

ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

4 января 2021 г. № 82-З

Об изменении законов по вопросам рекламы

Принят Палатой представителей 10 декабря 2020 г.

Одобрено Советом Республики 18 декабря 2020 г.

Статья 1. Унесці ў Закон Рэспублікі Беларусь ад 26 студзеня 1990 г. № 3094-ХІ «Аб мовах у Рэспубліцы Беларусь» наступныя змяненні:

1. У артыкуле 1 словы «Заканадаўства Рэспублікі Беларусь» замяніць словам «Заканадаўства».

2. З часткі чацвёртай артыкула 2, часткі другой артыкула 5, часткі другой артыкула 16, часткі другой артыкула 21 і часткі другой артыкула 24 словы «Рэспублікі Беларусь» выключыць.

3. У артыкуле 22:

з частак другой, чацвёртай і шостаю словы «Рэспублікі Беларусь» выключыць;

у частцы трэцяй словы «заканадаўствам Рэспублікі Беларусь» замяніць словам «заканадаўствам».

4. У артыкуле 23:

у частках другой і трэцяй словы «заканадаўствам Рэспублікі Беларусь» замяніць словам «заканадаўствам»;

з часткі чацвёртай словы «Рэспублікі Беларусь» выключыць.

5. Частку другую артыкула 29 пасля слова «твораў», дапоўніць словамі «культурных, спартыўных, спартыўна-масавых, турыстычных мерапрыемстваў, спаборніцтваў, конкурсаў, узнагарод, каманд спартсменаў».

Статья 2. Внести в Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» следующие изменения:

1. Абзац третий пункта 2 статьи 1 дополнить словами «или иными законодательными актами».

2. В статье 2:

в абзаце пятым слова «недобросовестная, недостоверная» заменить словами «недостоверная, недобросовестная»;

после абзаца пятого дополнить статью абзацем следующего содержания:

«нетабачное никотиносодержащее изделие – изделие, содержащее сырье растительного и (или) синтетического происхождения (за исключением табачного сырья) и никотин, предназначенное для сосания, жевания, нюхания, иного способа использования (потребления), при котором никотин проникает в организм человека, за исключением лекарственных и ветеринарных препаратов, жидкостей для электронных систем курения с содержанием никотина, пищевых продуктов растительного происхождения»;

абзац шестой после слова «граждан», дополнить словами «производственный объект, торговый объект, иной объект обслуживания»;

в абзаце девятом слово «распространяемая» заменить словами «размещаемая (распространяемая)»;

абзац двенадцатый изложить в следующей редакции:

«рекламодатель – организация или гражданин, деятельность или товары которых рекламируются, либо которые определили объект рекламирования и (или) содержание рекламы, либо которые предоставляют рекламу рекламораспространителю для ее размещения (распространения) на территории Республики Беларусь»;

абзац четырнадцатый изложить в следующей редакции:

«рекламораспространитель – организация или гражданин, осуществляющие размещение (распространение) рекламы в любой форме с помощью любых средств»;

абзац шестнадцатый изложить в следующей редакции:

«социальная реклама – реклама прав, охраняемых законом интересов или обязанностей организаций или граждан, явлений (мероприятий) в сферах здравоохранения, образования, культуры, физической культуры и спорта, социальной защиты населения, обеспечения государственной и (или) общественной безопасности, охраны окружающей среды, рационального использования природных, топливно-энергетических и других видов ресурсов, в том числе по вопросам охраны здоровья населения, пропаганды здорового образа жизни, деятельности хосписов, благотворительных фондов, сохранения историко-культурного, духовного наследия, профилактики правонарушений, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, развития международного сотрудничества в указанных сферах, либо иных явлений (мероприятий) социального характера, которая направлена на защиту или удовлетворение общественных или государственных интересов, не носит коммерческого характера и рекламодателями которой являются государственные органы, если иное не установлено Президентом Республики Беларусь;»;

в абзаце семнадцатом слова «техническое средство, специально предназначенное и (или)» заменить словами «средство рекламы;»;

после абзаца семнадцатого дополнить статью абзацем следующего содержания:

«средство рекламы – техническое или иное средство, специально предназначенное и (или) используемое для размещения (распространения) рекламы;».

3. Статью 3 изложить в следующей редакции:

«Статья 3. Правовое регулирование отношений в области рекламы»

1. Отношения в области рекламы регулируются законодательством о рекламе, международными договорами Республики Беларусь, а также международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза.

2. Законодательство о рекламе основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона и иных актов законодательства.

3. Если международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора.».

4. В статье 5 слова «торговли Республики Беларусь» заменить словом «торговли».

5. Статью 7 изложить в следующей редакции:

«Статья 7. Полномочия Совета Министров Республики Беларусь в области рекламы»

Совет Министров Республики Беларусь в области рекламы в пределах своей компетенции:

обеспечивает проведение единой государственной политики;

организует разработку и реализацию планов и мероприятий по развитию рекламной деятельности с учетом национальных интересов;

создает Межведомственный совет по рекламе;

устанавливает порядок производства и размещения (распространения) социальной рекламы, включая порядок участия Межведомственного совета по рекламе в оценке качества социальной рекламы;

устанавливает требования к размещению средств наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов, порядок выдачи, продления действия, переоформления и прекращения действия разрешения на размещение средства наружной рекламы, перечень средств наружной рекламы, размещение которых допускается без наличия такого разрешения;

устанавливает порядок проведения торгов на право размещения средств рекламы на недвижимом имуществе, находящемся в государственной собственности или собственности хозяйственных обществ, более 50 процентов акций (долей в уставных фондах) которых находится в собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц, а также на недвижимом имуществе, находящемся в общей долевой собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц и (или) хозяйственных обществ, более 50 процентов акций (долей в уставных фондах) которых находится в собственности Республики Беларусь и (или) ее административно-территориальных единиц (далее – государственное недвижимое имущество);

осуществляет международное сотрудничество;

осуществляет иные полномочия, возложенные на него Конституцией Республики Беларусь, законами и актами Президента Республики Беларусь.».

6. В статье 8:

из названия статьи и абзаца первого слова «Республики Беларусь» исключить;

абзац четвертый изложить в следующей редакции:

«осуществляет контроль за соблюдением законодательства о рекламе;».

7. Статью 9 изложить в следующей редакции:

«Статья 9. Полномочия местных исполнительных и распорядительных органов в области рекламы»

1. Местные исполнительные и распорядительные органы в области рекламы на территории соответствующих административно-территориальных единиц в пределах своей компетенции:

предупреждают факты ненадлежащей рекламы;

выносят предписания об устранении выявленного нарушения законодательства о рекламе, предписания о демонтаже средства наружной рекламы в случае его размещения без разрешения на размещение средства наружной рекламы или в иных предусмотренных законодательством случаях;

осуществляют демонтаж средств наружной рекламы в предусмотренных законодательством случаях;

рассматривают обращения организаций или граждан и иные материалы о нарушении законодательства о рекламе;

направляют в органы прокуратуры и другие правоохранительные органы материалы о нарушении законодательства о рекламе;

выдают, продлевают действие и переоформляют разрешения на размещение средств наружной рекламы;

вправе установить своими решениями требования к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, а также по согласованию с Министерством культуры требования к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны;

осуществляют иные полномочия в соответствии с настоящим Законом, иными законодательными актами и постановлениями Совета Министров Республики Беларусь.

2. Областные, городские, включая Минский городской, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городах осуществляют контроль в области рекламной деятельности.».

8. В статье 9¹:

пункт 1 дополнить словами «, планируемой к размещению (распространению) на телевидении, радио, средствах наружной рекламы и (или) транспортных средствах, за исключением социальной рекламы, содержащей исключительно информацию о государственных праздниках, праздничных днях, памятных датах или мероприятиях республиканского или местного значения»;

из пункта 3 слова «Республики Беларусь» исключить.

9. В статье 10:

пункт 1 исключить;

часть первую пункта 2 после слова «произведений,» дополнить словами «культурных, спортивных, спортивно-массовых, туристических мероприятий, соревнований, конкурсов, наград, команд спортсменов,»;

в части первой пункта 3 слова «других гуманитарных» заменить словом «спортивно-массовых»;

в пункте 4:

слова «иностранное или международное юридическое лицо (организация, не являющаяся юридическим лицом)» заменить словами «иностранный организация, в том числе не являющаяся юридическим лицом (далее, если иное не предусмотрено настоящим Законом, – иностранная организация)»;

дополнить пункт словами «, если иное не предусмотрено настоящим Законом»;

часть вторую пункта 5 изложить в следующей редакции:

«Реклама, содержащая информацию об иностранной организации, допускается только при наличии у этой организации доказательства юридического статуса организации в соответствии с законодательством страны ее учреждения.»;

пункт 6 дополнить частью следующего содержания:

«Реклама, содержащая информацию о деятельности организации или гражданина, осуществляемой на основании аттестата, квалификационного аттестата, свидетельства или иного документа, удостоверяющего право организации или гражданина на осуществление такой деятельности, допускается только при наличии у этих организации или гражданина такого документа.»;

пункт 7 изложить в следующей редакции:

«7. Предупредительные надписи и иная обязательная к размещению в рекламе информация должны быть выполнены четкими буквами и цветом, контрастирующим с цветовым фоном площади рекламы, на которой размещается информация. При озвучивании такой информации в рекламе скорость озвучивания не должна создавать препятствия для ее восприятия.

