**ВОПРОС: Каков порядок размещения (распространения) рекламы в лифте? С кем надо согласовать такое размещение? Кто устанавливает стоимость размещения (распространения) рекламы?**

**ОТВЕТ:**Вопросы использования общего имущества для размещения (распространения) рекламы внутри зданий (сооружений) – общего имущества совместного домовладения, не регламентируются законодательством о рекламе.

В соответствии с пунктом 2 статьи 176 Жилищного кодекса Республики Беларусь (далее – ЖК) по договору управления общим имуществом одна сторона (организация, управляющая общим имуществом, уполномоченное лицо) по поручению другой стороны (участника совместного домовладения) за плату обязуется оказывать услуги и выполнять работы по содержанию, техническому обслуживанию и текущему ремонту общего имущества, организовывать предоставление жилищно-коммунальных услуг участникам совместного домовладения, **осуществлять иную деятельность, направленную на достижение целей управления общим имуществом**.

В соответствии с пунктом 1 Типового договора управления общим имуществом, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь 11 апреля 2011 года № 469, Исполнитель (уполномоченное лицо по управлению общим имуществом) предоставляет потребителю **услуги по управлению общим имуществом**, обеспечению благоприятных и безопасных условий для проживания граждан, **надлежащему содержанию общего имущества, а также решению вопросов пользования этим имуществом** и предоставлению жилищно-коммунальных услуг.

Учитывая изложенное, Министерство антимонопольного регулирования и торговли полагает, что в рамках заключенных с потребителями договоров на управление общим имуществом КУП ЖКХ может от имени потребителей заключать договоры на предоставление в кабинах подъемных устройств, лифтах, являющихся общим имуществом, мест для размещения (распространения) рекламы.

Вместе с тем, учитывая то, что вопросы размещения (распространения) рекламы с использованием общего имущества, а также цели и порядок использования денежных средств от размещения (распространения) рекламы, как правило, имеют большое значение для собственников общего имущества, рекомендуем решения по таким вопросам принимать, руководствуясь частью первой статьи 180 ЖК, т.е. общим собранием участников совместного домовладения и размещать (распространять) рекламу с использованием общего имущества только с согласия простого большинства от общего количества участников совместного домовладения.

В соответствии со статьей 577 Гражданского кодекса Республики Беларусь по договору аренды (имущественного найма) арендодатель (наймодатель) обязуется **предоставить** арендатору (нанимателю) **имущество** за плату во временное владение и пользование или во временное пользование.

Вместе с тем, полагаем, что предоставление мест для размещения рекламных конструкций (например, настенных стендов и т.п.) на стенках кабин подъемных устройств, лифтов, являющихся общим имуществом, по своей сути не является арендой, т.к. кабины подъемных устройств, лифтов КУП ЖКХ не передают владельцу рекламных конструкций во временное владение и пользование или во временное пользование, а лишь предоставляют возможность разместить рекламную конструкцию и предоставить доступ для размещения (распространения) рекламы на ней.

В соответствии со статьей 29¹ Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» к отношениям сторон по договору о размещении (распространении) рекламы, за исключением отношений сторон по договору, предусматривающему размещение (распространение) рекламы на безвозмездной основе, **применяются правила о договоре возмездного оказания услуг**, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

Вопросы расчетов стоимости по рассматриваемым услугам, определение счетов для аккумулирования денежных средств от использования общего имущества – кабин подъемных устройств, лифтов, для размещения (распространения) рекламы, порядок распоряжения этими денежными средствами не регламентируются законодательством о рекламе; при их решении следует руководствоваться законодательством, регламентирующим финансово-хозяйственную деятельность КУП ЖКХ и Гражданским кодексом Республики Беларусь.

Одновременно полагаем необходимым отметить следующее. Министерство антимонопольного регулирования и торговли, как республиканский орган государственного управления, реализующий государственную политику в области защиты прав потребителей, полагает, что денежные средства от использования общего имущества – кабин подъемных устройств, лифтов, для размещения (распространения) рекламы должны использоваться в интересах собственников этого имущества.

