



**Ритейлеру —**

## О «двигателе торговли»

### Что можно и что запрещено в рекламе товаров

Современную жизнь трудно себе представить без такого явления, как реклама. Без грамотной рекламы практически невозможно продать товар или услугу. Без нее не обходится ни одна теле- или радиопередача, ею пестрят страницы почти всех печатных изданий. В этой статье мы коснемся некоторых аспектов правового регулирования рекламной деятельности в Украине.

#### Принципы рекламы

**В**о-первых, разберемся, что же понимает под рекламой законодатель. Определение рекламы дается в Законе Украины «О рекламе» от 3 июля 1996 года: реклама — информация о лице или товаре, распро-

страненная в любой форме и любым способом, целью которой является сформировать или поддержать информированность потребителей рекламы и их интерес к такому лицу или товару.

При этом под потребителями рекламы следует понимать неопределенный

круг лиц, на которых направлена реклама, а под товаром — любой предмет хозяйственного оборота, в том числе и продукцию, работы, услуги, ценные бумаги, объекты права интеллектуальной собственности (коммерческое наименование, знак для товаров и услуг и т.п.). Кроме того, рекламировать можно и физическое лицо (например, политическая реклама) или юридическое лицо в целом.

Вся реклама в Украине должна соответствовать таким принципам: законность, точность, достоверность, использование форм и средств, которые не причиняют потребителю рекламы вреда. Согласно Закону «...реклама не должна подрывать доверие общества к рекламе и должна соответствовать принципам добросовестной конкуренции. Реклама не должна содержать информации или изображений, которые нарушают этические, гуманистические, моральные нормы, противоречат правилам пристойности. Реклама должна учитывать особенную чувствительность детей и не причинять им вреда».

В соответствии с законодательством Украины о языках языком рекламы является украинский. Однако знаки для товаров и услуг приводятся в рекламе в том виде, в котором им представлена правовая охрана в Украине в соответствии с Парижской конвенцией об охране промышленной собственности. То есть неправильным будет переводить на украинский язык наименование таких торговых марок, как, например, «Три медведя» или «Microsoft».

#### Это — запрещено!

В рекламе запрещается:

- распространять информацию о товарах, производство, оборот или ввоз на таможенную территорию Украины которых запрещены законом;
- размещать утверждения, которые являются дискриминационными по признакам происхождения человека, его социального и имущественного статуса, расовой и национальной принадлежности, пола, образования, политических взглядов, отношения к религии, по языковым признакам, роду и характеру занятий, месту жительства, а также дискредитирующие других лиц;
- подавать сведения или призывать к действиям, которые могут привести к нарушению законодательства, причина-

ют или могут причинить вред здоровью или жизни людей и/или окружающей среде, а также призывают к игнорированию средствами безопасности;

- использовать средства и технологии, которые действуют на подсознание потребителей рекламы;
- приводить утверждения, дискриминационные относительно лиц, которые не пользуются рекламируемым товаром;
- использовать или имитировать изображения Государственного Герба Украины, Государственного Флага Украины, звучания Государственного Гимна Украины, изображения государственных символов других государств и международных организаций, а также официальные названия органов государственной власти Украины, кроме случаев, предусмотренных законом;
- рекламировать товары, которые подлежат обязательной сертификации или производству или реализации которых требует наличия специального разрешения, лицензии, в случае отсутствия соответствующего сертификата, лицензии. Реклама видов деятельности, которые в соответствии с законодательством требуют специального разрешения, лицензии, должна содержать ссылку на номер специального разрешения, лицензии, дату их выдачи и наименование органа, который выдал специальное разрешение, лицензию;
- реклама не должна содержать изображения физического лица или использовать его имя без согласия этого лица; а также имитировать или копировать текст, изображения, музыкальные или звуковые эффекты, которые применяются в рекламе других товаров, если иное не предусмотрено законами Украины в сфере интеллектуальной собственности;
- запрещается рекламировать услуги, связанные с концертной, гастрольной, гастрольно-концертной, конкурсной, фестивальной деятельностью, без информации об использовании или неиспользовании фонограмм исполнителя музыкальных произведений. Эта информация должна занимать на афишах, других рекламных средствах относительно конкретной услуги не меньше 5 процентов общей площади, объема всей рекламы;
- нельзя распространять рекламу (включая анонсы кино- и телефильмов), которая содержит элементы жестокости,

насилия, порнографии, цинизма, унижения людской чести и достоинства. Анонсы фильмов, которые имеют ограничения относительно зрительской аудитории, размещаются только во время, отведенное для показа таких фильмов;

- все документы, необходимые для распространения рекламы, рекламодатель обязан предоставить по требованию распространителя рекламы.