Содержащиеся в рекламе сноски и иная информация, уточняющая информацию о цене объекта рекламирования, скидках, наличии объекта рекламирования на рынке, возможности его приобретения в указанных в рекламе количестве и месте, об основаниях использования в рекламе слов «номер один», «первый» и иных слов, создающих впечатление о преимуществе товара, организации или гражданина, производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания перед другими товарами, организациями или гражданами, производственными объектами, торговыми объектами или иными объектами обслуживания, изображения награды или указания позиции в рейтинге, должны быть выполнены четкими буквами, размер шрифта не должен быть менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе. Такая информация в рекламе на телевидении и мультимедийной рекламе должна занимать не менее пяти секунд, при длительности указанной рекламы менее пяти секунд – размещаться (распространяться) на протяжении всего времени рекламы, а в рекламе на радио – озвучиваться.»;

в пункте 8:

абзац третий дополнить словами «, если иное не предусмотрено настоящим Законом»;

в абзаце четвертом слово «средств» заменить словом «препаратов»;

в пункте 10:

абзац третий изложить в следующей редакции:

«товаров, подлежащих обязательному подтверждению соответствия, обязательной оценке соответствия в иных формах, но не имеющих документа об оценке соответствия или иного документа, подтверждающего обязательную оценку соответствия, если наличие такого документа предусмотрено актами законодательства, международными договорами

Республики Беларусь, международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза;»;

из абзаца четвертого слова «Республики Беларусь» исключить;

абзац седьмой изложить в следующей редакции:

«направленная на вовлечение в предоставление услуг сексуального характера под видом законной деятельности, антиобщественное поведение;»;

после абзаца седьмого дополнить пункт абзацем следующего содержания:

«услуг, связанных с торговлей людьми;»;

дополнить пункт абзацами следующего содержания:

«услуг, связанных с организацией похорон, и сопутствующих товаров, размещаемая (распространяемая) в ячейки абонентского почтового шкафа или индивидуальные почтовые ящики, посредством телефонной, телексной, факсимильной, сотовой подвижной электросвязи, почтовой связи, за исключением рекламы, размещаемой (распространяемой) в печатных средствах массовой информации;

иных объектов в случаях, предусмотренных законодательными актами.»;

в пункте 10¹ слова «в наименованиях рекламодателей» заменить словом «организаций»;

дополнить статью пунктом 10² следующего содержания:

«10². Рекламодатель обязан по первому требованию собственника или иного законного владельца ячейки абонентского почтового шкафа или индивидуального почтового ящика незамедлительно обеспечить прекращение размещения (распространения) рекламы в эти ячейку абонентского почтового шкафа или индивидуальный почтовый ящик, а рекламораспространитель – незамедлительно прекратить размещение (распространение) такой рекламы. Данное требование не распространяется на рекламу, размещаемую (распространяемую) в печатных средствах массовой информации или на оборотной стороне извещения о размере платы за жилищно-коммунальные услуги и платы за пользование жилым помещением.»;

пункт 12 изложить в следующей редакции:

«12. Размещение (распространение) рекламных материалов, ввезенных на территорию Республики Беларусь с нарушением требований законодательства о таможенном регулировании, международных договоров Республики Беларусь, международно-правовых актов, составляющих право Евразийского экономического союза, не допускается.»;

дополнить статью пунктом 13 следующего содержания:

«13. Право на размещение средства рекламы, в том числе средства наружной рекламы, на государственном недвижимом имуществе предоставляется рекламораспространителю по результатам проведения торгов, если законодательством по вопросам аренды и безвозмездного пользования имуществом не установлен иной порядок сдачи в аренду или предоставления в безвозмездное пользование этого имущества.

Требование о проведении торгов, предусмотренное частью первой настоящего пункта, не распространяется на случаи:

продления действия или переоформления разрешения на размещение средства наружной рекламы;

размещения на государственном недвижимом имуществе:

средства рекламы, принадлежащего владельцу государственного недвижимого имущества;

средства рекламы, специально не предназначенного, но используемого для размещения (распространения) рекламы (торговое оборудование, мебель, иные предметы и средства, предназначенные для обслуживания потребителей работ (услуг) и другого);

вывески или иного средства рекламы, используемого для размещения (распространения) рекламы об организации, гражданине, производственном объекте, торговом объекте или ином объекте обслуживания, осуществляющих деятельность или

расположенных в месте нахождения государственного недвижимого имущества, а также о производимых и (или) реализуемых ими товарах, проводимых ими рекламных мероприятиях, в том числе предоставляемых ими скидках;

средства наружной рекламы, на размещение которого не требуется соответствующего разрешения.

Порядок проведения торгов устанавливается Советом Министров Республики Беларусь.».

10. В статье 11:

абзац четвертый пункта 2 исключить;

пункт 3 изложить в следующей редакции:

«3. Детские передачи, включая детские художественные фильмы, и образовательные передачи продолжительностью:

от 15 до 30 минут включительно могут прерываться рекламой непосредственно в начале и перед окончанием передачи на периоды, не превышающие 60 секунд;

более 30 минут могут прерываться рекламой непосредственно в начале и перед окончанием передачи на периоды, не превышающие 60 секунд, а также дополнительно один раз каждые 30 минут передачи на период, не превышающий 60 секунд.

В остальное время размещение (распространение) рекламы в таких передачах не допускается.

Объект рекламирования и содержание рекламы в детских передачах, включая детские художественные фильмы, должны соответствовать особенностям детской и подростковой зрительской аудитории. В таких передачах запрещается размещение (распространение) рекламы лекарственных препаратов, методов оказания медицинской помощи, работ и (или) услуг, составляющих медицинскую деятельность, изделий медицинского назначения, медицинской техники, биологически активных добавок к пище, лотерей, рекламных игр, иных рекламных мероприятий, услуг, связанных с привлечением, использованием денежных средств граждан.»;

дополнить статью пунктом 8¹ следующего содержания:

«8¹. Реклама в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемой на территории Республики Беларусь без изменения формы или содержания, не допускается.

Требование части первой настоящего пункта не распространяется на:

продукцию иностранного телевизионного средства массовой информации, если учредителем (участником) юридического лица, на которое возложены функции редакции иностранного телевизионного средства массовой информации, 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, указанную в пункте 9 настоящей статьи;

информацию, указанную в пункте 10 настоящей статьи.

Исключение рекламы из продукции иностранных телевизионных средств массовой информации или замена ее социальной рекламой, указанной в абзаце четвертом части второй настоящего пункта, не являются изменением формы или содержания продукции иностранных телевизионных средств массовой информации.»;

пункт 11 изложить в следующей редакции:

«11. Эквивалентный уровень звука рекламы, сообщения о ее последующей трансляции не должен превышать эквивалентного уровня звука транслируемой программы, прерываемой рекламой. Параметры соотношения и методики (методы) измерений, прошедшие аттестацию методик (методов) измерений в соответствии с законодательством об обеспечении единства измерений, эквивалентного уровня звука рекламы, сообщения о ее последующей трансляции и эквивалентного уровня звука транслируемой программы, прерываемой рекламой, устанавливаются Министерством

антимонопольного регулирования и торговли по согласованию с Министерством связи и информатизации.».

11. Пункт 1 статьи 12 изложить в следующей редакции:

«1. Размещение (распространение) рекламы посредством телефонной, телексной, факсимильной, сотовой подвижной электросвязи, электронной почты, за исключением социальной рекламы и случая, предусмотренного пунктом 2 настоящей статьи, без согласия абонента или адресата на получение рекламы, данного рекламодателю или рекламораспространителю в письменной форме путем составления текстового документа, включая документ в электронном виде (в том числе электронный документ), запрещается. Рекламодатель обязан по первому требованию абонента или адресата в течение одного рабочего дня со дня поступления такого требования обеспечить прекращение размещения (распространения) рекламы в адрес этого абонента или адресата, а рекламораспространитель – в этот же срок прекратить размещение (распространение) такой рекламы. В случае, если согласие абонента или адресата на получение рекламы включается в договор на оказание услуг телефонной, телексной, факсимильной, сотовой подвижной электросвязи, электронной почты, заключаемый с абонентом или адресатом в письменной форме, абонент или адресат должен быть проинформирован о праве требовать от рекламораспространителя незамедлительного прекращения размещения (распространения) рекламы в его адрес, о чем в договоре должна содержаться соответствующая отметка, удостоверенная собственноручной подписью абонента или адресата либо подписью абонента или адресата с использованием средств связи и иных технических средств, компьютерных программ, информационных систем или информационных сетей, если такой способ подписания позволяет достоверно установить, что соответствующий текстовый документ подписан абонентом или адресатом, и не противоречит законодательству и соглашению сторон.».