**ВОПРОС: Запрещено ли законодательством размещение сюжетов, которые не являются рекламными: личные поздравления с праздниками (день рождения), событиями в жизни (окончание университета) и т.д.?**

**ОТВЕТ:**

В соответствии со статьей 2 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» под средством наружной рекламы понимается техническое средство, специально предназначенное и используемое либо специально не предназначенное, но используемое для размещения (распространения) наружной **рекламы**, за исключением транспортного средства.

Таким образом, законодательство о рекламе предусматривает использование средств наружной рекламы исключительно для целей размещения (распространения) рекламы, в том числе социальной.

Использование указанных средств в иных целях, в том числе для размещения информации нерекламного характера, не предусматривается.

**ВОПРОС: Должен ли рекламораспространитель-оператор наружной рекламы контролировать соответствие сюжетов законодательству и проводить их оценку?**

**ОТВЕТ:**

В соответствии с пунктом 5 статьи 26 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» (далее – Закон) ненадлежащая реклама, в том числе ненадлежащая наружная реклама, не допускается.

Закон специально не регулирует вопросы распределения ответственности между рекламодателем и рекламораспространителем.

Вместе с тем, исходя из понятия рекламодателя и рекламораспространителя, предусмотренного статьей 2 Закона, принципа личной виновной ответственности и сложившейся правоприменительной практики, при размещении (распространении) ненадлежащей наружной рекламы указанные лица будут нести предусмотренную законодательством ответственность в следующем порядке:

* рекламодатель как источник рекламной информации – за действия, связанные с созданием и выпуском в свет рекламы, содержание которой не соответствует законодательству о рекламе;
* рекламораспространитель – за действия, связанные с размещением (распространением) ненадлежащей рекламы.

Предусмотренная законодательством ответственность за ненадлежащую наружную рекламу представляет собой (статьи 12.15 и 23.1 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях, статьи 8, 9 и 30 Закона, пункты 20 и 21 Положения о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 (далее – Положение)):

* применительно к рекламодателю

1) вынесение уполномоченным государственным органом предписания об устранении выявленного нарушения (путем приведения рекламы в соответствие с законодательством или ее прекращения в установленные сроки);  
2) привлечение к административной ответственности за неисполнение (ненадлежащее или несвоевременное исполнение) предписания об устранении выявленного нарушения;  
3) привлечение к административной ответственности за ненадлежащую рекламу.

* применительно к рекламораспространителю

1) вынесение уполномоченным государственным органом предписания об устранении выявленного нарушения (путем прекращения размещения (распространения) ненадлежащей рекламы в установленные сроки);

2) привлечение к административной ответственности за неисполнение (ненадлежащее или несвоевременное исполнение) предписания о прекращении размещения (распространения) ненадлежащей рекламы;

3) в случае не прекращения размещения (распространения) ненадлежащей рекламы в установленные сроки – прекращение размещения (распространения) ненадлежащей рекламы соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом посредством демонтажа средства наружной рекламы;

4) в случае неоднократного (два и более раза) в течение года размещения (распространения) ненадлежащей рекламы, что подтверждается вынесением уполномоченными государственными органами соответствующих предписаний, либо расторжения договора, заключенного в соответствии с пунктом 16 Положения, в связи с неисполнением обязательств по договору или по иным законным основаниям – аннулирование разрешения на размещение средства наружной рекламы с последующим демонтажем такого средства.

При этом рекламораспространитель вправе потребовать от рекламодателя, предоставившего ненадлежащую рекламу, возмещения убытков, понесенных в связи с размещением (распространением) такой рекламы, при наличии в гражданско-правовом договоре, заключенном между указанными лицами, соответствующих условий.

В связи с отменой административной процедуры по согласованию содержания наружной рекламы рекламораспространителям-операторам наружной рекламы следует более ответственно подходить к процессу размещения (распространения) наружной рекламы не только во избежание ответственности, но и во избежание введения населения в заблуждение ненадлежащей рекламой, доведения до него недостоверной, неэтичной или иной ненадлежащей рекламы посредством сети рекламоносителей.

**ВОПРОС: Каков порядок размещения (распространения) рекламы в лифте? С кем надо согласовать такое размещение? Кто устанавливает стоимость размещения (распространения) рекламы?**

**ОТВЕТ:**Вопросы использования общего имущества для размещения (распространения) рекламы внутри зданий (сооружений) – общего имущества совместного домовладения, не регламентируются законодательством о рекламе.

