

## Kritēriji sabiedrībai paredzētās zāļu reklāmas vērtēšanai

Nr.	Kritērijs	Avots
<b>VISPĀRĪGI NOTEIKUMI</b>		
1.	Aizliegts reklamēt zāles, kuras nav reģistrētas Latvijas Republikā un nav iekļautas Latvijas zāļu reģistrā	MK noteikumi Nr.378, 4. pants
2.	Saskaņā ar vienkāršotu reģistrācijas procedūru reģistrēto homeopātisko zāļu reklāmā atļauts izmantot tikai marķējumā vai lietošanas instrukcijā iekļauto informāciju	MK noteikumi Nr.378, 8. pants
3.	Reklamējot zāles, kas reģistrētas kā tradicionāli lietotas augu izcelsmes zāles, reklāmā iekļauj norādi "Tradicionālas augu izcelsmes zāles, ko lieto norādītajām indikācijām, pamatojoties vienīgi uz ilgstošā laikposmā iegūtiem rezultātiem"	MK noteikumi Nr.378, 9. pants
4.	Atļauts reklamēt zāles, kuras saskaņā ar normatīvajiem aktiem par zāļu klasifikāciju ir noteiktas kā bezrecepšu zāles	MK noteikumi Nr.378, 10. pants
5.	Ja tiek reklamētas konkrētas zāles, norāda vismaz šādu informāciju: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zāļu nosaukumu, kā arī normatīvajos aktos par zāļu marķēšanas kārtību un zāļu lietošanas instrukcijai izvirzāmajām prasībām noteikto vispārīgo nosaukumu, ja zāles satur tikai vienu aktīvo vielu</li> <li>• informāciju, kas nepieciešama pareizai zāļu lietošanai</li> <li>• skaidru un salasāmu aicinājumu uzmanīgi izlasīt lietošanas instrukciju vai atbilstošu informāciju uz iepakojuma</li> <li>• aicinājumu konsultēties ar ārstu vai farmaceitu par zāļu lietošanu</li> <li>• brīdinājumu "Zāļu nepamatota lietošana ir kaitīga veselībai". Šāds brīdinājums aizņem ne mazāk kā 10 % no vizuālā reklāmas apjoma. Burtu izmēram jābūt tādām, lai uzraksts aizņemtu lielāko tehniski iespējamo daļu no brīdinājuma tekstam paredzētā laukuma. Videoreklāmās šāds brīdinājums tiek saglabāts visu reklāmas laiku, audioreklāmās brīdinājums tiek izteikts reklāmas teksta nobeigumā</li> </ul>	MK noteikumi Nr.378, 16. pants
6.	Sabiedrībai paredzētajā zāļu reklāmā atļauts norādīt tikai zāļu nosaukumu vai to starptautisko nepatentēto nosaukumu, vai preču zīmi, ja reklāma paredzēta kā iepriekš izplatītās reklāmas atgādinājums.	MK noteikumi Nr.378, 17. pants

## SLĒPTĀ REKLĀMA

7.	Sabiedrībai paredzēto zāļu reklāmu sagatavo tā, lai nerastos šaubas, ka izplatītā informācija ir reklāma un reklamētais produkts ir zāles	MK noteikumi Nr.378, 14. pants
8.	Reklāmas izplatītājiem reklāma skaidri jānodala no redakcijas veidotā materiāla. Jebkurš pret atlīdzību izplatīts paziņojums ir jāidentificē.	Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodekss 7.4.2.
9.	Reklāma nedrīkst būt slēpta.	SIFFA ētikas kodekss 7.01
10.	Ja Farmācijas uzņēmums apmaksā vai citādi nodrošina, vai organizē reklāmas materiālu publikāciju žurnālos, šādi reklāmas materiāli nedrīkst atgādināt redakcijas neatkarīgu viedokli.	SIFFA ētikas kodekss 7.02
11.	Materiālam, kas attiecas uz zālēm un to lietošanu - vai tam ir reklāmas raksturs, vai nē, - un to sponsorē kompānija, skaidri jānorāda, ka to sponsorējusi šī kompānija.	SIFFA ētikas kodekss 7.03

## ZĀĻU RACIONĀLA LIETOŠANA

12.	Reklāmā sniegtā informācija veicina racionālu zāļu lietošanu, ir objektīva un nepārspilē zāļu īpašības	MK noteikumi Nr.378, 7.2. pants
13.	Reklāmā jāveicina racionāla medicīnisko izstrādājumu/zāļu lietošana, informējot par tiem objektīvi un nepārspilējot to īpašības. Reklāmām nav jāapgalvo, ka zāles vai to aktīvā viela ir ar īpašām spējām vai īpašībām, ja vien tās nav pierādāmas.	SIFFA ētikas kodekss 3.03
14.	Medikamentu un veselības pakalpojumu reklāma nedrīkst veicināt to pārmērīgu lietošanu, kā arī apgalvot, ka iedarbība ir garantēta, pilnīgi droša un bez blaknēm.	Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodekss 8.2.4.

## PAŠDIAGNOSTIKAS VEICINĀŠANA

15.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas ierosina ārstēšanu, izmantojot pasta pakalpojumus vai sniedzot padomus citā līdzīgā veidā, un rada iespaidu, ka diagnozi var noteikt bez ārstniecības personas iesaistīšanas	MK noteikumi Nr.378, 18.1. pants
16.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas aprakstot vai sīki izklāstot kādas slimības vēsturi, varētu izraisīt kļūdainu diagnozes noteikšanu	MK noteikumi Nr.378, 18.9. pants
17.	Medikamentu un veselības pakalpojumu reklāma nedrīkst veicināt pašdiagnozi situācijās, kad ārsta palīdzība ir būtiska, kā arī izmantojot pārlietu plašus un daudzām slimībām raksturīgus simptomus.	Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodekss 8.2.2.
18.	Medikamentu un veselības pakalpojumu reklāma nedrīkst atturēt patērētāju no efektīvākas palīdzības meklēšanas.	Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodekss 8.2.3.

