



ФЕДЕРАЦІЯ  
РОБОТОДАВЦІВ  
МЕДІЙНОЇ ГАЛУЗІ  
УКРАЇНИ

«Всеукраїнське об'єднання організацій роботодавців «Федерація роботодавців у сфері телерадіо-, видавничої, рекламної та інформаційної діяльності» вул. Михайла Коцюбинського, 1, Київ, 01030 т.: +380 44 222 51 97, ф.: +380 44 593 83 15 e-mail: info@frm.org.ua www.frm.org.ua

Ідентифікаційний код 38518487  
п/р 26006014061650  
Філія АТ «Укрексімбанк», м. Київ  
МФО 380333

№22103  
від «28» березня 2016р.  
на \_\_\_\_\_

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

**Шановна Вікторіє Петрівно!**

Федерація роботодавців медійної галузі України засвідчує Вам свою повагу та зацікавленість у законодавчому врегулюванні актуальних, як для держави, так і для бізнесу, питань медійної галузі України.

Як організація, що захищає права та законні інтереси роботодавців у сфері теле-, радіомовлення, видавничої діяльності, виробництва кіно- та відеофільмів, телевізійних програм, рекламної діяльності, видання звукозаписів, діяльності ВЕБ-порталів, інформаційних агентств та надання інших інформаційних послуг в межах України, Федерація вважає необхідним висловити зауваження до законопроекту «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо заборони реклами лікарських засобів)» реєстр.№ 3246 від 07.10.2016 (далі – законопроект №3246).

Даним законопроектом забороняється реклама лікарських засобів на території України. Дозволяється виключно реклама медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, згода на яку надана спеціально уповноваженим органом у сфері охорони здоров'я. Відповідно, виключаються відповідні норми з Закону України «Про рекламу», які визначають правила розміщення реклами лікарських засобів.

Звертаємо Вашу увагу на те, що це вже не перша ініціатива направлена на заборону реклами лікарських препаратів в Україні, яка сьогодні вже відкрито і публічно просувається певними гравцями вітчизняного фармацевтичного ринку. Як аргумент, лобісти заборони реклами лікарських засобів, стверджують, що заборона реклами лікарських засобів призведе до здешевлення препаратів.



Однак, вважаємо, що і представники медіа галузі, і представники більшості вітчизняних та міжнародних фармацевтичних компаній, які займаються розробками нових препаратів та виведенням їх на ринок, одностайні в позиції, що заборона реклами лікарських засобів призведе лише до монополізації та корумпованості ринку та, як наслідок, ще більшого зростання цін.

На нашу думку, у разі заборони реклами у ЗМІ, рекламні бюджети фармакологічних компаній не скоротяться, а лише можуть перетекти, в більш дорогі, ніж традиційні ЗМІ, непублічні маркетингові канали комунікацій – безпосередню роботу з лікарями, фармакологами, аптеками та лікарнями. Як наслідок, буде суттєво обмежений доступ та право споживачів на інформацію щодо наявності безрецептурних лікарських засобів, зросте корупція та збільшиться доля неякісної продукції на ринку, оскільки публічна реклама продукції, в тому числі, стимулює відповідальність виробників за забезпечення належної якості препаратів, адже інвестиції в рекламу направлені не тільки на зростання продажів, але й на капіталізацію бренду та ринкову репутацію компаній, яка знеціниться, якщо продукція буде неякісною. Саме тому реклама є основою ринкової економіки і розвитку конкуренції.

Погоджуючись з аргументами представників медіа галузі та більшістю гравців фармакологічного ринку, Міністерство економічного розвитку та торгівлі України на запит Федерації роботодавців медійної галузі за дорученням Кабінету Міністрів України, проаналізувавши міжнародний, в тому числі досвід країн Європейського Союзу, не підтримало доцільність заборони реклами безрецептурних лікарських засобів (лист Мінекономрозвитку № 3503-06/43164-07 від 11.12.2014 додається). Зокрема, Мінекономрозвитку наголошує на тому, що практика заборони реклами лікарських засобів суперечить законодавству Європейського Союзу.