В соответствии с пунктом 2 статьи 176 Жилищного кодекса Республики Беларусь (далее – ЖК) по договору управления общим имуществом одна сторона (организация, управляющая общим имуществом, уполномоченное лицо) по поручению другой стороны (участника совместного домовладения) за плату обязуется оказывать услуги и выполнять работы по содержанию, техническому обслуживанию и текущему ремонту общего имущества, организовывать предоставление жилищно-коммунальных услуг участникам совместного домовладения, **осуществлять иную деятельность, направленную на достижение целей управления общим имуществом**.

В соответствии с пунктом 1 Типового договора управления общим имуществом, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь 11 апреля 2011 года № 469, Исполнитель (уполномоченное лицо по управлению общим имуществом) предоставляет потребителю **услуги по управлению общим имуществом**, обеспечению благоприятных и безопасных условий для проживания граждан, **надлежащему содержанию общего имущества, а также решению вопросов пользования этим имуществом** и предоставлению жилищно-коммунальных услуг.

Учитывая изложенное, Министерство антимонопольного регулирования и торговли полагает, что в рамках заключенных с потребителями договоров на управление общим имуществом КУП ЖКХ может от имени потребителей заключать договоры на предоставление в кабинах подъемных устройств, лифтах, являющихся общим имуществом, мест для размещения (распространения) рекламы.

Вместе с тем, учитывая то, что вопросы размещения (распространения) рекламы с использованием общего имущества, а также цели и порядок использования денежных средств от размещения (распространения) рекламы, как правило, имеют большое значение для собственников общего имущества, рекомендуем решения по таким вопросам принимать, руководствуясь частью первой статьи 180 ЖК, т.е. общим собранием участников совместного домовладения и размещать (распространять) рекламу с использованием общего имущества только с согласия простого большинства от общего количества участников совместного домовладения.

В соответствии со статьей 577 Гражданского кодекса Республики Беларусь по договору аренды (имущественного найма) арендодатель (наймодатель) обязуется **предоставить** арендатору (нанимателю) **имущество** за плату во временное владение и пользование или во временное пользование.

Вместе с тем, полагаем, что предоставление мест для размещения рекламных конструкций (например, настенных стендов и т.п.) на стенках кабин подъемных устройств, лифтов, являющихся общим имуществом, по своей сути не является арендой, т.к. кабины подъемных устройств, лифтов КУП ЖКХ не передают владельцу рекламных конструкций во временное владение и пользование или во временное пользование, а лишь предоставляют возможность разместить рекламную конструкцию и предоставить доступ для размещения (распространения) рекламы на ней.

В соответствии со статьей 29¹ Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» к отношениям сторон по договору о размещении (распространении) рекламы, за исключением отношений сторон по договору, предусматривающему размещение (распространение) рекламы на безвозмездной основе, **применяются правила о договоре возмездного оказания услуг**, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

Вопросы расчетов стоимости по рассматриваемым услугам, определение счетов для аккумулирования денежных средств от использования общего имущества – кабин подъемных устройств, лифтов, для размещения (распространения) рекламы, порядок распоряжения этими денежными средствами не регламентируются законодательством о рекламе; при их решении следует руководствоваться законодательством, регламентирующим финансово-хозяйственную деятельность КУП ЖКХ и Гражданским кодексом Республики Беларусь.

Одновременно полагаем необходимым отметить следующее. Министерство антимонопольного регулирования и торговли, как республиканский орган государственного управления, реализующий государственную политику в области защиты прав потребителей, полагает, что денежные средства от использования общего имущества – кабин подъемных устройств, лифтов, для размещения (распространения) рекламы должны использоваться в интересах собственников этого имущества.

