



# МІНІСТЭРСТВА ІНФАРМАЦЫИ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

пр-т Пераможцаў, 11, 220004, г. Мінск  
тэл./факс +375 17 203 92 31, +375 17 203 34 35  
e-mail:info@mininform.gov.by

«05».10.2020 № 08-07/1945  
на № .....

# МИНИСТЕРСТВО ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

пр-т Победителей, 11, 220004, г. Минск  
тэл./факс +375 17 203 92 31, +375 17 203 34 35  
e-mail:info@mininform.gov.by

Телекоммуникационный отраслевой союз

ул. К. Либкнехта, д. 68, оф. 808  
220036, г. Минск

## О проекте Закона

В Министерстве информации Республики Беларусь в пределах компетенции изучены поставленные в обращении Телекоммуникационного отраслевого союза (далее – ТОС) вопросы, касающиеся проекта Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» (далее – проект Закона).

1. Дополнение статьи 11 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» пунктом 8<sup>1</sup>, налагающим запрет на наличие рекламы в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Беларусь без изменения формы или содержания, как уже сообщалось ТОС, прежде всего направлено на защиту и поддержку отечественных телепроизводителей, развитие которых напрямую зависит от объемов их рекламных доходов. Ряд иностранных телепрограмм, транслируемых в «кабеле», содержит рекламу товаров и услуг, которые, вопреки утверждению ТОС, реализуются на территории Республики Беларусь. Но рекламодатель платит за рекламу своей продукции не белорусским телекомпаниям, а иностранным, распространяющим свои телепрограммы на белорусскую аудиторию и зарабатывающим на этом.

А под влиянием негативных явлений в экономике, отечественные телекомпании как никогда ранее нуждаются в поддержке. Особенно учитывая то, что к 1 декабря 2020 г. все они должны обеспечить в своем эфире долю передач белорусского производства не менее 30%, что является непростой задачей, требующей серьезных финансовых вложений, а соответственно, и роста рекламных доходов.

2. Да, мы не исключаем вероятности того, что вследствие принятия мер по исключению рекламных блоков (их замене на социальную рекламу) из уже транслируемых в Беларуси иностранных телепрограмм

087000

отечественные операторы электросвязи и поставщики услуг электросвязи (далее – операторы) вынуждены будут незначительно поднять абонентскую плату. Вместе с тем, как мы полагаем, затраты операторов будут не столь существенными. Что также подтверждается расчетами, представленными ТОС (следует отметить, что указанные расчеты представлены в Министерство информации впервые).

Более того, как мы полагаем, ситуация вполне может сложиться таким образом, что белорусским операторам не придется самостоятельно исключать (заменять) рекламу, поскольку, по нашей информации, большинство редакций уже распространяемых в нашей стране иностранных телепрограмм готовы поставлять на белорусский медийный рынок свою продукцию без рекламных блоков. А, учитывая, что количество иностранных телепрограмм, содержащих рекламу, в настоящее время немногим более 100, бремя исполнения возможного нововведения для отечественных операторов не будет столь существенным, в том числе и в плане финансовых затрат.

Предложение ТОС возложить обязанность по удалению рекламных блоков только на иностранные редакции СМИ, как уже сообщалось ранее, заведомо сужает возможности маневра для рынка кабельных операторов. Кроме того, ввиду отсутствия в международных соглашениях норм, предусматривающих возможность совершать нерезидентами подобные действия, закрепление таковых в национальном законодательстве неправомерно.

С учетом изложенного и отсутствия в предлагаемой редакции проекта Закона порядка исключения рекламных блоков (что предоставляет оператору возможность выбора способа реализации этой нормы) говорить о монополизации рынка предоставления услуг платного телевидения крупными операторами и создании для малых и средних предприятий электросвязи неравных условий ведения бизнеса, как указано в письме ТОС, не вполне оправданно.

Не находит оснований Министерство информации также утверждать о возможном экономическом ущербе, который может быть нанесен государству, поскольку нельзя заранее предполагать потерю бизнеса большинством малых и средних предприятий электросвязи.

3. Включение в проект Закона нормы, устанавливающей, что изъятие рекламы из продукции иностранных телевизионных средств массовой информации или замена ее социальной рекламой не являются изменением формы или содержания продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, исключает необходимость при данных манипуляциях регистрировать телепрограмму как белорусское СМИ. Что, по нашему мнению, облегчает процедуру допуска

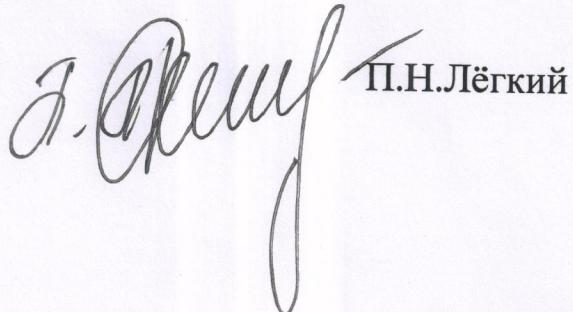
к распространению на территории нашей страны иностранных телепрограмм.

В связи с чем, по нашему мнению, нет необходимости и во внесении конкретики в понятие, что именно является формой и содержанием телепрограммы, как в проекте Закона, так и в иных законодательных актах в сфере массовой информации.

Более того, полагаем, что отсутствует и какая бы то ни было логика во введении в понятийный аппарат Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» понятия «формы и содержания телепрограммы», поскольку абсолютно очевидно, что любые изменения в составе телепрограммы, за исключением перечисленных в абзаце 17 пункта 10 статьи 2 проекта Закона, будут являться изменением ее формы или содержания.

4. Принимая во внимание международную практику исключения рекламных блоков из вещания иностранных телепрограмм (Россия и Казахстан) и основную ее задачу, направленную на поддержание белорусских производителей товаров и услуг, и, прежде всего, отечественных телекомпаний, Министерство информации не находит оснований для корректировки предложенной Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь редакции проекта Закона.

Первый заместитель Министра



П.Н.Лёгкий