**Ответы** Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь и Министерства информации Республики Беларусь **о размещении рекламы в продукции иностранных телевизионных средствам массовой информации распространяемых на территории Республики Беларусь**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Вопрос ТОС** | **Ответ регулятора** | **Примечание** |
| **1** | Какой будет процедура вынесения решения об исключении телепрограммы из списка разрешенных к распространению на территории Республики Беларусь. | На основании пункта 41 Положения о порядке выдачи разрешения на распространение продукции иностранного средства массовой информации, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 2 декабря 2008 г. № 1849, Министерство информации формирует и ведет список иностранных средств массовой информации, получивших разрешение на распространение продукции иностранного средства массовой информации на территории Республики Беларусь без изменения ее формы или содержания (далее - разрешение).  Иностранная телепрограмма исключается из указанного списка в случае прекращения действия разрешения (истечение срока действия разрешения; аннулирование действия свидетельства о регистрации иностранного средства массовой информации либо иного документа, подтверждающего правомочность его выпуска; принятие Министерством информации решения об аннулировании разрешения в случаях, предусмотренных законодательными актами). | **Мининформ РБ** |
| **2** | В случае распространения одной и той же телепрограммы разными распространителями при получении сигнала из разных источников (с рекламой в одном случае и без рекламы в остальных), на основании каких данных будет приниматься решение о запрете распространения телепрограммы. | В соответствии с частью седьмой пункта 5 статьи 17 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-3 «О средствах массовой информации» (далее - Закон о СМИ) одним из оснований для принятия Министерством информации решения об аннулировании разрешения является несоответствие продукции иностранного средства массовой информации требованиям законодательных актов, в том числе законодательства о рекламе (наличие в иностранной телепрограмме рекламы).  Для выяснения всех обстоятельств дела по факту наличия в той или иной телепрограмме рекламы будут осуществляться действия в зависимости от конкретной ситуации (запрос пояснений от распространителя, дистрибьютора телепрограмм и др.). При этом время доказывания необходимости сохранения разрешения, будет лежать на субъектах хозяйствования, имеющих непосредственное отношение к создавшейся ситуации.  В случае отсутствия достаточных доказательств, подтверждающих непреднамеренное включение в состав телепрограммы рекламы, разрешение будет аннулировано. | **Мининформ РБ** |
| **3** | Какие меры реагирования к операторам будут предприняты при сбое программного обеспечения (DTFметки) из-за погодных условий или иных видов технических проблем, создавших проблемы по удалению или замещению рекламных блоков. |
| **4** | Что будет считаться спонсорской рекламой. | Закон № 225-3 и иные акты законодательство в области рекламы не содержат понятия спонсорской рекламы и не предусматривают особых условий ее размещения (распространения).  Реклама, представленная лицами, участвующими в финансировании производства или приобретения прав на трансляцию телепередач или телепрограммы в целом, в продукции иностранного телевизионного СМИ не допускается в соответствии с частью первой пункта 81 статьи 11 Закона № 225-3, за исключением случаев, указанных в части второй данного пункта.  Так, согласно абзацу третьему части второй пункта 81 статьи 11 Закона № 225-3 в продукции иностранного телевизионного СМИ допускается реклама, интегрированная в передачу при ее производстве и являющаяся неотъемлемой частью этой передачи (к примеру, реклама, интегрированная в оформление студии, диалоги ведущих, их одежду и т.п.). | **МАРТ РБ** |
| **5** | В каком виде спонсорская реклама будет разрешена. |
| **6** | В каких случаях анонс будет считаться рекламой и на каких основаниях. | С вступлением в силу изменений в Закон № 225-3 подходы к регулированию анонсов передач не изменились.  В силу пункта 10 статьи 11 Закона № 225-3 требования пунктов 1—9 и 11 статьи 11 Закона № 225-3 не распространяются на размещаемую в телепрограмме информацию о передачах, составляющих эту телепрограмму.  Из приведенной нормы следует, что:  размещаемая в телепрограмме информация о передачах, составляющих эту телепрограмму (т.н. анонсы передач), не является рекламой, в связи с чем не подпадает под регулирование пунктов 1 - 9 и 11 статьи 11 Закона № 225-3;  в то же время размещаемая в телепрограмме информация о передачах, составляющих другую телепрограмму, имеет признаки рекламы, и требование пункта 10 статьи 11 Закона №225-3 на нее распространяется (т.е. такая информация подпадает под регулирование пунктов 1 - 9 и 11 статьи 11 и других норм Закона № 225-3). | **МАРТ РБ** |
