

ПОСТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТА МИНИСТРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

9 июля 2013 г. № 603

О порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы

Изменения и дополнения:

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16 декабря 2016 г. № 1033 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.12.2016, 5/43069) <С21601033>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 января 2017 г. № 22 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.01.2017, 5/43213) <С21700022>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 3 июня 2020 г. № 330 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 06.06.2020, 5/48115) <С22000330>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 июля 2021 г. № 395 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.07.2021, 5/49239) <С22100395>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 25 марта 2022 г. № 175 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.04.2022, 5/50110) <С22200175>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 28 марта 2022 г. № 181 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 01.04.2022, 5/50071) <С22200181>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 3 августа 2023 г. № 517 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 05.08.2023, 5/51975) <С22300517>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 июля 2024 г. № 484 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 10.07.2024, 5/53655) <С22400484>

На основании пункта 2 статьи 9¹, пункта 3 статьи 24 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-3 «О рекламе» Совет Министров Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить:

Положение о порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы (прилагается);

состав Межведомственного совета по рекламе (прилагается).

2. Внести изменения и дополнения в следующие постановления Совета Министров Республики Беларусь:

2.1. в постановлении Совета Министров Республики Беларусь от 25 марта 1998 г. № 460 «О Межведомственном совете по рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № 32, 5/10103; 2006 г., № 146, 5/22839):

2.1.1. часть вторую пункта 1 исключить;

2.1.2. в пункте 4 слова «организационно-техническое обеспечение» заменить словами «организационное и информационное обеспечение работы»;

2.1.3. Положение о Межведомственном совете по рекламе, утвержденное этим постановлением, изложить в новой редакции (прилагается);

2.2. исключен;

2.3. утратил силу.

3. Плата за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях, зачисленная в бюджет соответствующей административно-территориальной единицы на основании договора на размещение (распространение) наружной рекламы, средства которой включены в перечень средств наружной рекламы, на размещение которых не требуется получение разрешения, и договора на размещение (распространение) рекламы на транспортном средстве, заключенных до вступления в силу настоящего постановления, рекламодателю, рекламодателю не возвращается.

4. Республиканским органам государственного управления, местным исполнительным и распорядительным органам привести свои нормативные правовые акты в соответствие с настоящим постановлением.

5. Настоящее постановление вступает в силу с 10 июля 2013 г.

Премьер-министр Республики Беларусь

М.Мясникович

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь
09.07.2013 № 603

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке производства и размещения (распространения) социальной рекламы

1. Настоящим Положением устанавливается порядок производства и размещения (распространения) социальной рекламы, включая порядок участия Межведомственного совета по рекламе (далее – Межведомственный совет) в оценке качества социальной рекламы, 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 (далее – социальная теле- и радиореклама, социальная наружная реклама и (или) социальная реклама на транспортном средстве).

2. Для целей настоящего Положения применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом Республики Беларусь «О рекламе».

3. Рекламодателем социальной рекламы является государственный орган, в компетенцию которого входят вопросы, освещаемые в социальной рекламе, и который обеспечивает производство, размещение (распространение) социальной рекламы.

4. Юридические лица и граждане вправе обращаться в государственные органы с предложением о производстве и (или) размещении (распространении) социальной рекламы.

Предложение о производстве и (или) размещении (распространении) социальной рекламы подается юридическим лицом или гражданином в государственный орган, в компетенцию которого входят вопросы, планируемые к освещению в социальной рекламе. Если эти вопросы относятся к компетенции нескольких государственных органов, юридическое лицо или гражданин вправе обратиться с предложением о производстве и (или) размещении (распространении) такой рекламы в любой из этих государственных органов.

Государственный орган рассматривает такое предложение в соответствии с законодательством об обращениях граждан и юридических лиц.

5. Государственный орган – рекламодатель социальной рекламы (далее – государственный орган) обеспечивает производство социальной рекламы путем приобретения готового рекламного продукта или работ (услуг) по производству социальной рекламы.