Что касается рекламы о проведении конкурсов, лотерей, розыгрышей призов, то такая реклама должна содержать информацию об условиях, месте и сроках их проведения. Информация о любых изменениях условий, места и сроков проведения конкурсов, лотерей, розыгрышей призов должна подаваться в том же порядке, в котором она была распространена.

#### Завлекая, не вводи в заблуждение

Реклама о снижении цен на продукцию, о распродаже должна содержать сведения о месте, дате начала и окончания снижения цен на продукцию, распродажи, а также о соотношении размера снижения к предыдущей цене реализации товара.

Во время размещения информации о производителе товара и/или товаре в местах, где этот товар реализуется или предоставляется потребителю, не считается рекламой.

Реклама, которая вводит или может ввести в заблуждение потребителей рекламы, причинить вред лицам, государству или обществу вследствие неточности, недостоверности, двусмысленности, преувеличения, замалчивания, нарушения требований относительно времени, места и способа распространения считается недобросовестной и запрещена законом.

Контроль над добросовестностью рекламы в Украине возложен на государственные органы: специально уполномоченный центральный орган исполнительной власти в сфере защиты прав потребителей — относительно защиты прав потребителей; Антимонопольный комитет Украины — относительно соблюдения законодательства о защите экономической конкуренции; Национальный совет Украины по вопросам телевидения и радиовещания — относительно телерадиоорганизаций всех форм собственности; Министерство финансов

Украины — относительно рекламы государственных ценных бумаг; Государственная комиссия по вопросам ценных бумаг и фондового рынка — относительно рекламы на фондовом рынке.

По требованию органов исполнительной власти, на которые возложены функции контроля над соблюдением законодательства о рекламе, рекламодатели, производители и распространители рекламы обязаны предоставлять документы, устные или письменные пояснения, видео- и звукозаписи, а также другую информацию, необходимую для осуществления ими полномочий контроля.

Органы государственной власти обязаны уведомлять рекламодателей, изготовителей и распространителей рекламы о рассмотрении дел о нарушении ими законодательства о рекламе не позднее, чем за три дня до такого рассмотрения, а в неотложных случаях — не позднее, чем за один день.

Рекламодатели, производители и распространители рекламы во время рассмотрения вопроса о нарушении Закона Украины «О рекламе» имеют право:

- присутствовать на заседании органа государственной власти во время рассмотрения вопроса о нарушении ими Закона Украины «О рекламе»;
- подавать необходимые документы, давать пояснения;
- получать копию протокола заседания и решения органа государственной власти, принятого относительно их;
- обжаловать действия или бездействие исполнительного органа контроля и его должностных лиц в суде.

С целью защиты интересов общества, государства, потребителей рекламы и участников рекламного рынка вышестоящие органы государственной власти, такие, как специально уполномоченный центральный орган исполнительной власти в сфере защиты прав потребителей относительно защиты прав потребителей; Антимонопольный комитет Украины относительно соблюдения законодательства о защите экономической конкуренции и другие органы могут обращаться в суд с исками о запрете соответствующей рекламы и ее публичном опровержении.

#### Стойте! Контроль органов.

Важным моментом, на который следует обратить внимание, является то, что контролирующие органы государствен-

ной власти в сфере рекламы имеют право осуществлять проверки соблюдения субъектами предпринимательства законодательства о рекламе только в пределах своих полномочий и в своей сфере (управление защиты прав потребителей — в сфере защиты прав потребителей, Антимонопольный комитет — в сфере защиты экономической конкуренции и т.д.) При этом должны быть соблюдены нормы Указа Президента Украины от 23 июля 1998 года № 817/98 «О некоторых мероприятиях по дерегулированию предпринимательской деятельности» в части проведения плановых и внеплановых выездных проверок.

