



МІНІСТЭРСТВА
АНТЫМАНАПОЛЬНАГА
РЭГУЛЯВАННЯ І ГАНДЛЮ
РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

вул. Кірава, 8, корп.1, 220030, г. Мінск
тэл.: (+375 17) 327 48 02, факс: (+375 17) 327 24 80
e-mail: mail@mart.gov.by
www.mart.gov.by

МИНИСТЕРСТВО
АНТИМОНОПОЛЬНОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ И ТОРГОВЛИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ул. Кирова, 8, корп.1, 220030, г. Минск
тэл.: (+375 17) 327 48 02, факс: (+375 17) 327 24 80
e-mail: mail@mart.gov.by
www.mart.gov.by

01.09.2021 № 10-дз/9082к
На № 62 ад 04.08.2021

Телекоммуникационный
отраслевой союз

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

О применении
законодательства о рекламе

Министерство антимонопольного регулирования и торговли (далее – МАРТ), уполномоченное на проведение единой государственной политики и осуществление контроля в области рекламы, рассмотрело обращение Телекоммуникационного отраслевого союза от 04.08.2021 № 62 по некоторым вопросам применения законодательства о рекламе и сообщает.

В соответствии с пунктом 8¹ статьи 11 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» (далее – Закон № 225-З):

реклама в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемой на территории Республики Беларусь без изменения формы или содержания (далее – продукция иностранного телевизионного СМИ), не допускается;

указанное требование не распространяется на:

продукцию иностранного телевизионного СМИ, если учредителем (участником) юридического лица, на которое возложены функции редакции иностранного телевизионного СМИ, является Республика Беларусь совместно с иностранным государством (иностранными государствами);

рекламу, интегрированную в передачу при ее производстве и являющуюся неотъемлемой частью этой передачи;

социальную рекламу, качество которой признано Межведомственным советом по рекламе надлежащим;

рекламу, размещаемую (распространяемую) в месте события, транслируемого в прямом эфире или в записи, за исключением специально созданных для трансляции постановок;

размещаемую (распространяемую) в телепрограмме информацию об этой телепрограмме (в том числе о названии и логотипе телепрограммы) и о передачах, составляющих эту телепрограмму;

исключение рекламы из продукции иностранных телевизионных СМИ или замена ее социальной рекламой, качество которой признано Межведомственным советом по рекламе надлежащим, не являются изменением формы или содержания продукции иностранных телевизионных СМИ.

В связи с изложенным, а также принимая во внимание иные нормативные предписания законодательства о рекламе и средствах массовой информации, сообщаем следующее.

По вопросу 1. Вопросы, касающиеся оснований и порядка аннулирования разрешения на распространение продукции иностранного средства массовой информации на территории Республики Беларусь без изменения ее формы или содержания и исключения иностранного средства массовой информации из списка иностранных средств массовой информации, получивших разрешение, относятся к компетенции Министерства информации и решаются в соответствии с требованиями Закона Республики Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-З «О средствах массовой информации» (далее – Закон № 427-З) и иными актами законодательства о средствах массовой информации.

По вопросам 2, 6, 7 и 11. В случае выявления контролирующим органом в области рекламы (МАРТ или местным исполнительным и распорядительным органом) факта распространения рекламы в продукции иностранного телевизионного СМИ указанным контролирующим органом в области рекламы будут приняты меры по привлечению распространителя данной продукции иностранного СМИ к предусмотренной законодательством ответственности (выдано предписание об устранении выявленного нарушения законодательства о рекламе, начат административный процесс по привлечению такого распространителя к административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе).

Если в ходе разбирательства будет установлено, что нарушение допущено в силу обстоятельств, за которые распространитель продукции иностранного телевизионного СМИ не отвечает (погодные условия, ставшие причиной сбоя программного обеспечения, независящие от распространителя технические проблемы, помешавшие удалению или замещению рекламных блоков, и т.п.), контролирующим органом в области рекламы может быть принято решение о выдаче такому распространителю предписания об устранении выявленного нарушения законодательства о рекламе без инициирования административного процесса по привлечению распространителя к административной ответственности.

В соответствии с пунктом 11¹ статьи 1 и статьей 27 Закона № 427-З мониторинг массовой информации (процесс сбора и анализа информации, содержащейся в продукции средства массовой информации, в целях оценки соблюдения законодательства о средствах массовой информации) осуществляется Министерством информации.

Выявление контролирующими органами в области рекламы фактов нарушения законодательства о рекламе осуществляется, как правило, по результатам рассмотрения обращений граждан и юридических лиц, в том числе Министерства информации, других государственных органов, редакций средств массовой информации.

Информация по результатам разбирательства о распространении рекламы в продукции иностранного телевизионного СМИ будет представляться контролирующими органами в области рекламы в Министерство информации. Вопросы о том, какие меры ответственности к распространителю продукции иностранного телевизионного СМИ за несоответствие данной продукции требованиям пункта 8¹ статьи 11 Закона № 225-З могут быть приняты Министерством информации в соответствии с законодательством о средствах массовой информации, и о целесообразности принятия таких мер, относятся к компетенции Министерства информации.