6. Юридические лица и граждане оказывают содействие государственным органам в производстве социальной рекламы путем реализации (безвозмездной передачи) государственным органам готового рекламного продукта, выполнения работ (оказания

услуг) по производству социальной рекламы либо иным способом, не запрещенным законодательством.

7. Государственный орган представляет в Межведомственный совет:

для оценки качества социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, приобретаемой государственным органом в виде готового рекламного продукта, до заключения договора о его приобретении – приобретаемый ролик социальной теле- и радиорекламы, макет социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве;

для оценки качества социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, производимой на основании договора о выполнении работ (оказании услуг), заключенного между государственным органом и рекламопроизводителем (далее – договор), по окончании выполнения рекламопроизводителем работ (оказания услуг) до их приемки государственным органом – изготовленный макет социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве;

для оценки качества социальной теле- и радиорекламы, производимой на основании договора:

по окончании разработки рекламопроизводителем сценария социальной теле- и радиорекламы – сценарий социальной теле- и радиорекламы;

по окончании выполнения рекламопроизводителем работ (оказания услуг) до их приемки государственным органом – изготовленный ролик социальной теле- и радиорекламы.

Указанные в части первой настоящего пункта материалы государственный орган передает в Министерство антимонопольного регулирования и торговли.

8. Решение об оценке качества социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве принимается Межведомственным советом на основании заключения рабочей группы в установленном законодательством порядке.

9. Решение Межведомственного совета об оценке качества социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве принимается в течение 30 дней со дня представления материалов, указанных в части первой пункта 7 настоящего Положения.

10. Государственный орган, получивший решение Межведомственного совета, содержащее положительную оценку качества социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, продолжает производство и (или) обеспечивает ее размещение (распространение) не более двух лет со дня получения такого решения.

Размещение (распространение) социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, качество которой признано Межведомственным советом ненадлежащим, не допускается.

11. Договор должен содержать условие об ответственности рекламопроизводителя за неисполнение и ненадлежащее исполнение обязательств по договору, в том числе за разработку сценария и (или) производство социальной теле- и радиорекламы, социальной наружной рекламы и (или) социальной рекламы на транспортном средстве, качество которой признано Межведомственным советом ненадлежащим, в виде безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги), возмещения государственному органу понесенных убытков, выплаты неустойки за нарушение сроков выполнения работы (оказания услуги) и другого.

12. Для размещения (распространения) социальной рекламы государственный орган подает рекламодателю в произвольной письменной форме заявку на размещение (распространение) такой рекламы (далее – заявка), в которой указывает наименование государственного органа, тематику социальной рекламы, адрес (адресные ориентиры) места размещения средства наружной рекламы, предполагаемые сроки ее размещения (распространения) и сведения о результатах оценки ее качества Межведомственным советом, если такая социальная реклама подлежит оценке качества,

за исключением случаев, указанных в части третьей настоящего пункта и части первой пункта 13 настоящего Положения.

Заявка подается не позднее чем за 30 календарных дней до указанных в ней предполагаемых сроков размещения (распространения) социальной рекламы.

Заявка не подается в случае, если рекламодатель самостоятельно обратился в государственный орган с просьбой о предоставлении ему социальной рекламы для ее размещения (распространения).

Рекламодатель прекращает размещение (распространение) социальной рекламы государственных праздников, праздничных дней, памятных дат и мероприятий республиканского или местного значения не позднее пяти календарных дней со дня окончания указанных событий, если иное не установлено настоящим Положением.

13. Для размещения (распространения) социальной наружной рекламы государственных праздников, общереспубликанских праздничных дней и памятных дат, а также социальной наружной рекламы в сфере обеспечения государственной и (или) общественной безопасности государственный орган направляет рекламодателю в произвольной письменной форме требование о размещении (распространении) такой рекламы (далее – требование), в котором указывает наименование государственного органа, тематику социальной наружной рекламы, адрес (адресные ориентиры) места размещения средства наружной рекламы, период ее размещения (распространения), а в отношении социальной наружной рекламы в сфере обеспечения государственной и (или) общественной безопасности – дополнительно сведения о результатах оценки ее качества Межведомственным советом. К требованию прилагаются макет социальной наружной рекламы и (или) социальная наружная мультимедийная реклама в электронном виде.