12. Статьи 13 и 14 изложить в следующей редакции:

«Статья 13. Наружная реклама и средства наружной рекламы

1. Размещение средства наружной рекламы без наличия у рекламораспространителя – организации, индивидуального предпринимателя, нотариуса, адвоката либо гражданина, осуществляющего ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, разрешения соответствующего Минского городского, городского (города областного подчинения), районного исполнительного комитета запрещается, кроме средств наружной рекламы, перечень которых устанавливается Советом Министров Республики Беларусь.

Выдача, продление действия и переоформление разрешения на размещение средства наружной рекламы осуществляются указанным в части первой настоящего пункта местным исполнительным и распорядительным органом по принципу «одно окно» в соответствии с требованиями настоящей статьи и в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь.

В случае, предусмотренном частью первой пункта 13 статьи 10 настоящего Закона, разрешение на размещение средства наружной рекламы выдается рекламораспространителю, определяемому по результатам проведения торгов.

В случае, если торги не проводятся, разрешение на размещение средства наружной рекламы выдается рекламораспространителю после получения им согласия на размещение средства наружной рекламы на имуществе, предоставляемом для размещения средства наружной рекламы (далее для целей настоящей части и части пятой настоящего пункта – имущество), собственника имущества либо лица:

за которым имущество закреплено на праве хозяйственного ведения или оперативного управления;

которому имущество предоставлено в безвозмездное пользование и которое уполномочено ссудодателем на выдачу такого согласия;

которому имущество предоставлено на праве аренды и которое уполномочено арендодателем на выдачу такого согласия;

которому имущество передано в доверительное управление.

Требование, предусмотренное частью четвертой настоящего пункта, не распространяется на случаи, когда рекламораспространитель является собственником имущества либо лицом, указанным в абзацах втором–пятом части четвертой настоящего пункта.

В случае размещения средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог или площадей населенных пунктов разрешение на размещение средства наружной рекламы выдается после получения указанным в части первой настоящего пункта местным исполнительным и распорядительным органом согласования соответствующего подразделения Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел.

В случае размещения средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги разрешение на размещение средства наружной рекламы выдается после получения указанным в части первой настоящего пункта местным исполнительным и распорядительным органом согласования владельца автомобильной дороги, а в месте пересечения республиканской и местной автомобильных дорог – владельца республиканской автомобильной дороги.

В случае размещения средства наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «0», «1», «2» или без категории, их территориях и в зонах их охраны разрешение на размещение средства наружной рекламы выдается после получения указанным в части первой настоящего пункта местным исполнительным и распорядительным органом согласования эскиза средства наружной рекламы Министерством культуры.

Срок рассмотрения указанным в части первой настоящего пункта местным исполнительным и распорядительным органом заявления о размещении средства наружной рекламы и принятия по нему решения не может превышать 15 рабочих дней, а в случае, если требуются разработка проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности и (или) подключение к инженерным коммуникациям, – 30 рабочих дней. Срок рассмотрения заявления о продлении действия разрешения на размещение средства наружной рекламы и его переоформлении не может превышать пяти рабочих дней.

Отказ в выдаче разрешения на размещение средства наружной рекламы, продлении действия этого разрешения и его переоформлении должен быть основан на требованиях законодательства. Отказ в выдаче такого разрешения, продлении его действия и его переоформлении может быть обжалован в вышестоящий государственный орган или в суд.

Прекращение действия разрешения на размещение средства наружной рекламы осуществляется в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь.

Рекламораспространитель вправе не разрабатывать проектную документацию для размещения средства наружной рекламы.

2. Средства наружной рекламы должны находиться в надлежащем эстетическом и техническом состоянии.

Средства наружной рекламы, которые размещаются на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, не должны создавать препятствия для визуального восприятия объемно-пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора этих недвижимых материальных историко-культурных ценностей. При этом на памятниках архитектуры средства наружной рекламы должны размещаться, как правило, отдельными буквами, знаками и (или) иными изображениями.

Средства наружной рекламы и наружная реклама не должны создавать шум, превышающий допустимые уровни, установленные актами законодательства, в том числе обязательными для соблюдения техническими нормативными правовыми актами,

вызывать ослепление светом потребителей рекламы или создавать иные неудобства для граждан. Наружная реклама не должна иметь сходство по внешнему виду, изображению, звуковому эффекту с техническими средствами организации дорожного движения или специальными сигналами.

Требования к размещению средств наружной рекламы в местах, указанных в части шестой пункта 1 настоящей статьи, устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь.

3. Местные исполнительные и распорядительные органы вправе установить своими решениями требования к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, а также по согласованию с Министерством культуры требования к размеру и (или) иным техническим характеристикам средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны.

4. Наружная реклама, связанная со специфическими товарами (работами, услугами), подлежит согласованию в соответствии с требованиями статьи 20¹ настоящего Закона.

Статья 14. Реклама на транспортном средстве

1. Реклама на транспортном средстве не должна:

угрожать безопасности дорожного движения;
перекрывать внешние световые приборы, регистрационные знаки, информационные надписи, символы, а также ограничивать обзорность с места водителя и видимость в направлении движения;

иметь сходство в части изображения, цвета, места расположения с цветографическими схемами окраски специальных транспортных средств или транспортных средств оперативного назначения, а также с изображениями дорожных знаков или опознавательных знаков транспортных средств;

размещаться (распространяться) на стеклах транспортного средства;

размещаться (распространяться) с использованием покрытия и (или) элементов, обладающих световозвращающим и светоотражающим (зеркальным) эффектом;

сопровождаться звуком, в том числе внутри салона транспорта общего пользования, за исключением социальной рекламы.

2. Запрещаются:

размещение (распространение) рекламы, за исключением наименования организации, товарного знака и (или) знака обслуживания, эмблемы и (или) номера телефона, на транспортном средстве оперативного назначения, школьном автобусе, транспортном средстве, предназначенном для перевозки денежных средств и ценных грузов, транспортном средстве, перевозящем опасные грузы, транспортном средстве для коммунального хозяйства и содержания дорог, а также на транспортном средстве с наклонной белой полосой на бортах;

переоборудование транспортного средства и (или) установка на нем дополнительного оборудования для размещения (распространения) рекламы, установка на транспортном средстве в целях рекламы внешних световых приборов, не предусмотренных изготовителем транспортного средства, а также использование в этих целях внешних световых приборов, установленных на транспортном средстве в соответствии с международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза, и (или) техническими нормативными правовыми актами;

использование транспортного средства, в том числе отдельно стоящего прицепа, для размещения (распространения) рекламы на автомобильных дорогах общего пользования, улицах населенных пунктов и в иных общественных местах, если транспортное средство более шести месяцев не используется для перевозки людей, грузов или установленного на нем оборудования либо состояние такого транспортного средства исключает возможность его участия в дорожном движении и (или) эксплуатации.

3. Реклама на транспортном средстве, связанная со специфическими товарами (работами, услугами), подлежит согласованию в соответствии с требованиями статьи 20¹ настоящего Закона.».

13. В статье 15:

в названии статьи слово «средств» заменить словом «препаратов»;

пункт 1 изложить в следующей редакции:

«1. Размещение (распространение) рекламы лекарственных препаратов, методов оказания медицинской помощи, работ и (или) услуг, составляющих медицинскую деятельность, изделий медицинского назначения и медицинской техники без наличия у рекламодателя согласования Министерства здравоохранения запрещается. Данное требование не распространяется на наружную рекламу, рекламу на транспортном средстве, а также на рекламу:

потребителями которой являются исключительно медицинские или фармацевтические работники и (или) которая размещается (распространяется) в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций или иных подобных мероприятий;

лекарственных препаратов, методов оказания медицинской помощи, работ и (или) услуг, составляющих медицинскую деятельность, изделий медицинского назначения и медицинской техники, размещение (распространение) которой осуществляется в специализированных печатных изданиях, перечень которых утверждается Министерством здравоохранения, в местах осуществления медицинской деятельности либо в сети Интернет на сайтах организаций или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих медицинскую деятельность, производителей лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и медицинской техники;

работ и (или) услуг, составляющих медицинскую деятельность, содержащую исключительно наименования этих работ и (или) услуг, их цену, место нахождения или место жительства, контактные данные (номера контактных телефонов и (или) доменные имена сайтов в сети Интернет) организаций или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих медицинскую деятельность, их эмблемы и (или) иную символику, обязательную к размещению в рекламе информацию, товарные знаки и (или) знаки обслуживания, используемые для обозначения этих работ и (или) услуг;