## MALDINOŠA REKLĀMA

19.	Reklāma nav maldinoša	MK noteikumi Nr.378, 7.3. pants
20.	Reklāmai jābūt precīzai, līdzsvarotai, godīgai, objektīvai un pietiekami pilnīgai, lai dotu iespēju saņēmējam veidot savu viedokli par medicīniskā produkta terapeitisko vērtību. Tai jābūt balstītai uz jaunāko visu faktu novērtējumu un skaidri jāatspoguļo šie fakti. Tā nedrīkst maldināt ar faktu sagrozīšanu, pārspīlēšanu, ar faktu neatbilstošu akcentēšanu, izlaišanu, vai citādā veidā to izkropļojot	SIFFA ētikas kodekss 3.01
21.	Nav pieļaujama medikamentu salīdzinošā reklāma	Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodekss 8.2.7.
22.	Reklāmā sniegtā informācija atbilst zāļu aprakstā norādītajām ziņām	MK noteikumi Nr.378, 7.1. pants SIFFA ētikas kodekss 1.02
23.	Visās zāļu reklāmas daļās jāievēro dati, kas minēti zāļu aprakstā.	Direktīva 2001/83/EK, 87.2
24.	Ja reklāmā ir atsauce uz publicētiem pētījumiem, jāsniedz skaidras norādes.	SIFFA ētikas kodekss 3.04
25.	Vārdu "drošs" nedrīkst lietot bez atbilstoša kvalitatīva vērtējuma.	SIFFA ētikas kodekss 3.07
26.	Vārds "jauns" nedrīkst tikt lietots, lai aprakstītu jebkādu izstrādājumu vai prezentāciju, kas bijusi pieejama, vai arī terapeitisku indikāciju, kas ir bijusi reklamēta ilgāk nekā vienu gadu	SIFFA ētikas kodekss 3.08
27.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas rada iespaidu, ka zāles ir pārtikas produkts, kosmētikas līdzeklis vai kāds cits plaša patēriņa produkts	MK noteikumi Nr.378, 18.7. pants
28.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas rada iespaidu, ka zāļu drošību un efektivitāti garantē to dabiskā izcelsme	MK noteikumi Nr.378, 18.8. pants
29.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas rada iespaidu, ka zāļu iedarbība ir garantēta, zāļu lietošana neizraisa blakusparādības un zāļu iedarbība ir līdzvērtīga tai, ko sniedz cita ārstēšanas metode vai citas zāles, vai ir labāka par to	MK noteikumi Nr.378, 18.2. pants
30.	Nedrīkst apgalvot, ka produktam nav pieraduma vai atkarības risku, kā arī blakus efektu un toksiskas bīstamības.	SIFFA ētikas kodekss 3.09

## EMOCIONĀLA IETEKMĒŠANA

31.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas rada iespaidu, ka, lietojot zāles, pacienta vispārējais veselības stāvoklis ievērojami uzlabosies	MK noteikumi Nr.378, 18.3. pants
32.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas atsaucas uz zinātnieku, veselības aprūpes darbinieku vai tādu personu ieteikumiem, kuru popularitāte varētu veicināt zāļu patēriņu	MK noteikumi Nr.378, 18.6. pants
33.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas nepiemērotos, satraucošos vai maldinošos terminos apraksta atveseļošanas	MK noteikumi Nr.378, 18.10. pants
34.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas neatbilstoši, satraucoši vai maldinoši attēlo, kā slimība vai ievainojums pārvērš cilvēka ķermeni vai kā zāles iedarbojas uz cilvēka ķermeni vai tā daļām	MK noteikumi Nr.378, 18.11. pants
35.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas rada iespaidu, ka, nelietojot attiecīgās zāles, pacienta veselība var pasliktināties	MK noteikumi Nr.378, 18.4. pants
36.	Reklamējot līdzekļus pret kaitīgiem ieradumiem, jāakcentē gribasspēka nozīme šo ieradumu pārvarēšanā	Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodekss 8.2.5.

## ZĀĻU IEGĀDES ROSINĀŠANA AR CENU VAI DĀVANU

37.	Aizliegta tāda zāļu reklāma, kurā zāles tiek piedāvātas kā dāvana vai kompensācija par kādas preces iegādi vai pakalpojuma saņemšanu vai kurā tiek piedāvāta dāvana par zāļu iegādi, tajā skaitā piedāvājums iegādāties citas zāles, preces vai pakalpojumus ar atlaidi.	MK noteikumi Nr.378, 5. pants
38.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas rosina iegādāties zāles, pamatojot zāļu iegādes nepieciešamību ar zāļu cenu, izsludinot īpašu izpārdošanu vai sniedzot paziņojumu, ka zāles tiek pārdotas komplektā ar citām zālēm (tajā skaitā par pazeminātu cenu) vai precēm	MK noteikumi Nr.378, 18.12. pants

## BĒRNI UN ZĀĻU REKLĀMA

39.	Aizliegts iekļaut informāciju, kas vērsta tikai vai galvenokārt uz bērnu uzmanības piesaistišanu	MK noteikumi Nr.378, 18.5. pants
40.	Medikamentu reklāma nedrīkst būt adresēta bērniem.	Latvijas reklāmas profesionāļu ētikas kodekss 8.2.6.