Так, частина 3 ст. 15 Європейської конвенції про транскордонне телебачення (далі - Конвенція) від 05.05.1989 р., яка ратифікована й набрала чинності в Україні 17 грудня 2008 року, передбачає заборону реклами виключно рецептурних лікарських засобів. Відповідні норми містяться і в Директиві № 2010/13/ЄС про аудіовізуальні медіа-послуги.

Таким чином, прийняття законопроекту № 3246 буде протирічити нормам законодавства ЄС, а також може привести до монополізації ринку лікарських засобів та спричинити зростання цін на ліки для кінцевих споживачів.

Федерації роботодавців медійної галузі України просить взяти до уваги викладені аргументи щодо негативних суспільних наслідків заборони лікарських засобів та просить не підтримувати законопроект № 3246.

**З повагою**

**Голова Федерації роботодавців  
медійної галузі України**

**Безлюдна Г.В.**



## МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ (Мінекономрозвитку України)

вул. М. Грушевського, 12/2, м. Київ, 01008, тел. 253-93-94, факс 226-31-81  
Web: <http://www.me.gov.ua>, e-mail: [meconomy@me.gov.ua](mailto:meconomy@me.gov.ua), код ЄДРПОУ 37508596

На № \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_  
від \_\_\_\_\_

**Федерація роботодавців  
медійної галузі України**

вул. Михайла Коцюбинського, 1  
м. Київ  
01030

### *Про до заборони реклами лікарських засобів*

На виконання резолюції Секретаріату Кабінету Міністрів України від 28.11.2014 № 43439/1/1-14 Мінекономрозвитку розглянуло лист Федерації роботодавців медійної галузі України від 20.11.2014 № 38/07 щодо вилучення пункту про заборону реклами лікарських засобів з проекту Коаліційної угоди Верховної Ради України VIII скликання і повідомляє.

Засади рекламиної діяльності в Україні визначено Законом України "Про рекламу", який регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

Особливості рекламиування лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації визначено у розділі III вказаного Закону, зокрема у статті 21, де частиною першою дозволено рекламиувати таких лікарських засобів, медичних виробів та методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, що в установленому порядку дозволені центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я до застосування в Україні; а також лише таких лікарських засобів, які відпускаються без рецепта лікаря та які не внесені центральним органом виконавчої влади у галузі охорони здоров'я до переліку лікарських засобів, заборонених до рекламиування. Частиною другою вказаної статті заборонено рекламиувати лікарських засобів, застосування та вищук яких дозволяється лише за рецептом лікаря, а також внесених до переліку заборонених до рекламиування лікарських засобів.

Відповідно до частини 4 статті 26 Закону України "Про лікарські засоби" дозволяється реклама лікарських засобів, які відпускаються без рецепта лікаря та не внесені до переліку заборонених до рекламиування лікарських засобів. Перелік лікарських засобів, заборонених до рекламиування, затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я. Вимоги до реклами таких лікарських засобів встановлюються Законом України *"Про рекламу"*. МОЗ України щоквартально затверджує Перелік вих. № 3603-06/43164-07 від 11.12.2014 17:10:18



81174

лікарських засобів, заборонених до рекламиування, які відпускаються без рецептів. (Наказ МОЗ від 06.11.2012 № 876 (зі змінами)).

Також МОЗ України листом від 19.05.2014 № 18.02-05/2733/13627 звернулось за інформацією до представників міжнародних та вітчизняних професійних медичних і фармацевтических асоціацій з пропозицією надати інформацію щодо можливості заборони реклами лікарських засобів з урахуванням досвіду іноземних держав. За результатами опрацювання отриманої інформації від асоціацій повна заборона реклами лікарських засобів, у тому числі тих, які відпускаються без рецепта, є неприйнятною, та не приведе до зменшення вартості лікарських засобів.

На думку асоціацій повна заборона реклами лікарських засобів, крім того, суперечить законодавству України, а її можливе упровадження створить штучні неренкоди у господарській діяльності суб'єктам господарювання та зробить пацієнтів заручниками прогнозованих негативних соціальних наслідків з наступних підстав.

Також акцентовано увагу на тому факті, що в країнах СС (Директива 2001/83/СС Європарламенту та Ради ЄС), таких як Німеччина, Великобританія, Італія, Іспанія, Франція тощо, так і в країнах СНД (відповідні закони Росії, Білорусі, Молдови тощо) реклама без рецептурних лікарських засобів, включаючи надання про них будь-якої інформації пацієнтам, що відповідає реєстраційним документам, дозволена.