содержащую исключительно торговые наименования и (или) международные непатентованные наименования лекарственных препаратов, наименования изделий медицинского назначения и медицинской техники, их цену, наименования, место нахождения или место жительства, контактные данные их производителей, продавцов, в том числе поставщиков, обязательную к размещению в рекламе информацию, товарные знаки и (или) знаки обслуживания, используемые для обозначения этих лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и медицинской техники, изображение лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения, медицинской техники и (или) их потребительской упаковки.»;

в пункте 2:

абзац второй изложить в следующей редакции:

«лекарственных препаратов, изделий медицинского назначения и медицинской техники, не зарегистрированных в Республике Беларусь в порядке, установленном законодательством, за исключением случая, предусмотренного пунктом 6 настоящей статьи;»;

из абзаца третьего слова «Республики Беларусь» исключить;

дополнить пункт абзацем следующего содержания:

«медицинских услуг по искусственному прерыванию беременности (абортам).»;

в пункте 3 слова «средств» и «использование которых требует специальных знаний» заменить соответственно словами «препаратов» и «не предназначенных для самостоятельного применения пациентом»;

в пункте 4:

слово «средств» заменить словом «препаратов»;

после слова «техники» дополнить пункт словами «, за исключением наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве.»;

в пункте 5:

в части первой:

в абзаце первом слово «средств» заменить словом «препаратов»;

в абзаце втором слова «средства» и «назначения и» заменить соответственно словами «препарата» и «назначения или»;

в абзаце третьем слова «средством» и «назначения и» заменить соответственно словами «препаратом» и «назначения или»;

абзац четвертый изложить в следующей редакции:

«наименование производителя лекарственного препарата, изделия медицинского назначения или медицинской техники.»;

в абзаце пятом:

первое предложение изложить в следующей редакции:

«рекомендацию о необходимости ознакомления с инструкцией по медицинскому применению и (или) листком-вкладышем лекарственного препарата, инструкцией по применению изделия медицинского назначения или медицинской техники и (или) консультации с врачом.»;

из второго предложения слова «Республики Беларусь» исключить;

в части второй:

слово «средством» заменить словом «препаратом»;

после слова «применению» дополнить часть словами «и (или) листком-вкладышем лекарственного препарата, инструкцией по применению изделия медицинского назначения или медицинской техники.»;

в пунктах 6 и 8:

слово «средств» заменить словом «препаратов»;

слова «Республики Беларусь» исключить;

в пункте 7:

в абзаце первом слово «средств» заменить словом «препаратов»;

в абзаце втором слово «средства» заменить словом «препарата»;

абзац четвертый изложить в следующей редакции:

«информации о показаниях, способах применения, лечебном (терапевтическом) эффекте, побочных реакциях объекта рекламирования, которая не соответствует информации, содержащейся в инструкции по медицинскому применению и (или) листке-вкладыше лекарственного препарата, инструкции по применению изделия медицинского назначения или медицинской техники.»;

после абзаца пятого дополнить пункт абзацами следующего содержания:

«утверждения о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантированы его естественным происхождением;

сравнения с иными лекарственными препаратами, методами оказания медицинской помощи, работами и (или) услугами, составляющими медицинскую деятельность, изделиями медицинского назначения и медицинской техникой.»;

абзац шестой изложить в следующей редакции:

«информации о проведении доклинических (неклинических) исследований и клинических исследований (испытаний) и их результатах.»;

в абзаце десятом:

после слова «поощрения» дополнить абзац словами «, за исключением скидок.»;

слово «средств» заменить словом «препаратов».

14. В статье 15¹:

пункт 1 изложить в следующей редакции:

«1. Размещение (распространение) рекламы биологически активных добавок к пище без наличия у рекламодателя согласования Министерства здравоохранения запрещается. Данное требование не распространяется на наружную рекламу, рекламу на транспортном средстве.»;

в части первой пункта 2:

в абзаце четвертом слова «изготовителя (производителя)» заменить словом «производителя»;

в абзаце пятом слово «средством» заменить словом «препаратом»;

в пункте 4:

абзац четвертый после слова «поощрения» дополнить словами «, за исключением скидок.»;

дополнить пункт абзацем следующего содержания:

«информации о проведении клинических или иных исследований (испытаний) и их результатах.»;

из пункта 5 слова «Республики Беларусь» исключить.

15. Статью 17 изложить в следующей редакции:

«Статья 17. Реклама алкогольных напитков, табачных изделий, нетабачных никотиносодержащих изделий и жидкостей для электронных систем курения

1. Запрещается размещение (распространение) рекламы алкогольных напитков:

на радио и телевидении;

в зданиях (помещениях, сооружениях) учреждений образования, организаций здравоохранения, культуры, физической культуры, спорта;

в аэропортах, портах, на вокзалах, остановочных пунктах транспорта общего пользования, станциях метрополитена;

на транспортных средствах, в том числе находящихся в личном пользовании граждан;

на плакатах, стендах, световых табло и иных средствах наружной рекламы;

на первых и последних страницах газет либо на первых и последних страницах или обложках журналов, других периодических изданий;

в изданиях, средствах массовой информации, предназначенных для граждан в возрасте до 18 лет либо специализирующихся на вопросах экологии, образования, охраны здоровья;

на товарах спортивного назначения и (или) игрушках;

содержащей информацию о физических, химических и иных потребительских свойствах алкогольных напитков, их цене, изображение алкогольных напитков и их потребительской упаковки, наименование видов алкогольных напитков, за исключением рекламы, размещаемой (распространяемой) в местах продажи алкогольных напитков и на сайтах их производителей в сети Интернет;

использующей образы людей или животных, в том числе рисованные, мультипликационные (анимационные), за исключением использования таких образов в товарных знаках, используемых для обозначения алкогольных напитков;

использующей образы, высказывания, внушающие, что потребление алкогольных напитков содействует достижению успеха либо улучшает физическое или психическое состояние человека;

имеющей изображение или текст, призывающие к употреблению данных напитков.

2. Организация и проведение конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных, культурных, образовательных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий, пари в целях стимулирования реализации алкогольных напитков запрещаются. Данное требование не распространяется на рекламные мероприятия, проводимые в маркетинговых целях в объектах общественного питания.

Запрещается бесплатное (безвозмездное) распространение алкогольных напитков (за исключением дегустаций, проводимых в маркетинговых целях, и официальных мероприятий, проводимых по решению государственных органов), в том числе предоставление более пяти литров таких напитков в качестве призов (подарков) при проведении конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных, культурных,

образовательных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий, пари независимо от количества таких призов (подарков) в ходе одного мероприятия, пари.

3. Запрещаются:

реклама табачных изделий, за исключением рекламы, размещаемой (распространяемой) на сайтах организаций – производителей табачных изделий, организаций – заказчиков табачных изделий и импортеров табачных изделий в сети Интернет, содержащей информацию о виде и наименовании табачного изделия, его физических, химических и иных потребительских свойствах, наименовании организации-производителя (для организаций – заказчиков и импортеров табачных изделий), а также изображение потребительской упаковки табачных изделий;

использование на вывесках торговых объектов слов, тождественных или сходных до степени смешения с наименованием видов табачных изделий;

реклама нетабачных никотиносодержащих изделий, жидкостей для электронных систем курения, за исключением рекламы, размещаемой (распространяемой) на сайтах их производителей и импортеров в сети Интернет;

бесплатное (безвозмездное) распространение табачных изделий, нетабачных никотиносодержащих изделий и жидкостей для электронных систем курения, в том числе использование их в качестве призов (подарков) при проведении конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных, культурных, образовательных, спортивных, спортивно-массовых и физкультурно-оздоровительных мероприятий, пари, а также предложение гражданам, покупающим табачные изделия, нетабачные никотиносодержащие изделия или жидкости для электронных систем курения или представляющим доказательства такой покупки, товаров или прав на участие в конкурсах, лотереях, играх, иных игровых и рекламных мероприятиях, пари.

4. При организации и проведении культурных, образовательных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий запрещается размещение (распространение) рекламы, содержащей товарные знаки, используемые для обозначения алкогольных напитков.

5. Реклама алкогольных напитков должна содержать предупредительную надпись о вреде их чрезмерного употребления, которая должна занимать не менее десяти процентов площади рекламы и в мультимедийной рекламе размещаться (распространяться) на протяжении всего времени рекламы.

Требование об указании предупредительной надписи не распространяется на рекламу, размещаемую (распространяемую) в местах производства алкогольных напитков, а также на выставочном оборудовании в местах проведения специализированных выставок этих напитков.

6. Президентом Республики Беларусь могут быть установлены иные ограничения на рекламу алкогольных напитков.

