

## ТАБЛИЦА

неучтенных замечаний членов Общественно-консультативного (экспертного) совета по развитию предпринимательства при Министерстве антимонопольного регулирования и торговли (далее – ОКС) по проекту постановления Совета Министров Республики Беларусь «Об утверждении Положения о порядке согласования содержания наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве и изменении постановлений Совета Министров Республики Беларусь» (далее – проект постановления)

Замечания члена ОКС	Обоснование
<b>Рунец Т.А.</b>	
<p>Необходимо обратить внимание на то, что п.4 Положения вступит в силу с 8 октября 2021 г. и будет идти в разрез с нормами действующего Закона Республики Беларусь «О рекламе».</p>	<p>Замечание учтено. Из части первой пункта 4 проекта Положения о порядке согласования содержания наружной рекламы и рекламы на транспорт, предусмотренного проектом постановления (далее – проект Положения), исключены ссылки на конкретные нормы Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), а именно на пункт 1 статьи 15, пункт 1 статьи 15<sup>1</sup>, часть первую пункта 2 статьи 20 и статью 20<sup>1</sup> Закона о рекламе, принимая во внимание, что в пункте 1 статьи 15, пункте 1 статьи 15<sup>1</sup> и части первой пункта 2 статьи 20 Закона о рекламе до внесения подготовленных изменений будет сохраняться изъятие в части согласования наружной рекламы и рекламы на транспортном средстве.</p> <p>В этой связи во избежание обозначенных в замечании противоречий часть первая пункта 4 проекта Положения изложена в следующей редакции:</p>

	<p>«В случае, если наружная реклама, реклама на транспортном средстве подлежит согласованию с другими государственными органами, местный исполнительный и распорядительный орган запрашивает копию документа, подтверждающего согласование такой рекламы, от соответствующего государственного органа.».</p>
<p>Полагаю, что представление макета рекламы для согласования его содержания на электронном носителе в 2-х экземплярах излишне (абзац четвертый пункта 2 Перечня изменений)</p>	<p>Замечание учтено. После доработки в приложении к проекту постановления предусматривается требование о предоставлении рекламораспространителем в местный исполнительный и распорядительный орган (далее – гор(рай)исполком) макета наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве на бумажном носителе в двух экземплярах либо макета наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве или ролика наружной мультимедийной рекламы на электронном носителе (т.е. в единственном экземпляре).</p>
<p><b>Боднарь В.А.</b></p>	
<p>В пункте 2 «Перечня изменений, вносимых в постановления Совета Министров Республики Беларусь» в пункте 9.14 вместо текста «5 рабочих дней, а при необходимости запроса документов и (или) сведений от других государственных органов – 15 рабочих дней» указать: «1 рабочий день, а при необходимости запроса документов и (или) сведений от других государственных органов – 3 рабочих дня».</p> <p>Обоснование: негативный практический многосуточный опыт согласования бизнесом сюжетов в прошлом.</p>	<p>Замечание не учтено. Предусмотренный проектом постановления срок осуществления административной процедуры по согласованию содержания наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве (5 рабочих дней, а при необходимости запроса документов и (или) сведений от других государственных органов – 15 рабочих дней) обусловлен объективными обстоятельствами, определяющими (влияющими на) продолжительность этого срока.</p> <p>Так, предусматривается согласование содержания наружной рекламы и рекламы на транспортных средствах, как правило, в течение 5 рабочих дней,</p>

---

поскольку:

объем подлежащей согласованию рекламы значительный (реклама на всех транспортных средствах, владельцы которых находятся или проживают на соответствующей территории, постоянно сменяющаяся реклама на средствах наружной рекламы операторов наружной рекламы, реклама на вывесках рекламного характера, настенных, надкрышных рекламных конструкциях всех находящихся на соответствующей территории торговых объектов, объектов обслуживания и производственных объектов и пр.);

при этом Декретом Президента Республики Беларусь от 6 июля 2021 г. № 3 «Об изменении Декрета Президента Республики Беларусь по вопросам размещения (распространения) рекламы» (далее – Декрет № 3), предусматривающим введение указанной административной процедуры, не предусмотрено увеличение штатной численности гор(рай)исполкомов в связи с необходимостью осуществления данной административной процедуры. В этой связи вышеуказанный объем работы будет осуществляться специалистами гор(рай)исполкомов, ведущими вопросы рекламы (как правило, специалист, ведущий в гор(рай)исполкоме вопросы рекламы, осуществляет данные полномочия в дополнение к иным полномочиям в других сферах), в дополнение к уже осуществляемому объему работы в данной области.

При необходимости запроса документов и (или) сведений от других государственных органов предусматривается согласование содержания наружной рекламы и рекламы на транспортных средствах в течение 15 рабочих дней, поскольку в данный срок