По вопросам 3 и 4. Закон № 225-З и иные акты законодательство в области рекламы не содержат понятия спонсорской рекламы и не предусматривают особых условий ее размещения (распространения).

Реклама, представленная лицами, участвующими в финансировании производства или приобретения прав на трансляцию телепередач или телепрограммы в целом, в продукции иностранного телевизионного СМИ не допускается в соответствии с частью первой пункта 8¹ статьи 11 Закона № 225-З, за исключением случаев, указанных в части второй данного пункта.

Так, согласно абзацу третьему части второй пункта 8¹ статьи 11 Закона № 225-З в продукции иностранного телевизионного СМИ допускается реклама, интегрированная в передачу при ее производстве и являющаяся неотъемлемой частью этой передачи (к примеру, реклама, интегрированная в оформление студии, диалоги ведущих, их одежду и т.п.).

По вопросу 5. С вступлением в силу изменений в Закон № 225-З подходы к регулированию анонсов передач не изменились.

В силу пункта 10 статьи 11 Закона № 225-З требования пунктов 1 – 9 и 11 статьи 11 Закона № 225-З не распространяются на размещаемую в телепрограмме информацию о передачах, составляющих эту телепрограмму.

Из приведенной нормы следует, что:

размещаемая в телепрограмме информация о передачах, составляющих эту телепрограмму (т.н. анонсы передач), не является рекламой, в связи с чем не подпадает под регулирование пунктов 1 – 9 и 11 статьи 11 Закона № 225-З;

в то же время размещаемая в телепрограмме информация о передачах, составляющих другую телепрограмму, имеет признаки рекламы, и требование пункта 10 статьи 11 Закона № 225-З на нее распространяется (т.е. такая информация подпадает под регулирование пунктов 1 – 9 и 11 статьи 11 и других норм Закона № 225-З).

По вопросу 8. Закон № 225-З регулирует требования к рекламе, в том числе социальной рекламе (понятие «коммерческая реклама» в Законе № 225-З не содержится).

В силу пунктов 2 и 6 статьи 11 Закона № 225-З телевизионная реклама может размещаться (распространяться) не только путем прерывания передачи рекламой, но и путем совмещения передачи с рекламой (в виде наложений, в том числе способом «бегущей строки», с использованием инфографики, всплывающих логотипов, звуковой рекламы без прерывания трансляции телепрограммы и пр.).

Реклама, размещаемая (распространяемая) путем совмещения передачи с рекламой, регулируется Законом № 225-З таким же образом, как и реклама, размещаемая (распространяемая) путем прерывания передачи рекламой.

По вопросу 9. Требование о запрете рекламы в продукции иностранных телевизионных СМИ не распространяется на рекламу, предусмотренную частью второй пункта 8¹ статьи 11 Закона № 225-З, в том числе на социальную рекламу, качество которой признано Межведомственным советом по рекламе надлежащим (абзац четвертый части второй пункта 8¹ статьи 11 Закона № 225-З).

Из формулировки абзаца четвертого части второй пункта 8¹ статьи 11 Закона № 225-З не следует, что замена рекламы в продукции иностранного телевизионного СМИ на социальную рекламу является обязательной.

Осуществление такой замены является правом распространителя (а не его обязанностью), направленным на решение проблемы, связанной с необходимостью заполнения пауз, возникающих в связи с исключением рекламы (за исключением рекламы, предусмотренной частью второй пункта 8¹ статьи 11 Закона № 225-З) из продукции иностранного телевизионного СМИ.

По вопросу 10. Вопрос о способах заполнения пауз, возникающих в связи с исключением рекламы из продукции иностранного телевизионного СМИ (в случае, если реклама не заменена социальной рекламой, качество которой признано Межведомственным советом по рекламе надлежащим), не является предметом регулирования Закона

№ 225-З.

Полагаем, что распространитель вправе самостоятельно определить, каким способом (с использованием заставки, не имеющей признаков рекламы, или др.) может быть осуществлено заполнение таких пауз, если иные требования не будут установлены законодательством (в настоящее время установление таких требований в законодательстве о рекламе не планируется).

По вопросу 12. В силу пункта 2 статьи 69 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 130-З «О нормативных правовых актах» МАРТ вправе при необходимости (в связи с поступлением обращений, получением информации из других источников о проблемах в применении Закона № 225-З, инициативно) подготавливать письменные разъяснения по применению Закона № 225-З.

Дача таких письменных разъяснений по обращениям граждан и юридических лиц осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством об обращениях граждан и юридических лиц.

Настоящий ответ может быть обжалован в порядке, предусмотренном статьей 20 Закона Республики Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-З «Об обращениях граждан и юридических лиц».

Заместитель Министра

А.М.Картун