



Узбекистан | Август 2022

НОВЫЙ ЗАКОН О РЕКЛАМЕ

07.06.2022 г. был принят Закон Республики Узбекистан (далее – «**РУз**») «О рекламе» № ЗРУ-776, который вступит в силу 09.09.2022 г. (далее – «**Закон**»). Ниже мы приводим основные, на наш взгляд, изменения, предусмотренные Законом.

Общие положения

Предусмотрено более широкое определение понятия рекламы, согласно которому **рекламой** будет признаваться специальная информация, содержание которой адресовано пользователям рекламы на территории РУз, и распространяемая посредством любых рекламных средств не только с целью прямого или опосредствованного получения прибыли (дохода), но и для привлечения внимания к объекту рекламы, формирования или поддержания интереса к нему, а также его продвижения на рынке.

Приводится ряд новых определений таких, как «неэтичная реклама», «ненадлежащая реклама», «стимулирующая акция», «спонсорская реклама», «контрреклама» и др.

Введено требование о распространении рекламы на государственном (узбекском) языке. Тем не менее, допускается дублирование содержания рекламы на других языках при соблюдении ряда условий, в числе которых недопущение искажения основного смысла текста на государственном (узбекском) языке. Ранее рекламодателям разрешалось распространять рекламу полностью на других языках

Распространение рекламы не разрешается если рекламодатель и распространитель рекламы являются нерезидентами РУз.

Вдобавок Законом введены новые ограничения касательно информации, которая может содержаться в рекламе. Таким образом, в рекламе, помимо прочего, не допускается:

- использование или имитирование государственных символов, а именно изображение Государственного герба РУз, Государственного флага РУз и звучания Государственного гимна РУз;
- указывание цен (тарифов) в иностранной валюте;
- использование противоречащих национальным и семейным традициям, а также общепринятым нормам морали и нравственности форм, фраз и образов.

Реклама, распространяемая посредством всемирной информационной сети Интернет (далее – «Интернет»)

Согласно Закону, реклама, распространяемая в Интернете должна соответствовать основным требованиям, предъявляемым к рекламе, включая требование о



недопустимости распространения рекламы в случае, когда рекламодатель и распространитель рекламы одновременно являются нерезидентами РУз.

При этом, законодательством могут устанавливаться дополнительные требования к обороту рекламы на информационных ресурсах Интернета в доменной зоне «UZ».

Реклама лекарственных средств

Законом расширяется перечень лекарственных средств (далее – «ЛС»), реклама которых запрещена. В данный перечень вошли ЛС, содержащие сильнодействующие вещества и ЛС, не прошедшие государственную регистрацию.

Более того, в рекламе ЛС, помимо прочего, не будет допускаться:

- Участие известных лиц, медицинских работников или лиц, внешний вид которых имитирует врачей. Тем не менее, данное требование не распространяется на рекламу:
 - ✓ Предназначенную для медицинских и фармацевтических работников;
 - ✓ Распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических мероприятий; и
 - ✓ Размещенную в печатных изданиях;
- Провоцирование чрезмерного и ненадлежащего использования ЛС;
- Создание впечатления / убеждения о возможности самостоятельного лечения без получения консультации врача или осуществления хирургического вмешательства;
- Ссылаться на конкретные случаи удачного применения ЛС.

Реклама безрецептурных ЛС не должна:

- Представлять ЛС как уникальное, наиболее эффективное и наиболее безопасное по отсутствию побочных эффектов;
- Вводить в заблуждение касательно состава, происхождения, новизны или патентованности ЛС;
- Утверждать, что ЛС является биологически активной добавкой к пище (далее – «БАД») или любым другим видом товара;
- Допускать некорректные сравнения с другими ЛС;
- Содержать утверждения о гарантированном действии ЛС;
- Внушать, что неприменение ЛС может ухудшить здоровье человека.

Более того, реклама безрецептурных ЛС должна сопровождаться в каждом случае предупреждением о наличии противопоказаний, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

Законом также не разрешается проведение стимулирующих акций для рекламы ЛС.



Следует учитывать, что реклама ЛС, предназначенная для медицинских работников и медицинских учреждений, должна полностью соответствовать перечню научных данных о ЛС и содержать определенные Законом сведения.