**Вопрос:**

**О рекламных конструкциях, размещаемых без оформления разрешения**

**Ответ:**

Положением о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь 12 ноября 2007 г. № 1497 (далее – Положение), установлен **Перечень средств наружной рекламы, на размещение которых не требуется получение разрешения** (далее – Перечень):

1. Вывески;
2. Совмещенные с рекламой зонты, навесы, тенты, роллеты, ограждения, используемые при организации работы мелкорозничной торговой сети (мини-кафе, летних, сезонных кафе, палаток, киосков и другого), навесы над оконными проемами на зданиях (сооружениях);
3. Совмещенные с рекламой передвижные средства развозной и разносной торговли и размещенное снаружи оборудование торговых объектов и объектов обслуживания, включая банкоматы;
4. Витрины торговых объектов и объектов обслуживания, в которых размещены образцы реализуемых в этих объектах товаров, результатов работ, услуг и (или) информация об этих товарах, работах, услугах, за исключением витрин, в которых размещена информация о скидках на такие товары, работы, услуги, игорных заведениях, азартных играх, товарных знаках или знаках обслуживания, используемых для обозначения алкогольных напитков, пива, слабоалкогольных напитков, табачных изделий или иных товаров, работ, услуг, ограниченных или запрещенных к рекламированию;
5. Плакатницы и иные выносные рекламные конструкции с площадью рекламного поля до 1 квадратного метра, иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 0,5 квадратного метра, за исключением кронштейнов и средств наружной рекламы, располагаемых в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог, красных линий улиц, дорог и площадей населенных пунктов;
6. Средства наружной рекламы на территории рынков, за исключением средств наружной рекламы, размещаемых операторами наружной рекламы, и щитов с площадью рекламного поля 18 квадратных метров и более;
7. Средства наружной рекламы, размещаемые в границах территории, отведенной под выездные ярмарки, передвижные аттракционы, цирки, зоопарки, театры и иные культурно-зрелищные мероприятия вне зданий, срок проведения которых не превышает 15 дней, и содержащие рекламу этих мероприятий;
8. Средства наружной рекламы, размещаемые на зданиях (сооружениях) объектов придорожного сервиса;
9. Технические средства на автозаправочных станциях с информацией о цене топлива, содержащие помимо предусмотренной законодательством информации наименование, логотип, товарный знак или знак обслуживания владельца автозаправочной станции;
10. Технические средства с информацией о юридических лицах, ведущих лесное хозяйство, размещаемые на землях лесного фонда.

***Примечание:***

*В соответствии с пунктом 4 Положения все перечисленные в Перечне средства наружной рекламы потребуют оформления паспорта, если они размещаются на поверхности зданий (сооружений), являющихся историко-культурными ценностями, либо в зонах их охраны.*

Как видно из приведенного Перечня, вывески, витрины, плакатницы и иные выносные рекламные конструкции включены в него. Что это означает для рекламодателя (при размещении таких средств наружной рекламы он же является и рекламораспространителем)?

Из самого наименования Перечня следует, что информация, размещаемая (распространяемая) на этих средствах, является наружной рекламой.

Таким образом, на перечисленные в Перечне средства наружной рекламы, не нужно получать разрешение (оформлять паспорт).

Принимая во внимание то, что разрешения (паспорта) на указанные в Перечне средства наружной рекламы не оформляются, соответственно, с местным исполнительным и распорядительным органом не заключается и договор на размещение (распространение) наружной рекламы. Это означает, что размещение включенных в Перечень средств наружной рекламы не требует внесения платы в местные бюджеты за использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях. Т.е. вывески, витрины, плакатницы и иные выносные рекламные конструкции рекламодатель может размещать бесплатно.

На практике часто возникают вопросы: рекламная конструкция с какой информацией будет являться вывеской? Что можно размещать в витрине без получения разрешения? Какие средства наружной рекламы подпадают под определение плакатницы или иной выносной конструкции?

В соответствии с абзацем 3 пункта 2 Положения вывеска – техническое средство, имеющее площадь рекламного поля не более 5,5 квадратного метра, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) информации на русском или белорусском языке о наименовании (фирменном наименовании) организации, ее обособленного подразделения, фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) гражданина, реализующих населению товары, виде, типе и (или) названии принадлежащего им торгового объекта, объекта обслуживания или производственного объекта, товарном знаке или знаке обслуживания (при его наличии), группе товаров («продукты», «напитки», «овощи» и так далее) или виде работ, услуг («пошив одежды», «ремонт обуви» и так далее), режиме их работы и (или) иной информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таком техническом средстве возложена на организации или граждан законодательством, закрепляемое на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность соответствующие организация, ее обособленное подразделение или гражданин, за исключением технического средства, закрепляемого консольно.

