Koniec z udawanym lekarzem w reklamie

Kategoria: Polityka Zdrowotna
Opublikowano: sobota, 07, styczeń 2023 14:33
Patrycja Grebla-Tarasek
Odsłony: 599

Każdy z nas z pewnością kojarzy reklamy, w których sympatycznie wyglądający lekarz lub lekarka z śnieżnobiałym uśmiechem na twarzy, w nowoczesnym gabinecie, polecają nowy suplement diety, produkt na odchudzanie czy pastę do zębów. Oczywiście produktów tych sami używają i polecają je swoim pacjentom, gdyż są one najlepszym wyborem. Resort zdrowia postanowił uporać się z tymi reklamami i zakazał udawania lekarzy w reklamach, a także występowania w reklamach prawdziwych lekarzy, lekarzy dentystów i farmaceutów.

Zmiana ta weszła od 1 stycznia br., wraz z przepisami nowelizacji ustawy o wyrobach medycznych, które obowiązywały już od 7 kwietnia 2022 r.. Zakaz reklamowania wyrobów medycznych obejmuje lekarza, farmaceutę lub inną osobę, którzy na potrzeby promocyjne i komercyjne stwarzają pozory wykonywania zawodu medycznego.

Zgodnie z nowymi regulacjami reklama kierowana do publicznej wiadomości w prasie, radiu, TV czy Internecie musi być sformułowana w sposób zrozumiały dla przeciętnego odbiorcy, nie mającego fachowej wiedzy medycznej. Zapis ten dotyczy także terminów medycznych i naukowych oraz przywoływania wyników badań naukowych, opinii specjalistów lub literatury specjalistycznej, skierowanych w reklamie do innych odbiorców niż przeciętny odbiorca.

Przepisy, które weszły w życie z dniem 1 stycznia br. zakazują wykorzystywania wizerunku osób wykonujących zawody medyczne. Oznacza to, że żadna z występujących w reklamie wyrobu medycznego osób nie będzie mogła podać się za osobę wykonującą zawód medyczny lub przedstawiać produkt w sposób sugerujący wykonywanie zawodu lekarza, farmaceuty, pielęgniarki, ratownika medycznego i innych osób reprezentujących zawód medyczny. Podobny zakaz obowiązuje w odniesieniu do produktów leczniczych.

Jak wskazano w komunikacie opublikowanym na stronie Naczelnej Izby Lekarskiej, reklama nie może także bezpośrednio wzywać dzieci do kupienia, nakłaniania rodziców lub innych dorosłych do zakupu reklamowanych produktów oraz dotyczyć wyrobów nieprzeznaczonych dla laików. Jak przewiduje ustawa niezbędne dane, jakie ma zawierać reklama, a także sposób jej prezentowania, mają zostać określone w rozporządzeniu ministra zdrowia.

Phoca PDF