Указываемый в требовании период размещения (распространения) социальной наружной рекламы:

государственных праздников, общереспубликанских праздничных дней и памятных дат должен начинаться не ранее чем за 10 календарных дней до даты начала указанных событий и завершаться не позднее трех календарных дней со дня окончания указанных событий;

в сфере обеспечения государственной и (или) общественной безопасности не должен превышать 30 календарных дней.

Требование направляется не позднее чем за 10 календарных дней до начала указанного в нем периода размещения (распространения) такой социальной наружной рекламы.

Рекламодатель прекращает размещение (распространение) социальной наружной рекламы государственных праздников, общереспубликанских праздничных дней и памятных дат, а также социальной наружной рекламы в сфере обеспечения государственной и (или) общественной безопасности в день, следующий за днем окончания периода размещения (распространения) такой социальной наружной рекламы, указанного в требовании, если иное не установлено настоящим Положением.

14. Рекламодатель, осуществляющий размещение (распространение) социальной теле- и радиорекламы, ведет учет заявок по дате их поступления и осуществляет размещение (распространение) социальной теле- и радиорекламы в порядке очередности поступления заявок.

Рекламодатель, осуществляющий размещение (распространение) социальной наружной рекламы государственных праздников, общереспубликанских праздничных дней и памятных дат, а также социальной наружной рекламы в сфере обеспечения государственной и (или) общественной безопасности, ведет учет требований по дате и времени их поступления.

При поступлении к рекламодателю нескольких требований от различных государственных органов, в которых совпадает период размещения (распространения) соответствующей социальной наружной рекламы на одном и том же средстве наружной рекламы, рекламодатель осуществляет размещение (распространение) социальной наружной рекламы ранее обратившегося государственного органа, письменно уведомив об этом государственный орган, обратившийся позднее.

15. Социальная реклама должна быть размещена (распространена) в теле- и радиоэфире с 18 до 22 часов, а также в иное время, определенное рекламодателем.

16. Срок размещения (распространения) одной и той же социальной теле- и радиорекламы не может превышать двух месяцев подряд.

17. После окончания срока размещения (распространения) социальной рекламы государственный орган вправе повторно обратиться к рекламодателю с соответствующей заявкой.

18. Государственный орган вправе в любое время прекратить размещение (распространение) социальной рекламы, рекламодателем которой он является, письменно уведомив об этом рекламодателя.

Рекламодатель прекращает размещение (распространение) такой социальной рекламы в срок, указанный государственным органом.

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь
09.07.2013 № 603
(в редакции постановления
Совета Министров
Республики Беларусь
03.08.2023 № 517)

СОСТАВ

Межведомственного совета по рекламе

Емельянова Нина Алексеевна	– заместитель Министра антимонопольного регулирования и торговли (председатель Межведомственного совета)
Гаврильчик Инна Анатольевна	– начальник управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Министерства антимонопольного регулирования и торговли (заместитель председателя Межведомственного совета)
Мамченко Елена Владимировна	– консультант сектора по рекламе управления защиты прав потребителей и контроля за рекламой Министерства антимонопольного регулирования и торговли (секретарь Межведомственного совета)
Адамович Инна Марьяновна	– заместитель начальника главного управления государственных специальных культурных мероприятий и профессионального искусства – начальник управления государственных специальных культурных мероприятий Министерства культуры
Бородун Юлия Александровна	– пресс-секретарь Министерства здравоохранения
Булавко Игорь Михайлович	– начальник главного управления идеологической работы и по делам молодежи Гродненского облисполкома
Васько Игорь Игоревич	– председатель Синодального информационного отдела Белорусской Православной Церкви
Ворон Петр Григорьевич	– начальник отдела физической культуры главного управления планирования и организационной работы Министерства спорта и туризма
Высоцкая	– пресс-секретарь Министерства образования