При цьому пацієнти мають можливість одержувати інформацію про безрецептурні лікарські засоби, а держави – одержувати податкові надходження. Також вважається прийнятним, що у разі виявлення під час здійснення фармаконагляду раніше невідомих аспектів дії лікарського засобу, про це інформується і громадськість і пацієнти.

Однак, у Директиві містяться певні обмеження до реклами, а країнам – членам ЄС надається право встановлювати більш суттєві внутрішні обмеження. Наприклад, у Франції реклама без рецептурних лікарських засобів дозволена, в той самий час придбання рекламиованого лікарського засобу не повинно компенсуватись з соціального фонду страхування. В Данії реклама без рецептурних лікарських засобів дозволена за умови, що застосування препарату не потребує постійного нагляду і втручання лікаря. У Нідерландах реклама лікарських засобів дозволена за умови попереднього узгодження з Радою з інспектування реклами медичних препаратів.

Міжнародний досвід також свідчить про відсутність заборони реклами безрецептурних лікарських засобів, без будь-яких обмежень, у таких країнах, як Австрія, Бельгія, Болгарія, Греція, Ірландія, Іспанія, Італія, Латвія, Литва, Люксембург, Німеччина, Польща, Румунія, Словенія, Угорщина, Фінляндія, Хорватія, Чехія, Швейцарія, Швеція, а також у частинах Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії – Англії та Уельсі.

Наведено також негативний приклад упровадження повної заборони реклами лікарських засобів у Азербайджані. У грудні 2006 року реклама лікарських засобів була повністю заборонена. Починаючи з 2007 року, відсутність реклами у ЗМІ відбилася на обсягах споживання ліків у бік скорочення. Скорочення фізичного обсягу продажів фармкомпаній вимушенні були компенсувати підвищенням середньозваженої вартості 1 упаковки без рецептурних лікарських засобів.

Ініціатива повністю заборонити рекламу ліків суперечить Європейському законодавству, оскільки пропонується заборонити рекламу усіх лікарських засобів, навіть, безрецептурних.

Така позиція потребує узгодження з Європейською конвенцією про транскордонне телебачення, ратифікованою Верховною Радою України 17 грудня 2008 року, згідно з якою забороняється трансляція реклами тих лікарських засобів і медичних послуг, які на території Сторони можна придбати лише за медичним рецептром (ч. 3 ст. 15).

Законом України “Про рекламу” (стаття 3) встановлено: “якщо міжнародним договором України, згода на обов’язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством України про рекламу, застосовуються правила міжнародного договору”. Тому, у даному випадку, імперативно застосовується, виключно, положення Конвенції, ратифікованої Верховною Радою України.

Відповідно до статті 15 Закону України “Про міжнародні договори”, чинні міжнародні договори України підлягають сумільному дотриманню Україною згідно норм міжнародного права. За статтею 19 вищезазначеного Закону якщо міжнародним договором України, який набрав чинності в установленому порядку, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені у відповідному акті законодавства України, то застосовуються правила міжнародного договору.

**Заступник директора департаменту  
розвитку торгівлі**

**Сергій ЛИТВІНЕНКО**

(найменування поштамту, вузла зв'язку, відділення зв'язку)

## ОПИС

вкладання у Цінному листі

**На ім'я: Голови Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики Сюмар В.П.**

(прізвище одержувача або найменування підприємства)

---

**Куди: 01008, м. Київ, вул. Грушевського, 5**  
(докладна адреса, поштовий індекс)

№ пп.	НАЙМЕНУВАННЯ ПРЕДМЕТІВ	Кількість предметів
1	Лист № 22/03 від 28 березня 2016 року	2
2	Лист Мінекономрозвитку № 3503-06/43164-07 від 11.12.2014	3

Загальний підсумок предметів на 5 аркушах загальною цінністю 1 гривня  
і оголошеної цінності

---

Відправник

Демський О.С.

(підпись)

Перевірив

(посада, підпис працівника зв'язку)  
(відбиток календ. шт. місяця приймання).

