



НАЦЫЯНАЛЬНЫ СХОД
РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

ПАЛАТА ПРАДСТАЎНІКОЎ

Пастаянная камісія па жіллёвай
палітыцы і будаўніцтве

Дом Урада, 220010, г. Минск
тэл./факс (017) 222 67 01, факс (017) 327 37 84
e-mail: zhyl@house.gov.by

НАЦИОНАЛЬНОЕ СОБРАНИЕ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ПАЛАТА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ

Постоянная комиссия по жилищной
политике и строительству

Дом Правительства, 220010, г. Минск
тэл./факс (017) 222 67 01, факс (017) 327 37 84
e-mail: zhyl@house.gov.by

01.07.2020

№

12-02/241

На № _____ ад _____

Председателю Правления
Телекоммуникационного
отраслевого союза

Клюйковой Е.Г.

ул. К.Либкнекта, д.68, офис 808,
220036, г. Минск

Уважаемая Елена Георгиевна!

По поручению Председателя Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь Андрейченко В.П. в Постоянной комиссии Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь по жилищной политике и строительству рассмотрено поступившее в адрес Администрации Президента Республики Беларусь обращение Телекоммуникационного отраслевого союза (далее — ТОС) от 26 мая 2020 г. № 86, касающееся содержащихся в проекте Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» (далее — проект Закона) норм о запрете рекламы в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемых на территории Республики Беларусь, без изменения формы или содержания (абзацы девятый — семнадцатый пункта 10 статьи 2 проекта Закона).

С учетом позиции Совета Министров Республики Беларусь (как субъекта права законодательной инициативы, внесшего проект Закона на рассмотрение в Палату представителей в редакции, содержащей вышеназванное нормативное предписание), изложенной в ответ на просьбу Постоянной комиссии дополнительно проработать поставленные в обращении ТОС вопросы с участием всех заинтересованных, считаем возможным отметить следующее.

1. Содержащиеся в обращении ТОС доводы неоднократно прорабатывались в Палате представителей с участием заинтересованных, включая Министерство информации, Министерство связи и информатизации, Министерство антимонопольного регулирования и торговли, представителей белорусских телеканалов, и обсуждались в различных форматах при подготовке проекта Закона к рассмотрению во

втором чтении. По всем поступившим в Постоянную комиссию вопросам ТОС были представлены исчерпывающие ответы.

2. Следует отметить, что, по мнению Правительства Республики Беларусь, предлагаемое проектом Закона нововведение направлено на создание добросовестных, равноправных и конкурентных условий осуществления деятельности всех участников рекламного рынка.

Так, ряд иностранных телепрограмм, транслируемых посредством кабельного телевещания, содержит рекламу товаров и услуг, которые продаются на территории Республики Беларусь. Но рекламодатель платит за рекламу своей продукции не белорусским телекомпаниям, а иностранным, распространяющим свои программы на белорусскую аудиторию и зарабатывающим на этом.

Практика исключения рекламных блоков из вещания иностранных телеканалов является международной и реализуется государствах-членах ЕАЭС (Россия, Казахстан). Такая практика сформирована в целях защиты и поддержки национальных телепроизводителей, развитие которых напрямую зависит от объемов их рекламных доходов.

3. Порядок исключения рекламных блоков из иностранных телепрограмм проектом Закона не регламентируется, поскольку не относится к его предмету правового регулирования. Субъектам хозяйствования — участникам медиарынка предоставляется возможность самостоятельно выбирать способы реализации этой нормы, в том числе с учетом финансовых и технических возможностей.

Советом Министров отмечается, что исключение рекламных блоков из иностранных телепрограмм может производиться с использованием специального программного обеспечения в автоматическом режиме. Рекламные блоки могут заменяться блоками социальной рекламы белорусского производства. Законопроектом оговаривается, что такие действия не являются изменением формы и содержания иностранных телепрограмм, что, в свою очередь, исключает их регистрацию в качестве белорусского средства массовой информации. При этом возможно давать сигнал в эфир и не онлайн, а с некоторой задержкой — учитывая время, необходимое для «сшивания» эфира после удаления рекламных блоков (каждый блок имеет специальные электронные метки, позволяющие безошибочно определять его начало и конец).

По информации Правительства Республики Беларусь, в настоящее время большинство иностранных телепрограмм на основании договоренностей между редакциями иностранных телепрограмм и правообладателями на территории Республики Беларусь уже представляются в нашу страну очищенными от рекламных блоков. Отдельные крупные кабельные операторы, имеющие соответствующие технические возможности, выразили готовность исключать рекламные

блоки из транслируемых иностранных телепрограмм, а также предоставлять такие услуги другим операторам.

Предложение возложить обязанность по удалению рекламных блоков только на иностранные редакции средств массовой информации заведомо сужает возможности маневра для рынка кабельных операторов. В случае если иностранный правообладатель не сформирует для белорусского рынка очищенную от рекламы версию телепрограммы, заложенные в проекте Закона подходы позволят это сделать белорусским субъектам хозяйствования на условиях заключенных договоров.

4. По мнению Министерства информации, оснований для утверждения, что реализация рассматриваемых норм проекта Закона приведет к существенному повышению цен для абонентов электросвязи, нет — кабельными операторами такие расчеты в Министерство информации не представлялись. Кроме того, совершенно очевидно, что речь идет не обо всех телепрограммах в пакете оператора электросвязи, а лишь о его части.

В то же время Министерство информации неоднократно предлагало представителям ТОС (в том числе руководителям ряда операторов электросвязи) подтвердить расчетами заявления о том, что принятие указанной нормы проекта Закона нанесет экономический ущерб рынку кабельного телевещания. Например, рассчитать примерный объем затрат на создание и поддержание функционирования в дальнейшем системы исключения рекламных блоков. Ответа не последовало. Со своей стороны Министерство информации провело консультации по данной теме и получило из различных источников информацию, что для субъекта хозяйствования стоимость создания системы удаления рекламы из телепрограммы находится в пределах в эквиваленте одной-двух тысяч долларов США. При этом, как уже отмечалось, такая работа будет осуществляться в автоматическом режиме.

5. Сегодня с учетом сложившейся ситуации в мировой 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 процентов, что является напряженной задачей, требующей серьезных финансовых вложений, и, соответственно, роста рекламных доходов.

Исходя из изложенного, по мнению заинтересованных, представленная редакция проекта Закона в части ограничений на распространение рекламной продукции в иностранных телепрограммах является наиболее приемлемой и направлена на поддержку национальных телевизионных средств массовой информации.

Председатель
Постоянной комиссии

В.П.Николайкин