Людмила Юльяновна	
Дмитрук Елена Георгиевна	– заместитель начальника учреждения «Научно-исследовательский институт пожарной безопасности и проблем чрезвычайных ситуаций» Министерства по чрезвычайным ситуациям
Ермакович Наталья Вячеславовна	– заместитель начальника управления перспективного развития и информационной открытости главного управления развития налоговых органов Министерства по налогам и сборам
Лещенко Дина Петровна	– заместитель начальника главного управления торговли и услуг Минского облисполкома
Кручко Татьяна Леонидовна	– заместитель начальника главного управления идеологической работы, культуры и по делам молодежи Гомельского облисполкома
Летняк Ирина Васильевна	– начальник отдела по контролю за рекламой и защите прав потребителей главного управления торговли и услуг Минского горисполкома
Листопадова Жанна Владимировна	– заместитель начальника главного управления торговли и услуг Витебского облисполкома
Лукьянюк Юлия Николаевна	– заведующий кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики Белорусского государственного университета
Прохорова Олеся Александровна	– заместитель начальника информационно-аналитического управления Министерства информации
Сильвестрович Олег Константинович	– начальник главного управления по наркоконтролю и противодействию торговле людьми криминальной милиции Министерства внутренних дел
Сущенко Наталья Владимировна	– главный директор главной дирекции продаж и маркетинга Национальной государственной телерадиокомпании
Титова Вероника Александровна	– заместитель начальника главного управления торговли и услуг Могилевского облисполкома
Тицкий Алексей Геннадьевич	– начальник управления информации – заместитель начальника главного управления идеологической работы Министерства обороны
Углянец Вадим Леонидович	– заместитель начальника главного управления торговли и услуг Брестского облисполкома
Чемоданова Ольга Николаевна	– начальник главного управления идеологической работы и по делам молодежи Минского горисполкома
Штин Ольга Михайловна	– заместитель начальника отдела по связям с общественностью и обеспечению работы Министра – пресс-секретарь Министерства труда и социальной защиты

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь

ПОЛОЖЕНИЕ

о Межведомственном совете по рекламе

1. Межведомственный совет по рекламе (далее – Межведомственный совет) создается в целях совершенствования взаимодействия государственных органов и иных организаций, рекламопроизводителей, рекламодателей по вопросам создания благоприятных условий для устойчивого развития рекламного рынка в Республике Беларусь, защиты общества от ненадлежащей рекламы, а также для выработки рекомендаций по проведению единой государственной политики в области рекламы, регулированию рекламной деятельности, оценки качества социальной рекламы.

Межведомственный совет осуществляет свою деятельность на общественных началах.

2. Межведомственный совет в своей деятельности руководствуется Конституцией Республики Беларусь, Законом Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1321), настоящим Положением и иными актами законодательства.

3. Основными задачами Межведомственного совета являются:

организация взаимодействия между государственными органами, рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями и потребителями рекламы по вопросам создания и (или) совершенствования правовых условий для производства, размещения (распространения) рекламы;

анализ практики применения Закона Республики Беларусь «О рекламе» и иных актов законодательства, регулирующих отношения в области производства, размещения (распространения) рекламы;

предупреждение споров и конфликтов по вопросам соблюдения законодательства о рекламе и содействие в их разрешении;

оценка качества социальной рекламы;

содействие становлению и развитию рынка рекламных услуг;

содействие в организации и проведении мероприятий, направленных на поддержку добросовестной конкуренции в рекламе;

анализ зарубежного опыта регулирования и контроля в области рекламы;

организация изучения общественного мнения по вопросам размещения (распространения) рекламы.