Примечание. Под рекламными мероприятиями, проводимыми в маркетинговых целях, для целей применения части первой пункта 2 настоящей статьи понимаются действия, направленные на стимулирование реализации алкогольного напитка, в том числе предоставление подарка, скидки и (или) иной формы материального поощрения лицу, осуществившему заказ или приобретение алкогольного напитка.».

16. В статье 18:

в пункте 1:

в абзаце пятом части первой слова «общественного транспорта» заменить словами «транспорта общего пользования»;

из части второй слова «(фирменном наименовании)» исключить;

пункт 2 изложить в следующей редакции:

«2. Организация и проведение конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных, культурных, образовательных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий, пари в целях стимулирования реализации пива и слабоалкогольных напитков запрещаются. Данное требование не распространяется на рекламные мероприятия, проводимые в маркетинговых целях в объектах общественного питания.

Запрещается бесплатное (безвозмездное) распространение пива и слабоалкогольных напитков (за исключением дегустаций, проводимых в маркетинговых целях), в том числе предоставление более пяти литров таких напитков в качестве призов (подарков) при проведении конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных, культурных, образовательных, спортивных и спортивно-массовых мероприятий, пари независимо от количества таких призов (подарков) в ходе одного мероприятия, пари, а при проведении конкурсов, игр, иных игровых, рекламных, культурных мероприятий в объектах общественного питания – более пяти литров таких напитков одному лицу в качестве призов (подарков).»;

из части второй пункта 2¹ слова «(фирменном наименовании)» исключить;

дополнить статью подстрочным примечанием следующего содержания:

«Примечание. Под рекламными мероприятиями, проводимыми в маркетинговых целях, для целей применения части первой пункта 2 настоящей статьи понимаются действия, направленные на стимулирование реализации пива или слабоалкогольного напитка, в том числе предоставление подарка, скидки и (или) иной формы материального поощрения лицу, осуществившему заказ или приобретение пива или слабоалкогольного напитка.».

17. В статье 19:

в пункте 1 слова «обороны Республики Беларусь» и «комитетом Республики Беларусь» заменить соответственно словами «обороны» и «комитетом»;

пункт 2 изложить в следующей редакции:

«2. Реклама разрешенного к обороту на территории Республики Беларусь гражданского оружия, в том числе размещаемая (распространяемая) гражданами реклама о реализации принадлежащего им охотничьего и иного разрешенного к обороту на территории Республики Беларусь гражданского оружия, допускается в печатных изданиях, предназначенных для пользователей этого оружия, на телевидении и радио с 22.00 до 7.00, в сети Интернет, в местах его производства, реализации и экспонирования, а также в местах, отведенных для стрельбы из оружия.».

18. Статью 20 изложить в следующей редакции:

«Статья 20. Реклама о трудоустройстве и учебе граждан за пределами Республики Беларусь»

1. Реклама о трудоустройстве за пределами Республики Беларусь граждан Республики Беларусь, иностранных граждан, лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь (далее – реклама о трудоустройстве за пределами Республики Беларусь), должна содержать:

наименование или имя рекламодателя, его учетный номер плательщика, место нахождения или место жительства (место пребывания), контактные данные;

номер лицензии на осуществление деятельности, связанной с трудоустройством за пределами Республики Беларусь;

информацию о требуемых профессиях (специальностях) и характере будущей работы.

В случае указания в рекламе о трудоустройстве за пределами Республики Беларусь размера заработной платы такие сведения должны быть документально подтверждены и содержаться в договоре о трудоустройстве.

Информация в рекламе о трудоустройстве за пределами Республики Беларусь должна соответствовать условиям, определенным договором о трудоустройстве.

2. Размещение (распространение) рекламы об учебе за пределами Республики Беларусь граждан Республики Беларусь, иностранных граждан, лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь (далее – реклама об учебе за пределами Республики Беларусь), без наличия у рекламодателя согласования Министерства образования и Министерства внутренних дел запрещается. Данное требование не распространяется на наружную рекламу, рекламу на транспортном средстве.

Реклама об учебе за пределами Республики Беларусь, за исключением наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве, должна размещаться (распространяться) в точном соответствии с согласованным текстом и только в местах, указанных рекламодателем в заявлении на согласование.

Реклама об учебе за пределами Республики Беларусь, в том числе наружная реклама, реклама на транспортном средстве, должна содержать:

наименование или имя рекламодателя, его учетный номер плательщика, место нахождения или место жительства (место пребывания), контактные данные;

наименование и место нахождения иностранной организации, предлагающей услуги по учебе за пределами Республики Беларусь, ее контактные данные;

информацию об образовательных программах с указанием специальностей, продолжительности, языка обучения;

информацию об условиях поступления и учебы, в том числе перечень документов, необходимых для приема (зачисления) в иностранную организацию, предлагающую услуги по учебе за пределами Республики Беларусь, требования к уровню владения языком обучения, стоимость учебы, либо содержать ссылку на указанную информацию в сети Интернет на сайте иностранной организации, предлагающей услуги по учебе за пределами Республики Беларусь;

информацию об условиях и месте проживания обучающихся во время учебы за пределами Республики Беларусь.»

19. В статье 20¹ слова «безопасности Республики Беларусь» заменить словом «безопасности».

20. Статью 21 изложить в следующей редакции:

«Статья 21. Реклама риэлтерских услуг

1. Риэлтерская организация вправе рекламировать только свою деятельность.

2. Риэлтерская организация вправе рекламировать объект недвижимости только с согласия потребителя риэлтерских услуг после заключения договора на оказание риэлтерских услуг. При этом риэлтерская организация после заключения договора на оказание риэлтерских услуг с потребителем риэлтерских услуг, который является приобретателем прав на объект недвижимости, обязана на срок, указанный в этом договоре, прекратить рекламу объекта.

Риэлтерская организация при оказании риэлтерских услуг в рекламе объекта недвижимости обязана указать номер и дату заключения договора на оказание риэлтерских услуг, свои наименование, учетный номер плательщика, а также номер и дату выдачи лицензии на осуществление деятельности по оказанию юридических услуг с указанием составляющих лицензируемый вид деятельности услуг – риэлтерских услуг, если требуется получение такой лицензии.»

21. Абзац второй пункта 2 статьи 21¹ изложить в следующей редакции:

«сведения об организаторе культурно-зрелищного мероприятия (наименование и место нахождения юридического лица Республики Беларусь, иностранной организации, имя индивидуального предпринимателя, зарегистрированного в Республике Беларусь, иностранного гражданина, лица без гражданства) и номера его контактных телефонов;».

22. Статьи 22 и 23 изложить в следующей редакции:

«Статья 22. Реклама ценных бумаг и услуг, связанных с привлечением, использованием денежных средств организаций и (или) граждан

1. При производстве и (или) размещении (распространении) рекламы ценных бумаг не допускается:

гарантировать получение и размер дивидендов по простым (обыкновенным) акциям, получение и размер дохода по иным ценным бумагам, за исключением дохода, право на получение которого предусмотрено законодательством либо удостоверено ценными

бумагами, увеличение либо неснижение стоимости и (или) ликвидности ценных бумаг, безопасность, эффективность и выгодность инвестиций в ценные бумаги;

рекламировать ценные бумаги до государственной регистрации инвестиционных паев, государственной регистрации выпуска (дополнительного выпуска) эмиссионных ценных бумаг, регистрации выпуска биржевых облигаций фондовой биржей или регистрации выпуска ценных бумаг иной организацией, уполномоченной на такую регистрацию, за исключением эмиссионных ценных бумаг, размещаемых путем проведения открытой подписки, а также размещение которых в соответствии с законодательными актами о ценных бумагах осуществляется без государственной регистрации (регистрации) их выпуска (дополнительного выпуска);

рекламировать эмиссионные ценные бумаги, предлагаемые к открытой подписке (продаже), без опубликования краткой информации об эмиссии, заверенной Министерством финансов, за исключением случаев, когда заверение и опубликование краткой информации не требуются;

рекламировать ценные бумаги, размещение которых запрещено или не предусмотрено законодательством о ценных бумагах.

2. Реклама эмиссионных ценных бумаг не должна содержать информацию, противоречащую текстам заверенной Министерством финансов краткой информации и зарегистрированного проспекта эмиссии, а также тексту проспекта эмиссии биржевых облигаций, содержащего отметку фондовой биржи о регистрации выпуска биржевых облигаций.

В рекламе эмиссионных ценных бумаг должны быть указаны сведения об эмитентах ценных бумаг, о лицах, предоставивших обеспечение исполнения обязательств эмитента по ценным бумагам, размеры дивидендов, выплаченных по таким бумагам в течение последнего финансового года, если данный вид ценных бумаг предусматривает выплату дивидендов, дата и государственный регистрационный номер инвестиционных паев, дата и государственный регистрационный номер выпуска (дополнительного выпуска) рекламируемых эмиссионных ценных бумаг, а в случае, если в соответствии с законодательными актами о ценных бумагах их выпуск (дополнительный выпуск) не подлежит государственной регистрации, – идентификационный номер их выпуска, а также сведения о месте, времени и способе ознакомления с проспектом эмиссии.