---

	<p>включаются сроки, необходимые для:  направления запроса гор(рай)исполкомом в соответствующий государственный орган (Минздрав, Минобразования, КГБ);  подготовки этим государственным органом ответа, для чего ему необходимо проверить, осуществлялось ли соответствующим рекламодателем согласование рекламы в этом государственном органе или нет и при наличии согласования прикрепить его копию к ответу;  направления ответа обратно в гор(рай)исполком.  Осуществить эти действия в течение 3 рабочих дней не представляется возможным.</p>
<p>Дополнить проект Положения пунктом 11 следующего содержания:  «Наружная реклама предприятий-ритейлеров может быть согласована в виде шаблонов, в которых, при необходимости, может меняться только предмет акции, период и цена. Дополнительного согласования каждого рекламного сюжета не требуется.».  Обоснование: особенностью размещения рекламы торговых ритейлеров является смена сюжетов каждые 10 дней. Данное положение сократит объем административных процедур и предотвратит отток рекламодателей в более оперативные медиа: интернет-ресурсы, радио и телевидение.</p>	<p>Замечание не учтено. Согласование содержания наружной рекламы, рекламы на транспортном средстве вводится в целях предотвращения размещения, в том числе, недостоверной рекламы о рекламных мероприятиях. В этой связи содержащаяся в наружной рекламе или рекламе на транспортном средстве информация о предмете рекламной акции, периоде ее проведения и предусмотренном размере скидок подлежит рассмотрению и оценке на предмет ее достоверности.</p>
<p><b>Устинович Е.А.</b></p>	
<p>В пункте 12 статьи 2 Закона дополнить абзац 5 пункта 1 новой редакции статьи 14 после слов «на стеклах транспортного средства», фразой следующего содержания: «, за исключением случаев, когда для этого</p>	<p>Замечание не учтено. Изложенное замечание касается предложений:  по изменению требований Закона о рекламе, в то время как вопросом повестки дня является</p>

используются материалы, которые обеспечивают беспрепятственный обзор из салона транспортного средства;».

Обоснование необходимости принятия Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» не содержит упоминания о введении указанного запрета и каких-либо аргументов в его пользу. Данное предложение АКМА обусловлено экономической нецелесообразностью введения на законодательном уровне полного запрета на размещение (распространение) рекламы на стеклах транспортного средства в условиях единого рынка со странами, где таковой запрет отсутствует, и вызовет отток рекламных бюджетов рекламодателей из Республики Беларусь в сопредельные страны. Учитывая возможность использования специальной пленки с высокой пропускной способностью света, которая не влияет на видимость и восприятие, а также исходя из таких технических характеристик такой пленки, как ее полный разрыв в случае дорожно-транспортных происшествий, в результате которых причиняются повреждения - такого рода пленка может свободно размещаться (распространяться) на стеклах транспортного средства.

Дополнительно отмечаем, что международный опыт стран и Европейского Союза, и Евразийского экономического союза, где отсутствует запрет на размещение рекламы на стеклах транспортного средства, свидетельствует о безопасности применения указанной пленки.

Кроме этого, при наличии запрета размещения (распространения) рекламы на стеклах транспортного средства в п. 37 Приложения 4 к Правилам дорожного движения, считаем нецелесообразным его

рассмотрение проекта постановления. В силу пункта 4 статьи 33 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 130-З «О нормативных правовых актах» постановлением Совета Министров Республики Беларусь не могут быть внесены изменения в Закон о рекламе;

причем по изменению требований Закона о рекламе, не связанных с реализацией Декрета № 3, во исполнение которого подготовлен проект постановления (т.е. данные предложения не являются предметом регулирования проекта постановления).

дополнительное дублирование в данном законодательном акте. С учетом мнения Министерства внутренних дел о необходимости предварительного проведения испытаний пленочных материалов, применяемых для распространения рекламы на стеклах транспортного средства на их соответствие требованиям технических нормативных правовых актов, тем более целесообразным представляется сохранение такого запрета именно на уровне Правил дорожного движения, что соответствует мировой практике и в которые, в случае положительных результатов упомянутых испытаний, могут быть оперативно внесены соответствующие корректировки. В Правилах дорожного движения более исчерпывающее и более детально регламентируются различные технические требования, как к транспортным средствам, так и к различным аспектам организации дорожного движения.

На основании вышеизложенного считаем возможным использовать предложенную АКМА формулировку данного абзаца или, как альтернативный вариант, предлагаем исключить в целом абзац 5 пункта 1 новой редакции статьи 14 из пункта 11 статьи 2 Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы».

В пункте 12 статьи 2 Проекта Закона, изложить абзац 7 пункта 1 статьи 14 в следующей редакции: «сопровождаться звуком, за исключением размещения (распространения) такой рекламы внутри салона транспорта общего пользования.».

Введение в Закон требования о запрете звуковой рекламы в общественном транспорте обосновывается результатами общественного обсуждения проекта - 40% граждан, поучаствовавших в общественном обсуждении

проекта (13 из 33 обратившихся с предложениями), высказались за запрет звуковой рекламы в транспорте общего пользования. Однако, предлагаемая в Законе редакция, оставляет возможность распространения звуковой рекламы, лишь ограничивая ее содержание, и поставленная задача, таким образом, остается не решенной. Помимо этого, запрет коммерческой звуковой рекламы приведет к закрытию нескольких компаний, которые занимаются исключительно размещением аудио рекламы в транспорте общего пользования, сокращению рабочих мест и налоговых платежей. Кроме того, доходы от аудио рекламы составляют существенную часть денежных поступлений коммунальных транспортных предприятий, которые, по информации из СМИ, являются дотационными. Лишившись этой статьи доходов, коммунальные предприятия могут «потерять» часть ныне поступающих внебюджетных денежных средств, что, в конечном итоге, может привести к увеличению тарифов на проезд для населения, вызвав его недовольство.

Целесообразным представляется не частичный запрет звуковой рекламы, распространяющийся только на один из её видов (коммерческую), а ограничение уровня звука всей звуковой рекламы либо продолжительности её распространения за единицу времени в подзаконных правовых актах.