4. Межведомственный совет имеет право:

участвовать в разработке предложений о совершенствовании законодательства в области рекламы;

оценивать качество социальной рекламы;

создавать рабочие группы для решения задач Межведомственного совета, в том числе для оценки качества социальной рекламы;

инициировать производство, размещение (распространение) социальной рекламы, разрабатывать рекомендации по тематике социальной рекламы;

формулировать мнение Межведомственного совета о качестве рекламы, не являющейся социальной рекламой, соответствии ее общепринятым нормам морали и нравственности и иным требованиям законодательства о рекламе, участвовать в проведении независимой экспертизы рекламы;

давать рекомендации государственным органам по предупреждению и пресечению нарушений в области рекламы;

формулировать и доводить до государственных органов, иных заинтересованных организаций и граждан мнение Межведомственного совета по актуальным вопросам производства, размещения (распространения) рекламы;

запрашивать и (или) получать от государственных органов, других организаций и граждан, участвующих в процессе производства, размещения (распространения) рекламы, необходимую информацию по вопросам компетенции Совета.

5. Состав Межведомственного совета формируется из представителей государственных органов, иных государственных организаций, подчиненных Правительству Республики Беларусь, местных исполнительных и распорядительных органов, а также иных организаций, способных обеспечить научное, экспертное или профессиональное мнение по вопросам производства, размещения (распространения) рекламы.

Для работы в Межведомственном совете могут привлекаться (с их согласия) научные работники, эксперты, преподаватели высших учебных заведений и иные лица, способные обеспечить научное, экспертное или профессиональное мнение по вопросам производства, размещения (распространения) рекламы.

6. Председателем Межведомственного совета является Министр торговли.

Председатель Межведомственного совета:

руководит деятельностью Межведомственного совета;

созывает заседания Межведомственного совета, формирует их повестку дня, организует доведение ее до членов Межведомственного совета не позднее четырех дней до дня проведения заседания Межведомственного совета;

координирует работу членов Межведомственного совета по выполнению решений и задач Межведомственного совета;

контролирует деятельность созданных Межведомственным советом рабочих групп;

представляет Межведомственный совет в отношениях с государственными органами, иными организациями и гражданами;

осуществляет контроль за выполнением принятых Межведомственным советом решений;

выполняет другие задачи и функции, возложенные на него Межведомственным советом.

В отсутствие председателя Межведомственного совета его функции выполняет заместитель председателя Межведомственного совета.

7. Межведомственный совет подводит итоги своей работы не реже одного раза в год.

8. Делопроизводство Межведомственного совета ведет секретарь.

9. Состав рабочих групп и их руководители из числа членов Межведомственного совета утверждаются председателем Межведомственного совета.

В состав рабочих групп кроме членов Межведомственного совета допускается включение приглашенных научных работников, экспертов, преподавателей высших учебных заведений и иных лиц, способных обеспечить научное, экспертное или профессиональное мнение по вопросам, для решения которых созданы рабочие группы.

Заключение рабочей группы является основанием для принятия решения Межведомственного совета. Если на основании заключения рабочей группы решение Межведомственного совета не принимается, заключение возвращается в рабочую группу на доработку.

В ходе оценки качества социальной рекламы соответствующая рабочая группа вправе запрашивать у рекламодателя социальной рекламы дополнительную информацию о процессах ее производства, размещения (распространения).

10. Решение Межведомственного совета принимается на его заседании путем голосования.

Заседание Межведомственного совета является правомочным, если в нем приняло участие не менее 50 процентов членов Межведомственного совета.

Допускается принятие решения Межведомственного совета без проведения заседания путем письменного опроса всех членов Межведомственного совета. Для этих целей членам Межведомственного совета направляется копия проекта протокола, которым оформляется решение Межведомственного совета. Опрашиваемый член Межведомственного совета в течение пяти рабочих дней со дня получения копии проекта протокола в случае согласия с изложенным в данном проекте протокола решением визирует копию проекта протокола либо в случае несогласия с изложенным в проекте

протокола решением готовит мотивированный отказ в принятии решения. Завизированная копия проекта протокола или мотивированный отказ направляется в Межведомственный совет.

Решение принимается большинством голосов присутствующих на заседании или опрошенных членов Межведомственного совета. Одной организации, входящей в состав Межведомственного совета, принадлежит один голос, независимо от количества представляющих ее членов. При равенстве голосов решающим голосом считается голос председателя Межведомственного совета.

Протокол, которым оформлено решение Межведомственного совета, подписывается председателем Межведомственного совета, а также секретарем.