| **7** | Какие могут быть применены меры административного взыскания для недобросовестных операторов (показывают с рекламой) без исключения телепрограммы из списка разрешенных. | В соответствии с положениями Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях административная ответственность за распространение в эфире иностранных телепрограмм рекламы не предусмотрена. | **Мининформ РБ** |
| **8** | Будет ли считаться коммерческой звуковая реклама без прерывания текущей трансляции телепрограммы. | Закон № 225-3 регулирует требования к рекламе, в том числе социальной рекламе (понятие «коммерческая реклама» в Законе № 225-3 не содержится).  В силу пунктов 2 и 6 статьи 11 Закона № 225-3 телевизионная реклама может размещаться (распространяться) не только путем прерывания передачи рекламой, но и путем совмещения передачи с рекламой (в виде наложений, в том числе способом «бегущей строки», с использованием инфографики, всплывающих логотипов, звуковой рекламы без прерывания трансляции телепрограммы и пр.).  Реклама, размещаемая (распространяемая) путем совмещения передачи с рекламой, регулируется Законом № 225-3 таким же образом, как и реклама, размещаемая (распространяемая) путем прерывания передачи рекламой. | **МАРТ РБ** |
| **9** | Будут ли определены особые требования к замене рекламы на социальную рекламу, будет ли требование замены обязательным для исполнения и каким нормативно-правовым актом эти требования будут определяться. | Требование о запрете рекламы в продукции иностранных телевизионных СМИ не распространяется на рекламу, предусмотренную частью второй пункта 81 статьи 11 Закона №225-3, в том числе на социальную рекламу, качество которой признано Межведомственным советом по рекламе надлежащим (абзац четвертый части второй пункта 81 статьи 11 Закона № 225-3).  Из формулировки абзаца четвертого части второй пункта 8 статьи 11 Закона № 225-3 не следует, что замена рекламы в продукции иностранного телевизионного СМИ на социальную рекламу является обязательной.  Осуществление такой замены является правом распространителя (а не его обязанностью), направленным на решение проблемы, связанной с необходимостью заполнения пауз, возникающих в связи с исключением рекламы (за исключением рекламы, предусмотренной частью второй пункта 81 статьи 11 Закона №225-3) из продукции иностранного телевизионного СМИ. | **МАРТ РБ** |
| **10** | Будут ли определены особые требования к заставке, применяемой оператором во время рекламной паузы и каким нормативно-правовым актом. | Вопрос о способах заполнения пауз, возникающих в связи с исключением рекламы из продукции иностранного телевизионного СМИ (в случае, если реклама не заменена социальной рекламой, качество которой признано Межведомственным советом по рекламе надлежащим), не является предметом регулирования Закона № 225-3.  Полагаем, что распространитель вправе самостоятельно определить, каким способом (с использованием заставки, не имеющей признаков рекламы, или др.) может быть осуществлено заполнение таких пауз, если иные требования не будут установлены законодательством (в настоящее время установление таких требований в законодательстве о рекламе не планируется). | **МАРТ РБ** |
| **11** | Как и какими силами будет осуществляться мониторинг телепрограмм в сети распространителя и каким нормативно-правовым актом это будет определяться. | Мониторинг массовой информации осуществляется Министерством информации в рамках возложенных на него полномочий и в соответствии с Законом о СМИ, в целях реализации которых используются как внутренние резервы министерства, так и иные, предоставленные министерству законом, в том числе технические, возможности. | **Мининформ РБ** |
| **12** | Когда будут разработаны необходимые нормативно-правовые акты по разъяснению и практическому применению норм Закона Республики Беларусь «О рекламе». | В силу пункта 2 статьи 69 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 130-3 «О нормативных правовых актах» МАРТ вправе при необходимости (в связи с поступлением обращений, получением информации из других источников о проблемах в применении Закона № 225-3, инициативно) подготавливать письменные разъяснения по применению Закона № 225-3.  Дача таких письменных разъяснений по обращениям граждан и юридических лиц осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством об обращениях граждан и юридических лиц.  Настоящий ответ может быть обжалован в порядке, предусмотренном статьей 20 Закона Республики Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-3 «Об обращениях граждан и юридических лиц». | **МАРТ РБ** |

**Примечание:** данная таблица подготовлена на основании и в соответствии с официальными ответами МАРТ РБ (письмо от 1.09.2021 г. №10-22/962К) и Миниформ РБ (письмо от 11.10.2021 г. №08-09/2473).