Постановлением Кабинета Министров от 26 мая 2004 года №693 утвержден порядок наложения штрафов за нарушение законодательства о рекламе.

Согласно этому постановлению штрафы накладываются в таком размере:

- пятикратной стоимости распространенной рекламы — на рекламодателей, виновных в заказе рекламы продукции, производство и/или оборот которой запрещены законом; предоставлении производителю рекламы недостоверной информации, необходимой для ее изготовления; заказе распространения рекламы, запрещенной законом; несоблюдении установленных законом требований относительно содержания рекламы; нарушении порядка распространения рекламы, если она распространяется ими самостоятельно;
- пятикратной стоимости изготовления рекламы — на производителей рекламы, виновных в нарушении прав третьих лиц во время ее изготовления;
- четырехкратной стоимости распространенной рекламы — на распространителей рекламы, виновных в нарушении порядка ее распространения и размещения;
- сто необлагаемых минимумов доходов граждан — на рекламодателей, производителей и распространителей рекламы за непредоставление или предоставление заведомо неправдивой информации относительно стоимости распространения и/или распространения.

Повторное совершение вышеназванных правонарушений в течение 1 года влечет за собой наложение штрафа в двойном размере.

В случае невозможности установления стоимости рекламы, распростра-

ненной с нарушением требований законодательства о рекламе, на рекламодателей и распространителей рекламы налагается штраф в размере до 300 необлагаемых минимумов доходов граждан.

Следует помнить, что отношения, которые возникают в связи со сравнительной рекламой, регулируются законодательством Украины о защите от недобросовестной конкуренции и решения о признании сравнения в рекламе неправомерным принимает Антимонопольный комитет Украины. Ответственность за неправомерное сравнение в рекламе несет рекламодатель.

Стоит отдельно упомянуть о таком виде рекламы, как внешняя реклама. К внешней рекламе относят рекламу, которая размещается на специальных временных и стационарных конструкциях, находящихся на открытой местности, а также на внешних поверхностях домов, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог.

Размещение внешней рекламы в населенных пунктах осуществляется на основании разрешений исполнительных органов сельских, поселковых, городских советов, в порядке, установленном этими органами и на основании типовых правил, утвержденных Кабинетом Министров Украины (Постановление Кабинета Министров Украины от 29 декабря 2003 года №2067). При выдаче разрешений вмешательство в форму и содержание рекламы, а также взимание платы за выдачу такого разрешения запрещаются.

Внешняя реклама на территориях, домах и сооружениях размещается с согласия их собственников или уполномоченных ими органов.

Внешняя реклама должна соответствовать определенным требованиям, как то:

- размещаться с соблюдением требований техники безопасности и с обеспечением видимости дорожных знаков, светофоров, перекрестков, пешеходных переходов, остановок транспорта общественного пользования и не воспроизводить изображения дорожных знаков;
- освещение внешней рекламы не должно ослеплять участников дорожного движения, а также не должно освещать квартиры жилых домов;
- фундаменты наземной внешней

рекламы, выступающей над поверхностью земли, могут быть декоративно оформлены;

- опоры наземной внешней рекламы, размещенной вдоль проезжей части улиц и дорог, должны иметь вертикальную дорожную разметку, нанесенную светоотражающими материалами, высотой до 2 метров над поверхностью земли;
- нижний край внешней рекламы, размещенной над проезжей частью, в том числе на мостах, эстакадах, должен размещаться на высоте не менее 5 метров над поверхностью дорожного покрытия;
- в местах, где проезжая часть улицы граничит с цоколями сооружений или заграждениями, внешняя реклама может размещаться в одну с ними линию.

Запрещается размещать средства внешней рекламы: на пешеходных дорожках и аллеях; в населенных пунктах на высоте меньше 5 метров от поверхности дорожного покрытия, если их рекламная поверхность выступает за границы края проезжей части; вне населенных пунктов на расстоянии меньше 5 метров от края проезжей части.

Размещение внешней рекламы на памятках и в пределах зон охраны памятков национального или местного значения, в пределах объектов природно-заповедного фонда разрешается по согласованию с центральными или местными органами исполнительной власти в сфере охраны культурного наследия.