Реклама БАД

Согласно Закону, Реклама БАД, помимо прочего, не должна:

- Создавать впечатление о том, что БАД являются ЛС и / или обладают лечебными свойствами;
- Содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения БАД;
- Создавать впечатление о преимуществах БАД перед ЛС;
- Использовать изображение детей в рекламе БАД, запрещенных для приобретения или потребления несовершеннолетними.

Реклама БАД должна иметь предупреждение о том, что рекламируемые БАД не являются ЛС. Кроме того, проведение стимулирующих акций по рекламе БАД также запрещается.

Реклама товаров народной медицины

В соответствии с Законом, реклама товаров народной медицины (далее – «ТНМ»), помимо прочего, не должна:

- Содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения ТНМ;
- Представлять ТНМ в качестве ЛС / БАД;
- Способствовать созданию впечатления о необходимости применения ТНМ здоровым человеком или же отсутствия необходимости обращения к врачу;
- Обращаться к несовершеннолетним;
- Гарантировать положительное действие ТНМ, их безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

Реклама ТНМ в каждом отдельном случае должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультаций специалистов. Кроме того, проведение стимулирующих акций по рекламе ТНМ запрещается.



Реклама энергетических напитков

В соответствии с Законом, реклама энергетических напитков (далее – «**Энергетики**») должна содержать предупреждение о вреде чрезмерного употребления Энергетиков, а также информацию о лицах, кому Энергетики не рекомендуются к употреблению. Законом запрещается, помимо прочего, следующее:

- Реклама Энергетиков посредством объектов (конструкций) внешней рекламы и информации;
- Реклама Энергетиков несовершеннолетним;
- Проведение стимулирующих акций с использованием Энергетиков;
- Демонстрация процессов потребления Энергетиков в рекламе;
- Указывать в рекламе изображения людей, добившихся успехов в спорте.

Реклама алкогольной продукции

Законом запрещается реклама алкогольной продукции (далее – «**Алкоголь**») любой крепости, за исключением пива, натуральных и игристых вин, произведенных в РУз. При этом реклама последних допускается:

- В залах гостиниц, предприятий торговли и общественного питания, где осуществляется торговля такой продукцией, а также в местах ее демонстрации и дегустации;
- В средствах железнодорожного и воздушного транспорта;
- По телевидению и радио при соблюдении определенных условий, таких, как распространение с 23-00 до 07-00 часов по местному времени, с указанием возрастной классификации и т.д.
- На официальных веб-страницах производителей и лиц, осуществляющих реализацию данной продукции, с указанием возрастной классификации;

Более того реклама пива, натуральных и игристых вин, произведенных в РУз, не должна, помимо прочего:

- Демонстрировать процессы потребления такой продукции;
- Состоять из действий, направленных на распространение в открытой или скрытой форме идей, взглядов и художественных образов, формирующих у личности представление об отсутствии вреда при их употреблении;
- Использовать человеческий образ.



При рекламе пива, натуральных и игристых вин, произведенных в РУз, не допускается проведение стимулирующих акций или других подобных мероприятий, а также спонсирование культурно-развлекательных, общественных и спортивных мероприятий.

Стимулирование продажи Алкоголя, включая путем проведения любых видов стимулирующих акций и безвозмездного распространения образцов Алкоголя также запрещено.

Реклама табачной продукции и устройств для употребления табака и никотина

Реклама табачной продукции (далее – «**Табак**») и устройств для употребления табака и никотина (далее – «**Устройства**») запрещается.

Законом также запрещается стимулирование продаж Табака и Устройств путем:

- Безвозмездного распространения образцов;
- Применения скидок;
- Спонсирования мероприятий, в которых используется наименование, товарный знак (знак обслуживания) или изображение Табака и Устройств;
- Проведения стимулирующих акций или других подобных мероприятий и др.

Необходимо подчеркнуть, что в рекламе любых других товаров не допускается демонстрировать процесс потребления Алкоголя, Табака, и использования Устройств, а также создавать впечатление важности вышеуказанных процессов для достижения социального и спортивного успеха или улучшения физического и психического состояния пользователей рекламы.