NUTRICON CENTRAL ASIA, 22-23 ОКТЯБРЯ 2026

Регулирование БАД в Казахстане и Узбекистане

Реклама и онлайн-продажи

Зафар Вахидов
Партнер, **Vakhidov & Partners**

Председатель Комитета по фармацевтике и здравоохранению Палаты юридических консультантов **"KazBAR“**
Советник **Ассоциации** поддержки и развития фармацевтической деятельности РК

Председатель Комитета **EuroUz** по здравоохранению и фармацевтике
Советник **Ассоциации** представительств иностранных фармацевтических компаний и производителей в Республике Узбекистан

VAKHIDOV & PARTNERS

О нас

- «Vakhidov & Partners» первый юридический консалтинговый бутик в Центральной Азии с фокусом на фармацевтику, медицинские изделия, здравоохранение, а также потребительские товары и услуги.
- Наши юристы работали в ведущих международных юридических фирмах, крупных фармацевтических и иных компаниях, консалтинговых компаниях большой четверки и государственных организациях.
- Наши юристы уже более чем 20 лет консультируют и представляют интересы иностранных инвесторов в Казахстане, Узбекистане и других странах Центральной Азии по широкому спектру вопросов, включая корпоративные, фармацевтические, антикоррупционные, антимонопольные, трудовые вопросы, а также вопросы интеллектуальной собственности.
- Члены нашей команды оказывали юридическую поддержку ведущим международным фармацевтическим, медтех, FMCG, телекоммуникационным, производственным и иным компаниям по сопровождению текущей бизнес-деятельности, решению сложных регуляторных вопросов, анализу и снижению юридических и комплаенс рисков в Узбекистане и Казахстане. Мы также сопровождали многие международные компании в сделках по слияниям и поглощениям, а также проектам корпоративной реструктуризации в Центральной Азии.
- На протяжении многих лет мы руководим деятельностью специализированных юридических комитетов ассоциаций и палат с целью проактивной поддержки индустрии и участвуем в определении, а также оказании юридической и GR поддержки для достижения стратегии развития крупных компаний на местных рынках.
- Мы верим, что обширный опыт, экспертиза и ресурсы нашей оперативной команды приведут ваш бизнес к своим целям с учетом высоких этических стандартов.

03

Реклама и онлайн продажи: правовая основа

Содержание рекламы БАД

Статья 56 Кодекса о здоровье и пункт 3 Правил № ҚР ДСМ-160/2020 устанавливают специальные требования к рекламе, сведениям о продукте и предупреждениям.

Общие правила и ответственность

Закон «О рекламе»: статья 3 определяет рекламу, статьи 6–7 регулируют её содержание, статьи 16 и 18–20 — хранение, подтверждение сведений, опровержение и ответственность участников. Предпринимательский кодекс РК: статьи 177, 182, 190 и 191 регулируют вопросы недобросовестной конкуренции, включая недостоверную рекламу, введение потребителей в заблуждение относительно свойств продукции и некорректное сравнение товаров с продукцией конкурентов.

Информация о товаре и маркетплейсы

Закон «О защите прав потребителей»: статьи 24–26 регулируют обязанности продавца и сведения о товаре, статьи 33-1 и 33-2 — электронные площадки и интернет-продажи.

Реклама на онлайн-платформах

Закон об онлайн-платформах и Правила № 59-НҚ регулируют маркировку онлайн-рекламы. Электронные торговые площадки не относятся к онлайн-платформам для целей указанного Закона. При этом размещение и продвижение БАД на маркетплейсах регулируются применимыми требованиями законодательства о рекламе, электронной торговле и защите прав потребителей.

04

Реклама и онлайн продажи: правовая основа

Содержание рекламы БАД

Закон Республики Узбекистан «О рекламе» № ЗРУ-776 от 7 июня 2022 г. — применяется отношении рекламы БАД, и если размещаемая в интернете информация является рекламой.

Электронная коммерция

Закон Республики Узбекистан «Об электронной коммерции» № ЗРУ-792 от 29 сентября 2022 г. – регулирует вопросы продажа БАД через интернет.

Защита прав потребителей

Закон Республики Узбекистан «О защите прав потребителей» № 221-I от 26 апреля 1996 г. — статья 28^{1}регулирует защиту прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг) с использованием информационных систем
Закон Республики Узбекистан «О конкуренции» № ЗРУ-850 от 03.07.2023 г. - регулирование отношений в области конкуренции, которые приводят или могут привести к введению в заблуждение потребителей относительно характера, способа и места производства, потребительских свойств товара, цены и качества товара, гарантийных обязательств производителя.

Правила торговли

Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об утверждении правил розничной торговли в Республике Узбекистан и правил производства и реализации продукции (услуг) общественного питания в Республике Узбекистан» № 75 от 13 февраля 2003 г.

