих осіб, що пропонують(реалізують) дієтичні добавки як лікарські засоби, і **вже сьогодні** можуть застосовуватися безвідносно до того, який канал комунікації зі споживачами використовується такими особами і, в тому числі – телефонний зв’язок.

Заздалегідь дякуємо за увагу до нашого звернення та на його розгляд.

З повагою,

Голова Правління



Г. Кузнєцов

ЛІГА ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

проспект Радищева, 3, Київ, 03124

Тел./факс (+38044) 502-3935

Моб. (+38067) 440-6007

E-mail: g.d.kuznetsov@gmail.com

ЛІГА ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

№ 43/1 від 26 квітня 2017 року
Стосовно проекту Закону № 6173
від 10 березня 2017 року
щодо реклами дієтичних добавок

**Голові Комітету Верховної Ради України
з питань свободи слова та інформаційної
політики пані Сюмар В.П.**

**Голові Комітету Верховної Ради України
з питань охорони здоров'я
пані Богомолець О.В.**

**В.о. Міністра охорони здоров'я України
пані Уляні Супрун**

**Голові Державної служби України з
питань безпечності харчових продуктів
та захисту споживачів
пану Лапі В.І.**

Шановна Вікторія Петрівна!

Шановна Ольго Вадимівно!

Шановна пані Уляно!

Шановний Володимире Івановичу!

Ліга виробників харчових продуктів висловлює Вам свою повагу та звертається до Вас щодо такого.

10 березня 2017 року у Верховній Раді України зареєстровано проект Закону «Про внесення зміни до статті 21 Закону України «Про рекламу» №6173 (далі – Проект). В пояснівальній записці до Проекту зазначено, що його положення спрямовані здебільшого на боротьбу із зловживанням особами, що реалізують дієтичні добавки населенню як лікарські засоби, а

ЛІГА ВИРОБНИКІВ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

проспект Радянський, 3, Київ, 03124

Тел./факс (+38044) 502-3935

Моб. (+38067) 440-6007

E-mail: g.d.kuznetsov@gmail.com

Україна

04.05.2017 12:37

104425

ВХ. №

саме використовуючи рекламу у засобах масової інформації (далі – ЗМІ), рекламиючи продаж через «кол-центри» тощо.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу» №270/96 від 3 липня 1996 року «реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару». Виходячи з цього визначення, хочемо звернути Вашу увагу на те, що у поточній редакції Проекту, його положення, зокрема, абзац перший, в якому йдеться про те, що «у рекламі дієтичних добавок забороняється наводити контактні номери телефонів» стосуються не лише ЗМІ, а всіх видів реклами. Звідси випливає, що вказувати номери телефонів у будь-якій рекламі дієтичних добавок, у разі прийняття Проекту, буде заборонено. При цьому використання номерів телефонів є практикою і добросередовищних продавців, які продають якісний продукт, а відповідна заборона торкнеться в першу чергу їх, як таких, що сумлінно виконують всі положення українського законодавства.

При цьому, варто підкреслити, що право споживача на інформацію про продукцію, яке визначено Законом України «Про захист прав споживачів» №1023-ХII від 12 травня 1991 року, серед іншого реалізується через положення статті 15 цього Закону, якою передбачено надання споживачу інформації про «найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування». На практиці опис місцезнаходження також включає можливість зв'язатись з виробником (виконавцем, продавцем) засобами телефонного зв'язку.

Враховуючи викладене вище та задекларовану мету Проекту, просимо Вас вжити заходів щодо виключення з його положень абзацу такого змісту, який розповсюджується на всю без виключення рекламу: «У рекламі дієтичних добавок забороняється наводити контактні номери телефонів». На нашу думку в такій редакції Проект не буде обмежувати права добросередовищних операторів ринку.

Користуючись нагодою просимо всі відповідні органи державної влади і, в першу чергу – правоохоронні органи, звернути увагу на частину восьму статті 38 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» в редакції Закону №1602-VII від 22.07.2014, ВВР, 2014, № 41-42, ст.2024, в якій зазначено:

«Забороняється для реклами дієтичних добавок використовувати:

- 1) вислови щодо можливої лікувальної дії, втамування болю;
- 2) листи подяки, визнання, поради, якщо вони пов’язані з лікуванням чи полегшенням умов перебігу захворювань, а також посилання на таку інформацію;

3) вислови, які спричиняють чи сприяють виникненню відчуття негативного психологічного стану». Саме ці вимоги є основою для боротьби із шахрайськими діями окремих осіб, що пропонують(реалізують) дієтичні добавки як лікарські засоби, і **вже сьогодні** можуть застосовуватися безвідносно до того, який канал комунікації зі споживачами використовується такими особами і, в тому числі – телефонний зв’язок.

Заздалегідь дякуємо за увагу до нашого звернення та на його розгляд.

З повагою,

Голова Правління



Г. Кузнєцов