Размещение (распространение) рекламы эмиссионных ценных бумаг, не соответствующей требованиям пункта 1 настоящей статьи и частей первой и второй настоящего пункта, является нарушением порядка эмиссии ценных бумаг.

Не допускается реклама имущественных прав, не удостоверенных ценными бумагами, под видом рекламы ценных бумаг.

3. Реклама о привлечении банками или небанковскими кредитно-финансовыми организациями денежных средств, драгоценных металлов и (или) драгоценных камней во вклад (депозит) должна содержать указание вида договора банковского вклада (депозита) и размер годовой процентной ставки. Указание в такой рекламе иных выражений доходности не допускается.

4. Если договор на предоставление банковской услуги содержит условия, влияющие на сумму доходов и (или) расходов клиента, реклама такой услуги должна содержать предупредительную надпись о наличии в договоре таких условий. Предупредительная надпись в рекламе на радио должна озвучиваться, на телевидении ей должно быть отведено не менее пяти секунд и семи процентов площади кадра, а при размещении (распространении) рекламы иными способами – не менее пяти процентов площади рекламы.

5. Реклама деятельности микрофинансовой организации, иного юридического лица, которое в соответствии с законодательными актами вправе осуществлять микрофинансовую деятельность, должна содержать:

наименование рекламодача, его учетный номер плательщика;

сведения о включении микрофинансовой организации в реестр микрофинансовых организаций;

размер взимаемых с заемщика процентов (процентной ставки);
размер взимаемых с заемщика процентов в годовом исчислении (годовой процентной ставки) за пользование предоставляемым микрозаймом.

Реклама деятельности некоммерческой микрофинансовой организации также должна содержать информацию о круге лиц, которым может быть предоставлен микрозайм в соответствии с законодательством и правилами предоставления микрозаймов, о целях получения таких микрозаймов и не должна содержать обещания или гарантии будущей эффективности (доходности) привлекаемых денежных средств.

Реклама предоставления заем денежных средств рекламодателем, не являющимся микрофинансовой организацией, иным юридическим лицом, указанным в абзаце первом части первой настоящего пункта, банком или небанковской кредитно-финансовой организацией, должна содержать:

наименование или имя рекламодателя, его учетный номер плательщика (при наличии);

сведения о нормативных правовых актах, в соответствии с которыми рекламодатель предоставляет заем денежные средства;

размер взимаемых с заемщика процентов (процентной ставки);

размер взимаемых с заемщика процентов в годовом исчислении (годовой процентной ставки) за пользование предоставляемым займом;

указание на предоставление рекламодателем заем денежных средств не более двух раз в течение календарного месяца одному или нескольким заемщикам в сумме, не превышающей установленного законодательством максимального размера микрозайма на одного заемщика, если рекламодатель в соответствии с законодательством осуществляет предоставление заем денежных средств с соблюдением данных ограничений.

Использование в рекламе, указанной в частях первой – третьей настоящего пункта, слова «кредит» или производных от этого слова запрещается.

6. Реклама деятельности по совершению операций с беспоставочными внебиржевыми финансовыми инструментами, а также связанных с этой деятельностью консультационных услуг, образовательных программ обучающих курсов (лекториев, тематических семинаров, практикумов, тренингов, офицерских курсов и иных видов обучающих курсов) (далее – образовательные программы обучающих курсов) должна содержать предупредительную надпись о рискованном характере совершаемых операций с беспоставочными внебиржевыми финансовыми инструментами и неразрывной связи возможности получения прибыли с риском получения убытков.

Такая реклама, размещаемая (распространяемая) на сайте субъекта рынка беспоставочных внебиржевых финансовых инструментов в сети Интернет, дополнительно должна содержать предупредительную надпись о том, что к клиентам не переходят право собственности и иные права на базовые активы.

Предупредительные надписи выполняются шрифтом, размер которого не должен быть менее половины наибольшего размера шрифта, используемого в рекламе, и в рекламе на телевидении и мультимедийной рекламе должны размещаться (распространяться) на протяжении всего времени рекламы, в рекламе на радио – озвучиваться, а в рекламе на сайте субъекта рынка беспоставочных внебиржевых финансовых инструментов в сети Интернет – размещаться (распространяться) в начале каждой страницы сайта.

Такая реклама не должна содержать информацию:

не подтвержденную документально;

которая способствует формированию впечатления, что получение дохода в результате совершения операций с беспоставочными внебиржевыми финансовыми инструментами может быть гарантировано;

о полученной прибыли в прошлом без упоминания того, что результаты в прошлом никак не связаны с возможными результатами в будущем;

о предполагаемом размере доходов по таким операциям.

Запрещается использование слов «депозит», «кредит», «счет», «торговля» или производных от этих слов в рекламе деятельности по совершению операций с беспоставочными внебиржевыми финансовыми инструментами, а также связанных с этой деятельностью консультационных услуг, образовательных программ обучающих курсов.

7. Реклама деятельности акционерного инвестиционного фонда, управляющей организации инвестиционного фонда не должна содержать:

гарантии будущей доходности инвестиционной деятельности акционерного инвестиционного фонда или управляющей организации, в том числе основанные на информации об их реальной деятельности в прошлом;

сведения, которые не имеют документального подтверждения;

ложные заявления или утверждения о факторах, существенно влияющих на результаты инвестиционной деятельности акционерного инвестиционного фонда или управляющей организации, в том числе имеющих документальное подтверждение, но относящихся к иному периоду или событию;

сравнения показателей инвестиционной деятельности управляющей организации, не основанные на реальных расчетах стоимости имущества инвестиционного фонда, стоимости чистых активов акционерного инвестиционного фонда, предназначенных для инвестирования, паевого инвестиционного фонда;

заявления о будущих инвестициях, содержащие гарантии безопасности инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными инвестициями;

преувеличенные или неподтвержденные заявления о навыках управления или характеристиках акционерного инвестиционного фонда или управляющей организации, а также об их связях с государственными органами, иными лицами.

8. Использование в рекламе в наименованиях рекламодателей, не являющихся банками, открытым акционерным обществом «Банк развития Республики Беларусь», небанковскими кредитно-финансовыми организациями, управляющими организациями инвестиционных фондов, акционерными инвестиционными фондами, соответственно слов «банк», «небанковская кредитно-финансовая организация», «управляющая организация инвестиционного фонда», «акционерный инвестиционный фонд» или производных от этих слов запрещается.

Статья 23. Рекламные игры и реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари, игорных заведений

1. Порядок проведения рекламных игр на территории Республики Беларусь устанавливается Президентом Республики Беларусь.

2. Реклама лотерей, игр, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари должна содержать:

номера контактных телефонов, доменное имя сайта в сети Интернет или номер и дату выпуска печатного средства массовой информации, содержащих информацию об этих лотереях, играх, иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятиях, пари;

информацию о сроках розыгрыша призового фонда лотереи, выигрышного фонда электронной интерактивной игры, наименовании и сроках проведения рекламной игры, сроках проведения иных игровых, рекламных и развлекательных мероприятий, пари, если указанными мероприятиями предусмотрены такие сроки.

Информация, указанная в абзаце втором части первой настоящего пункта, должна занимать не менее десяти процентов площади рекламы и в рекламе на телевидении и мультимедийной рекламе должна размещаться (распространяться) на протяжении не менее пяти секунд, при длительности указанной рекламы менее пяти секунд – на протяжении всего времени рекламы, а в рекламе на радио – озвучиваться.

Реклама лотерей, игр, в том числе рекламных и азартных игр, пари не должна:
создавать впечатление, что получение выигрышей гарантировано каждому участнику данных мероприятий;

создавать впечатление, что участие в азартных играх, пари является способом заработка или получения иного дохода либо иным способом получения средств к существованию;

содержать утверждение, что участие в азартных играх, пари имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха;

использовать образы несовершеннолетних;

содержать высказывания, которые преувеличивают вероятность получения выигрыша или преуменьшают степень риска;

осуждать неучастие в лотереях, играх, в том числе рекламных и азартных играх, пари.

Реклама лотереи, электронной интерактивной игры, проводимых на территории Республики Беларусь, должна содержать номер свидетельства о регистрации лотереи, электронной интерактивной игры, дату регистрации лотереи, электронной интерактивной игры в государственных реестрах лотерей, электронных интерактивных игр, а также наименование органа, выдавшего соответствующее свидетельство, за исключением рекламы, размещаемой (распространяемой) на радио, средстве наружной рекламы, транспортном средстве, посредством сотовой подвижной электросвязи операторами электросвязи, а также рекламы, размещаемой (распространяемой) в сети Интернет и содержащей ссылку на сайт, на котором размещены указанные в настоящем пункте сведения.