СТАТЬЯ 56 КОДЕКСА О ЗДОРОВЬЕ И ПРИКАЗ № ҚР ДСМ-160/2020

Реклама БАД в Казахстане: содержание, заявления и каналы



Перед публикацией

Реклама должна быть достоверной, распознаваемой и понятной без специальных знаний. Реклама незарегистрированного БАД запрещена. Каждое утверждение сопоставляют с СГР, маркировкой и доказательствами рекламодателя.

Обязательная информация

Реклама БАД должна соответствовать требованиям к достоверности и содержанию рекламной информации. Для рекламы на телевидении, радио и интернет-ресурсах пунктом 3 Правил № ҚР ДСМ-160/2020 установлен специальный перечень обязательных сведений. Дополнительные требования к рекламе БАД предусмотрены подпунктом 11) указанного пункта.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ПРОВЕРКА РЕКЛАМНОГО ЗАЯВЛЕНИЯ

✓

ДОПУСТИМО

Сообщение о составе, пищевой ценности, способе применения или назначении продукта, если оно точно соответствует СГР, этикетке и документальным доказательствам.

?

РИСК НАРУШЕНИЯ

Рекламные утверждения о результатах применения БАД, ссылки на исследования, сравнительные заявления, отзывы и изображения «до и после» могут вводить потребителей в заблуждение или создавать впечатление о наличии лечебных свойств у продукта.

×

ЗАПРЕЩЕНО

Лечение или профилактика заболевания, гарантированный результат, отсутствие побочных эффектов, утверждения «самый эффективный», «самый безопасный» или иное создание впечатления лекарственного действия.

Рекламный характер информации о БАД определяется её содержанием и целью распространения. Посты блогеров, баннеры, рекламные отзывы и лендинги могут признаваться рекламой, если направлены на продвижение продукции. При этом размещение обязательной информации в карточке товара и использование QR-кода сами по себе не означают, что соответствующие материалы являются рекламой

Реклама БАД в Узбекистане: содержание и запреты

СТАТЬЯ 35

⚠ **Обязательное условие для любой рекламы:**
Каждая реклама БАД должна сопровождаться предупреждением о том, что продукт **НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ**.

В РЕКЛАМЕ БАД ЗАПРЕЩЕНО:

- x Создавать впечатление, что БАД является **лекарством** или обладает **лечебными свойствами;**
- x Публиковать **выражения благодарности** от физических лиц за применение продукта;
- x Побуждать потребителей к **отказу от здорового** и сбалансированного питания;
- x Ссылаться на **конкретные случаи излечения** людей или улучшения их состояния;
- x Утверждать о **преимуществах перед лекарствами** со ссылкой на исследования или госрегистрацию;
- x Использовать **изображения детей** (если продукт запрещен для несовершеннолетних)

ПОДПАДАЕТ под регулирование

Интернет-реклама БАД

- ✓ **Все цифровые каналы:** требование Закона распространяются на соцсети, веб-сайты, Telegram-каналы и блогеров
- ✓ **Полное соблюдение статьи 35 Закона «О Рекламе»:** обязательный дисклеймер «Не является лекарством», запрет лечебных свойств и стимулирующих акций

Промо-ограничения

Стимулирующие акции

Проведение любых стимулирующих рекламных акций в отношении БАД **ПОЛНОСТЬЮ ЗАПРЕЩЕНЫ**

НЕЛЬЗЯ проводить розыгрыши, лотереи, скидочные марафоны с подарками и конкурсы, стимулирующие покупку БАД

Контроль: Комитет по развитию конкуренции РУз

ИСКЛЮЧЕНИЯ из сферы рекламы

Информационный контент

- ✓ **Карточки товаров и каталоги:** сведения на официальных сайтах или страницах продавца/производителя НЕ является рекламой;
- ✓ **Цель публикации:** информирование покупателей об ассортименте, характеристиках и правилах использования товаров;

Контроль рекламы и ответственность в Казахстане

Официальная практика Комитета

За 9 месяцев 2025 года Комитет проверил 3 448 рекламораспространителей. В 838 профилях выявлена реализация БАД без свидетельства о государственной регистрации продукции. Комитет направил 358 писем с рекомендацией удалить незаконную рекламу.

https://www.gov.kz/org/ksek/press/news/details/1094456?lang=ru

Опубликованная судебная практика по БАД остаётся фрагментарной. Поэтому основное значение имеют документальные доказательства и административная практика контроля.

Нарушение и правовое последствие	
Реклама БАД без свидетельство о гос регистрации	Запрещена ст. 56 п.3 пп. 1 Кодекса о здоровье.
Ненадлежащая реклама	Лицо допустившее нарушение, прекращают распространение немедленно, не позднее 3 календарных дней, и осуществляет опровержение за свой счет (ст. 19 Закона «О рекламе»).
Роль участника	Рекламодатель отвечает за содержание рекламы, рекламопроизводитель — за нарушения при её оформлении и производстве, а рекламораспространитель — за нарушения, связанные со временем, местом и способом распространения рекламы, с учётом требований статьи 20 Закона РК «О рекламе».