В последнее время популярным стало размещать рекламу товара на транспорте. Такая реклама может размещаться на территории предприятий транспорта общественного пользования, метрополитена, внешней и внутренней поверхностях транспортных средств и сооружений предприятий транспорта общественного пользования и метрополитена.

Размещение рекламы на транспорте согласовывается только с собственниками объектов транспорта или уполномоченными ими органами. При этом запрещается вмешательство в форму и содержание рекламы.

Размещение рекламы на транспорте должно отвечать требованиям безопасности и правил дорожного движения. Если эти два условия соблюдены, требовать от собственников транспортных

средств получения разрешений, согласований, других документов относительно размещения рекламы запрещено.

Вместе с тем нельзя размещать на транспортных средствах:

- рекламу, которая повторяет или имитирует цветографические схемы специальных и оперативных транспортных средств (машины скорой помощи, пожарные машины и т.п.);
- рекламу с нанесением светоотражающих материалов;
- рекламу, которая сопровождается звуковыми или световыми сигналами.

Запрещается размещать рекламу на стеклянных (прозрачных) поверхностях транспортных средств, за исключением случаев, когда для этого используются материалы, которые обеспечивают беспрепятственный обзор из салона транспортного средства.

Запрещается распространение рекламы посредством радиотрансляционных или других звуковых сетей оповещения пассажиров в транспортных средствах общественного пользования, на станциях метрополитена, вокзалах, в портах и аэропортах, за исключением социальной рекламы.

#### «Киндер» должен быть без сюрприза

Отдельно хотелось бы упомянуть о «взаимоотношениях» рекламы и детей. В Украине запрещено рекламировать продукцию: с использованием изображений детей, употребляющих или использующих продукцию, предназначенную только для взрослых или запрещенную законом для приобретения или употребления несовершеннолетними; с информацией, которая может подорвать авторитет родителей, педагогов и доверие к ним детей; с призывом к детям приобрести продукцию или обратиться к третьим лицам с просьбой совершить покупку; с использованием изображений настоящего или игрушечного оружия, взрывных устройств.

Реклама не должна содержать изображения детей в опасных ситуациях или при обстоятельствах, которые в случае их имитации могут причинить вред детям или другим лицам, а также информации, способной вызвать небрежное отношение детей к опасным для здоровья и жизни ситуациям. Реклама не должна причинять детям морального

или физического вреда, вызывать у них чувство неполноценности.

Реклама не должна указывать на возможность приобретения рекламируемого товара, рассчитанного преимущественно на детей, каждой семьей независимо от семейного бюджета, а также не должна создавать у детей впечатления, что владение рекламируемой продукцией дает им преимущество над другими детьми.

Законодательство Украины о рекламе весьма обширно, поэтому осветить все аспекты правового регулирования рекламной деятельности в одной статье весьма проблематично. Тем не менее мы постарались остановиться на основных моментах, которые могут интересовать рекламодателей в первую очередь. Существует множество нюансов, связанных с рекламой отдельных видов продукции (алкоголя, табачных изделий, медикаментов), так что, возможно, в одной из будущих публикаций мы вернемся к теме рекламы еще раз.



**Большой рост обеспечивает хороший обзор**

**Хороший обзор открывает новые перспективы**

15 выставочных павильонов: 200 000 кв.м, 1 600 экспонентов из 50 стран мира, 91 000 посетителей из 93 стран, 20 специализированных мероприятий и конгрессов.5 дней, полных инноваций и вдохновения. **Добро пожаловать на выставку EuroShop 2008 – лидирующую в мире выставку средств производства для розничной торговли и её партнёров!**

**EuroShop**

The Global Retail Trade Fair

23-27 февраля 2008 г., г. Дюссельдорф, Германия

[www.euroshop.de](http://www.euroshop.de)

Спонсор:

**EHI** Retail Institute

[www.ehi.org](http://www.ehi.org)

ООО «Экспо Альянс»  
ул. М. Расковой, 11-А  
02660, г. Киев  
тел.: (044) 490 53 27  
(050) 414 70 54  
факс: (044) 490 53 28  
[expoalliance@svitonline.com](mailto:expoalliance@svitonline.com)



Messe  
Düsseldorf