Запрещается размещение (распространение) рекламы игорных заведений и азартных игр:

на телевидении и радио с 7.00 до 22.00 (за исключением рекламы, содержащей исключительно информацию о наименовании организатора азартных игр, осуществляющего деятельность в сфере игорного бизнеса по содержанию букмекерской конторы и (или) тотализатора, товарных знаках и знаках обслуживания, используемых для обозначения услуг организатора азартных игр, осуществляющего деятельность в сфере игорного бизнеса по содержанию букмекерской конторы и (или) тотализатора (далее – реклама букмекерской конторы, тотализатора), размещаемой (распространяемой) в месте проведения спортивного мероприятия, транслируемого в прямом эфире или в записи в полном объеме или фрагментарно, а также в передачах спортивного характера в виде наложений, за исключением способа «бегущей строки»);

в зданиях (помещениях, сооружениях) учреждений образования, организаций здравоохранения, культуры, специализированных учебно-спортивных учреждений;

в зданиях (помещениях, сооружениях) организаций физической культуры и спорта, кроме указанных в абзаце третьем настоящей части (за исключением рекламы букмекерской конторы, тотализатора, в том числе размещаемой (распространяемой) на спортивной форме, спортивной экипировке и (или) спортивном инвентаре);

в изданиях, средствах массовой информации, предназначенных для граждан в возрасте до 18 лет либо специализирующихся на вопросах экологии, образования, охраны здоровья;

на игрушках.

Организация и проведение конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных мероприятий, пари, за исключением пари, заключаемых в соответствии с законодательством в сфере игорного бизнеса, в целях привлечения к участию в азартных играх запрещаются.».

23. Пункт 4 статьи 24 изложить в следующей редакции:

«4. В социальной рекламе допускается упоминание об организациях и (или) индивидуальных предпринимателях, оказавших безвозмездную (спонсорскую) помощь на проведение рекламируемого мероприятия в сферах культуры, физической культуры

и спорта, охраны здоровья населения, пропаганды здорового образа жизни, социальной защиты населения, в число организаторов которого входят государственные органы, а также об организациях и (или) гражданах, оказавших содействие государственным органам в производстве социальной рекламы в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь. Общая продолжительность такого упоминания на радио не должна превышать трех секунд, на телевидении и в мультимедийной рекламе – трех секунд, и ему должно быть отведено не более семи процентов площади кадра, а при размещении (распространении) социальной рекламы иными способами – не более семи процентов площади рекламы.

Указанное упоминание на телевидении должно быть выполнено способом «бегущей строки» или иным методом наложения и содержать исключительно наименование или имя спонсора, иной организации и (или) гражданина, указанных в части первой настоящего пункта, либо товарные знаки и (или) знаки обслуживания, используемые для обозначения товаров этих лиц, либо их эмблемы или иную символику.

Социальная реклама мероприятия в сферах культуры, физической культуры и спорта, в число организаторов которого входит местный исполнительный и распорядительный орган и не входят иные государственные органы, содержащая упоминание, указанное в части первой настоящего пункта, при ее размещении (распространении) в средствах массовой информации может размещаться (распространяться) только в местных средствах массовой информации, за исключением мероприятий, проводимых по решению Президента Республики Беларусь либо с его согласия или по решению Совета Министров Республики Беларусь.»

24. Статьи 26 и 27 изложить в следующей редакции:

«Статья 26. Ненадлежащая реклама

1. Недостоверной является реклама, которая содержит недостоверную информацию, в том числе в отношении:

наименования или места нахождения организации, имени или места жительства (места пребывания) гражданина, наименования или места нахождения производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания;

деятельности организации или гражданина, работы производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания;

места, способа или даты изготовления, состава, количества, назначения, условий применения, иных свойств или характеристик товара;

наличия товара на рынке, возможности его приобретения в указанных количестве, период времени или месте;

цены или условий оплаты товара на момент размещения (распространения) рекламы. При этом для телевизионных, радиовещательных средств массовой информации моментом размещения (распространения) рекламы считается день ее выхода в эфир, для сетевых изданий, иных интернет-ресурсов – день размещения (распространения) рекламы в сетевом издании, на ином интернет-ресурсе, для периодических печатных изданий – период с даты выхода в свет номера печатного издания, в котором размещается (распространяется) реклама, до даты выхода в свет следующего номера печатного издания, для рекламы на почтовых отправлениях – период со дня отправки почтового отправления (определяется по дате на оттиске календарного штемпеля) до дня доставки (вручения) почтового отправления, для прочей рекламы – один месяц со дня размещения (распространения) рекламы;

доставки, обмена, возврата, ремонта или обслуживания товара;

гарантийных обязательств, сроков службы, сроков годности или сроков хранения товара;

наличия документа об оценке соответствия, разрешительного документа на осуществление вида деятельности;

официального или общественного признания товара, присвоения ему медалей, призов, дипломов или иных наград;

предоставления информации о способах приобретения полной серии товара, если он является частью серии;

исключительности прав на реализацию какого-либо товара или его обслуживание; распространяемых сведений об объемах производства или продажи рекламируемого или иного товара, а также о количественных параметрах спроса на такой товар;

ссылок на какие-либо рекомендации либо одобрение организаций или граждан; результатов интеллектуальной деятельности, исследований или испытаний;

прав на использование государственных символов (флага, герба, гимна), а также символов международных организаций;

проведения конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных или иных мероприятий, пари.

2. Недобросовестной является реклама, которая содержит:

слова в превосходной степени или иные слова, создающие впечатление о преимуществе товара, организации или гражданина, производственного объекта, торгового объекта или иного объекта обслуживания перед другими товарами, организациями или гражданами, производственными объектами, торговыми объектами или иными объектами обслуживания, если их невозможно подтвердить документально;

негативную оценку товара, который произведен и (или) реализуется другой организацией или другим гражданином, или иного объекта рекламирования;

сравнение рекламируемого товара с товаром другой организации или другого гражданина, рекламируемой организации с другой организацией, рекламируемых производственного объекта, торгового объекта или объекта обслуживания с другим объектом, рекламируемых результатов интеллектуальной деятельности с другими результатами интеллектуальной деятельности, рекламируемых конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных или иных мероприятий, пари с другими конкурсами, лотереями, играми, иными игровыми, рекламными или иными мероприятиями, пари.

3. Неэтичной является реклама, которая:

содержит текстовую, зрительную или звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы морали и нравственности, в том числе оскорбительные слова, сравнения, образы в отношении расы, национальности, внешнего вида, возрастной группы, пола, языка, профессии, социальной категории, семьи, религиозных, политических или иных убеждений граждан;

порочит историко-культурные ценности;

порочит государственные символы (флаг, герб, гимн), официальную денежную единицу Республики Беларусь или иного государства, международной организации, религиозные символы;

порочит какую-либо организацию или гражданина, какую-либо деятельность, профессию или товар;

дискредитирует организацию или гражданина, не пользующихся рекламируемым товаром;

вводит потребителей рекламы в заблуждение, в том числе посредством имитации (копирования) общей композиции, текста, изображения, музыки или звуковых эффектов, используемых в рекламе иного рекламодателя;

содержит слова «подарок», «бесплатно», «0 (ноль) рублей» или иные слова, создающие впечатление об оказании услуги (выполнении работы) на безвозмездной основе, если оказание такой услуги (выполнение такой работы) предполагает ее оплату.

4. Использование в радио-, теле-, видео-, аудио- или кинопродукции, а также в иной продукции или размещение (распространение) иными способами скрытой рекламы, то есть рекламы, которая оказывает не осознаваемое потребителем рекламы воздействие на его восприятие, в том числе путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) или иными способами, запрещаются.

5. Ненадлежащая реклама запрещается.

Статья 27. Права и обязанности рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя по предоставлению информации при производстве и (или) размещении (распространении) рекламы

1. Если для размещения (распространения) рекламы настоящим Законом или иными актами законодательства предусмотрено получение согласования (согласия), рекламопроизводитель и рекламораспространитель обязаны требовать, а рекламодатель обязан предоставить копию документа, подтверждающего получение такого согласования (согласия). Данное требование не распространяется на рекламу, размещаемую (распространяемую) в сети Интернет и содержащую информацию о наименовании или имени, месте нахождения или месте жительства (месте пребывания) рекламодателя, номер и дату выдачи документа, подтверждающего получение такого согласования (согласия), наименование органа, осуществившего согласование, либо ссылку на сайт, на котором размещены указанные сведения.

2. Если размещение (распространение) рекламы допускается в соответствии с настоящим Законом или иными актами законодательства при наличии у организации или гражданина иных документов, кроме предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, рекламопроизводитель и рекламораспространитель вправе требовать, а рекламодатель обязан предоставить копии таких документов.