08

Контроль рекламы и ответственность в Узбекистане

ОФИЦИАЛЬНОЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ КОМИТЕТА ПО КОНКУРЕНЦИИ [1]

Выявленные нарушения в СМИ и соцсетях:

Массовая реклама БАД, мазей, настоев и бальзамов под видом средств для лечения диабета, инсульта, гастрита, гипертонии, артрита, болезней печени и почек.

Разъяснение и требования Комитета:

БАД восполняют лишь нутриенты и не лечат болезни. Приписывание целебных свойств нарушает ст. 35 Закона «О рекламе» и влечёт финансовые санкции.

Кейс №1 – 15.12.2025

AJR QORA-SEDANA [2]

- **Нарушение:** Реклама в соцсетях с участием инфлюенсеров утверждала, что продукт лечит болезни ЖКТ, дыхательных путей, снижает риск диабета, инфаркта и инсульта
- **Результат**: Возбуждено дело, возбуждены законные меры реагирования за нарушение статьи 35 Закона «О рекламе»

Запрет: Приписывание лечебных свойств и участие известных личностей

Кейс № 2 – январь 2025

ООО «MO'JIZA HONEYMOON» [3]

- **Нарушение:** Публикация историй о конкретных случаях выздоровления пациентов и улучшении состояния после приема продукции.
- **Результат:** Наложен финансовый штраф и выдано обязательное предписание об устранении нарушений.

Запрет: Ссылки на случаи излечения и отзывы больных

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ

Нарушение установленных законодательством требований к рекламе БАД влечёт за собой финансовые санкции

ШТРАФ
30 БРВ
(прим. 1 095 долларов США)

Источник: 1. https://raqobat.gov.uz/ru/komitet-po-konkurenczii-preduprejdaet-o-shirokom-rasprostranenii-reklamy-biologicheski-aktivnyh-dobavok-bad, 2. https://raqobat.gov.uz/ru/v-otnoshenii-narushenij-zakonodatelstva-v-reklame-biologicheski-aktivnoj-dobavki-ajr-qora-sedana-byli-prinyaty-sootvetstvuyushhie-mery/, 3. https://raqobat.gov.uz/ru/v-otnoshenii-ooo-mojiza-honeymoon-byl-nalojen-finansovyj-shtraf-za-narushenie-zakonodatelstva/

Онлайн-продажа БАД в Казахстане



Минимум для карточки товара

Точное наименование и назначение. Состав и основные потребительские свойства. Суточная доза, способ применения и противопоказания. Срок годности и условия хранения. Изготовитель, продавец и контакты для претензий. Цена в тенге и условия приобретения. Действующее СГР. Предупреждение о том, что продукт не является лекарством.

Информация о товаре при электронной торговле доводится на казахском и русском языках.

Карточка и реклама

Если текст, изображение или отзыв стимулирует продажу, к нему применяются ограничения рекламы БАД. Плашка «описание товара» не исключает рекламную квалификацию.

Маркетплейс и продавец

Продавец отвечает за законность реализации БАД, наличие действующего СГР и достоверность информации о продукции.
Маркетплейс обязан предусмотреть внутренние процедуры по предотвращению незаконной торговли и размещения недостоверной информации продавцами.
Порядок предоставления документов, проверки информации о товарах и блокировки предложений при выявлении нарушений рекомендуется закреплять в договоре между продавцом и маркетплейсом.

Инфлюенсеры

Онлайн-реклама БАД, размещаемая блогерами на коммерческой или договорной основе, подлежит обязательной маркировке с использованием обозначений «Реклама», «На правах рекламы» и других предусмотренных законодательством формулировок.
Маркировка не требуется для рекламы в мессенджерах, социальной рекламы и отдельных материалов телерадиоканалов. Таргетированная реклама маркируется автоматически средствами онлайн-платформы.
При этом содержание рекламы БАД должно соответствовать требованиям законодательства, включая запрет на приписывание продукции лечебных свойств.

Документирование

Рекламодатель хранит материалы и подтверждающие документы не менее одного года. При запросе органа он должен обосновать заявленные сведения документами.

До публикации компания утверждает единый комплект материалов для сайта, маркетплейса, социальных сетей и блогеров. Локальные изменения проходят повторную юридическую проверку.