В случае, если подтверждение наличия документов, указанных в части первой настоящего пункта, возможно путем обращения к общедоступным государственным информационным системам, предоставление копий таких документов не требуется, если иное не установлено законодательными актами.

3. Рекламопроизводитель и рекламораспространитель вправе требовать, а рекламодатель обязан предоставить копии документов, подтверждающих достоверность рекламы.

4. Рекламораспространитель вправе требовать, а рекламодатель и рекламопроизводитель обязаны предоставить копии документов, подтверждающих принадлежность рекламодателю или рекламопроизводителю прав на использование объектов авторского и (или) смежных прав.».

25. Из статьи 28 слова «Республики Беларусь» исключить.

26. В статье 30:

пункт 1 изложить в следующей редакции:

«1. В случае нарушения рекламодателем, рекламопроизводителем и (или) рекламораспространителем требований настоящего Закона или иных актов законодательства о рекламе Министерство антимонопольного регулирования и торговли или местный исполнительный и распорядительный орган вправе вынести предписание об устранении выявленного нарушения законодательства о рекламе.

Местный исполнительный и распорядительный орган вправе вынести предписание о демонтаже средства наружной рекламы в случае его размещения без разрешения на размещение средства наружной рекламы или в иных случаях, предусмотренных законодательными актами или Советом Министров Республики Беларусь.»;

из части четвертой пункта 3 и пункта 4 слова «Республики Беларусь» исключить;

пункт 5 после слов «обжаловать предписание» дополнить словами «в течение 30 календарных дней со дня его получения».

27. Статью 31 изложить в следующей редакции:

«Статья 31. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе

1. За нарушение законодательства о рекламе организации и граждане несут ответственность, предусмотренную законодательными актами.

Рекламодатель несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе в отношении содержания рекламы, если не докажет, что оно произошло по вине рекламопроизводителя или рекламораспространителя, а также за нарушение иных установленных для соблюдения рекламодателем требований законодательства о рекламе.

Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе в отношении производства рекламы, в том числе ее оформления и подготовки, а также за нарушение иных установленных для соблюдения рекламопроизводителем требований законодательства о рекламе.

Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение законодательства о рекламе в отношении времени, места и способа ее размещения (распространения), размещение (распространение) рекламы, в отношении которой не предоставлены документы о ее согласовании (при необходимости такого согласования), размещение средства наружной рекламы с нарушением установленного законодательством порядка, а также за нарушение иных установленных для соблюдения рекламораспространителем требований законодательства о рекламе.

2. Организации и граждане, права и законные интересы которых нарушены в результате производства и (или) размещения (распространения) ненадлежащей рекламы, вправе в установленном законодательством порядке обратиться в суд с исками, в том числе граждане – с исками о компенсации морального вреда.»

Статья 3. Внести в Закон Республики Беларусь от 30 декабря 2010 г. № 225-З «О внешней трудовой миграции» следующие изменения:

1. Часть вторую статьи 2 после абзаца одиннадцатого дополнить абзацем следующего содержания:

«являющимися победителями (лауреатами) национальных (международных) конкурсов, отмеченными наградами в сфере их профессиональной деятельности;».

2. Статью 3 изложить в следующей редакции:

«Статья 3. Правовое регулирование отношений в области внешней трудовой миграции»

Отношения в области внешней трудовой миграции регулируются законодательством Республики Беларусь о внешней трудовой миграции, международными договорами Республики Беларусь, а также международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза.

Законодательство Республики Беларусь о внешней трудовой миграции основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона и других актов законодательства Республики Беларусь.

Если международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом, то применяются правила международного договора.»

3. В статье 9:

в части первой:

из абзаца первого слова «Республики Беларусь» исключить;

абзац седьмой исключить;

в абзаце девятом слова «дел Республики Беларусь» и «сборам Республики Беларусь» заменить соответственно словами «дел» и «сборам»;

из абзаца первой части второй слова «Республики Беларусь» исключить;

в абзаце седьмом части третьей слова «дел Республики Беларусь» заменить словом «дел».

4. В части второй статьи 14, статьях 22 и 34, абзаце четвертом части первой статьи 35 слова «в том числе» заменить словами «а также».

5. В статье 15:

абзац восьмой исключить;

в абзаце десятом слова «дел Республики Беларусь» заменить словом «дел».

6. Из абзаца четвертого части первой и абзаца третьего части второй статьи 16, частей второй и четвертой статьи 26, частей второй и четвертой статьи 29, абзаца девятого части второй статьи 36 слова «Республики Беларусь» исключить.

7. В абзаце пятом статьи 20 слова «образования Республики Беларусь» и «дел Республики Беларусь» заменить соответственно словами «образования» и «дел».

8. В абзаце четвертом части первой статьи 30 слова «года «О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 15, 2/1657)» заменить словами «г. № 105-3 «О правовом положении иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь»».

Статья 4. Внести в Закон Республики Беларусь от 7 января 2012 г. № 350-З «О противодействии торговле людьми» следующие изменения:

1. Статью 2 изложить в следующей редакции:

«Статья 2. Правовое регулирование отношений в сфере противодействия торговле людьми»

1. Отношения в сфере противодействия торговле людьми регулируются законодательством о противодействии торговле людьми, а также международными договорами Республики Беларусь (далее – международные договоры).

2. Законодательство о противодействии торговле людьми основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона, актов Президента Республики Беларусь и иных актов законодательства.

3. Если международным договором установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора.»

2. В абзаце пятом статьи 6 слова «актами Республики Беларусь» заменить словом «актами».

3. В статье 8:

из подпункта 1.5 пункта 1 и пункта 4 слова «Республики Беларусь» исключить;

в пункте 2 слова «законодательством Республики Беларусь» заменить словом «законодательством»;

в пункте 3 слова «законодательства Республики Беларусь» и «законодательством Республики Беларусь» заменить соответственно словами «законодательства» и «законодательством».

4. В статье 9:

из пунктов 1 и 2 слова «Республики Беларусь» исключить;

в пункте 3:

в абзаце первом слова «дел Республики Беларусь» заменить словом «дел»;

из подпунктов 3.1 и 3.4 слова «Республики Беларусь» исключить;

в подпункте 3.2 слова «образования Республики Беларусь» заменить словом «образования»;

в подпункте 3.3 слова «законодательства Республики Беларусь» заменить словом «законодательства»;

в подпункте 3.6 слова «законодательства Республики Беларусь, в том числе» заменить словами «законодательства и».

5. Из подпункта 1.4 пункта 1 статьи 10, пункта 2 статьи 12, абзаца пятого статьи 13, пункта 5 статьи 17, подпунктов 1.2 и 1.3 пункта 1 и пункта 4 статьи 20, пункта 1 статьи 27 и статьи 32 слова «Республики Беларусь» исключить.

6. В статье 16:

в пункте 3 слова «дел Республики Беларусь» заменить словом «дел»;

пункт 5 изложить в следующей редакции:

«5. Запрещается размещение (распространение) в Республике Беларусь рекламы об учебе за пределами Республики Беларусь граждан Республики Беларусь, иностранных граждан, лиц без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, без наличия у рекламодателя согласования Министерства образования и Министерства внутренних дел, за исключением наружной рекламы и рекламы на транспортном средстве.»

7. В статье 22:

из пункта 1 слова «Республики Беларусь» исключить;

в пункте 2 слова «законодательством Республики Беларусь» заменить словом «законодательством».

8. В абзаце пятом статьи 23 слова «законодательством Республики Беларусь, в том числе» заменить словами «законодательством и».

9. В пункте 1 статьи 25 слова «законодательства Республики Беларусь, в том числе» и «договоров,» заменить соответственно словами «законодательства и» и «договоров».

10. В статье 26:

из пункта 2 слова «Республики Беларусь» исключить;

в пункте 3:

из подпункта 3.1 слова «Республики Беларусь» исключить;

в подпункте 3.4 слова «законодательства Республики Беларусь» заменить словом «законодательства».

11. В пункте 1 статьи 28 слова «прокурора Республики Беларусь» и «прокурором Республики Беларусь» заменить соответственно словами «прокурора» и «прокурором».

12. В статье 29:

из подпункта 3.1 пункта 3 слова «Республики Беларусь» исключить;

в пункте 4 слова «дел Республики Беларусь» заменить словом «дел».

Статья 5. Совету Министров Республики Беларусь в шестимесячный срок: обеспечить приведение нормативных правовых актов в соответствие с настоящим Законом;

принять иные меры по реализации положений настоящего Закона.

Статья 6. Настоящий Закон вступает в силу в следующем порядке: статьи 1–4 – через шесть месяцев после официального опубликования настоящего Закона;

иные положения – после официального опубликования настоящего Закона.

Президент Республики Беларусь

А.Лукашенко