Система онлайн-продаж БАД в Узбекистане

Регулирование дистанционной торговли

Продажа БАД через интернет регулируется комплексом законов о цифровой торговле, защите прав потребителей и рекламы

ЗАКОНЫ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

- Закон Республики Узбекистан «ОБ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ» № ЗРУ-792 от 29 сентября 2022 г.;
- Закон Республики Узбекистан «О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ» № 221-I от 26 апреля 1996 г. — статья 28^1;
- Закон Республики Узбекистан «О РЕКЛАМЕ» № ЗРУ-776 от 7 июня 2022 г. - если размещаемая в интернете информация является рекламой;

ПОСТАНОВЛЕНИЕ КМ №75 (13.02.2003)

Правила розничной торговли содержит прямой запрет на реализацию БАД посредством сетевого маркетинга.

НОВЫЙ АКТ

Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-1173 от 10 сентября 2026 г.

Нормативно-правовой акт о совершенствовании сферы электронной коммерции (маркетплейсы и электронные платформы). Дата вступления в силу: 12 декабря 2026 года.

Онлайн-продажа БАД в Узбекистане

🏛 ПРАВОВОЙ СТАТУС ОНЛАЙН-ПРОДАЖ

Законодательство Республики Узбекистан не запрещает онлайн-продажу БАД, но продажа через интернет НЕ освобождает от требований к безопасности, маркировке и рекламе.

ОБЯЗАННОСТИ ПРОДАВЦА:

- **Соблюдение норм:** неукоснительное выполнение всех законодательных требований, применимых к БАДам;
- **Прозрачность:** предоставление полной информации о продукте, изготовителе и условиях покупки.
- **Запрет нарушений:** недопущение продажи товаров, изъятых или ограниченных в обороте.
- **Защита прав:** строгое следование законам об электронной коммерции и защите прав потребителей.
- **Хранение данных (Ст. 15 ЗРУ о рекламе):** Обязательное хранение рекламных материалов и документо в течение 3 лет со дня последней публикации.
- **Отчетность (Ст. 14 ЗРУ о рекламе):** Предоставление подтверждающих рекламных материалов и документов по запросу госорганов строго в 7-дневный срок.

Применяется к маркетплейсам, интернет-магазинам и социальным сетям

ИНФОРМИРОВАНИЕ ДО ЗАКЛЮЧЕНИЯ СДЕЛКИ

СТАТЬЯ 28.1 ЗАКОНА О ЗПП

- Данные продавца и порядок приема претензий и жалоб;
- Основные и специфические свойства БАДа;
- Цена товара, стоимость доставки и порядок оплаты;
- Адрес изготовителя, продавца и импортёра (для импорта);
- QR-код лицензий и разрешительных документов;
- Условия исполнения и расторжения договора.

Обязательное требование: вся информация предоставляется ДО момента оплаты

Возврат и обмен БАД в Узбекистане

Правовой статус: БАД квалифицируется как пищевая продукция (продовольственный товар). На него распространяются правила обмена и возврата продуктов питания.

1. Надлежащее качество

ВОЗВРАТУ И ОБМЕНУ НЕ ПОДЛЕЖИТ

Ст. 18 Закона «О ЗПП» № 221-I: Обмен качественного товара в течение 10 дней предусмотрен *только для непродовольственных товаров*.

ПКМ № 75 от 13.02.2003 г.: Пищевая продукция отсутствует в Перечне товаров, подлежащих обмену.

2. Ненадлежащее качество

ВОЗВРАТ И ОБМЕН РАЗРЕШЕНЫ

Ст. 13 Закона «О ЗПП»: Замена или возврат возможны при выявление недостатков/брака:

- Истекший срок годности при продаже
- Нарушение герметичности упаковки
- Отсутствие маркировки на госязыке
- Выявление фальсификата/брака
- Товар не соответствует онлайн-описанию или образцу.

3. Онлайн-продажи

СТ. 26-27 ЗРУ ОБ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Замена брака: 7 дней (при необходимости дополнительной проверки продавцом качества товара - 20 дней).

Возврат средств: Тем же способом оплаты.

Штраф: Пени 1% за каждый день задержки возврата денег.

Вывод для бизнеса: Поскольку БАД — это пищевой продукт, качественный товар возврату «по желанию клиента» не подлежит. Продавец обязан заменять БАД или возвращать деньги только при подтверждении ненадлежащего качества, просрочки и т.д.

Основание и применение материалов презентации

- **Настоящая презентация предназначена исключительно для участников форума и не предназначена для распространения или использования каким-либо иным лицом или организацией.**

- **Информация, содержащаяся в материалах презентации, отражает основные, по нашему мнению, изменения в законодательстве, но не охватывает все изменения.**

- **Информация, содержащаяся в данной презентации, предназначена исключительно для общего ознакомления и не может служить основанием для осуществления каких-либо действий или отказа от действий.**

Благодарим за внимание!

Имеются ли у Вас вопросы?

info@vakhidovlaw.com
+7 705 209 91 59
+998 97 727 03 45
vakhidovlaw.com

VAKHIDOV & PARTNERS