Из приведенного определения следует, что вывеской будет являться техническое средство наружной рекламы, которое обладает следующими признаками:

1. площадь информационного поля составляет не более 5,5 квадратного метра;
2. предназначена и используется для размещения (распространения) на русском или белорусском языке информации о:

наименовании (фирменном наименовании) организации, ее обособленного подразделения, фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) гражданина, реализующих населению товары;

виде, типе и (или) названии принадлежащего им торгового объекта, объекта обслуживания или производственного объекта;

товарном знаке или знаке обслуживания (при его наличии);

группе товаров («продукты», «напитки», «овощи» и так далее) или виде работ, услуг («пошив одежды», «ремонт обуви» и так далее);

режиме их работы и (или) иной информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таком техническом средстве возложена на организации или граждан законодательством;

1. закреплена (но не консольно) на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность соответствующие организация, ее обособленное подразделение или гражданин.

Следует особо отметить, что вывеской может являться только такое техническое средство, на котором информация до потребителя доводится на русском или белорусском языке. Это соотносится с аналогичными требованиями статьи 8 Закона Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей» о доведении до потребителей информации о продавце или исполнителе на русском или белорусском языке.

Только перечисленная информация может размещаться на вывеске. Размещение на ней любой иной информации, не перечисленной в приведенном определении, сделает вывеску вывеской рекламного характера, размещение которой требует и получения разрешения, и оплаты.

Вывеска отличается от вывески рекламного характера по двум критериям:

по размеру площади информационного поля;

по содержанию информации.

Так, вывеска превратится в вывеску рекламного характера, если площадь ее информационного поля будет больше 5,5 квадратных метра (даже при наличии лишь предусмотренной в определении вывески информации и размещении вдоль поверхности здания, в котором осуществляет деятельность субъект хозяйствования).

Не будет вывеской и конструкция с перечисленной информацией площадью не больше 5,5 квадратных метра, если она закреплена на здании (сооружении) консольно (т.е. крепится к поверхности здания только одной стороной под углом, например, перпендикулярно стене здания (консольно закрепленная конструкция в силу Положения является средством наружной рекламы – кронштейном, требующим получения разрешения и оплаты).

Размещение рекламы в витринах торговых объектов и объектов обслуживания также не требует получения разрешения и внесения платы, если в этих витринах размещены:

образцы реализуемых в этих объектах товаров, результатов работ, услуг;

информация об этих товарах, работах, услугах (к такой информации могут относиться: наименование их производителя, исполнителя или продавца; изображения товарных знаков (знаков обслуживания); наименования групп или видов товаров; указание стоимости товаров, работ, услуг; описание их потребительских свойств, наименование интернет-сайта, на котором содержатся сведения об этих товарах и другие сведения).

***Примечание:***

*Согласно пункту 2 Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Беларусь 22 июля 2014 г. № 703, витрина – это пространство между оконными рамами, застекленный прилавок, шкаф или стенд, используемые для демонстрации товаров, продукции общественного питания. Определение этого термина следует учитывать при оформлении витрины. Так, если перечисленная информация размещена между оконными рамами или нанесена на стекло снаружи краской или клейкой пленкой, это будет являться наружной рекламой, не требующей оформления разрешения и внесения платы. Если же окна торгового объекта или объекта обслуживания закрыты конструкциями (например, металлические рамки, на которые натянуты баннеры), они будут являться рекламными конструкциями, не включенными в Перечень, и, соответственно, в силу статьи 13 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» (далее – Закон) должны размещаться только при наличии паспорта средства наружной рекламы.*

Однако из этого правила есть исключения: разрешение и внесение платы потребуется, если в витринах размещена информация о:

скидках на такие товары, работы, услуги;

игорных заведениях, азартных играх;

товарных знаках или знаках обслуживания, используемых для обозначения алкогольных напитков, пива, слабоалкогольных напитков, табачных изделий или иных товаров, работ, услуг, ограниченных или запрещенных к рекламированию.

Так, например, если в витрине магазина разместить информацию о размере скидок, потребуется оформление паспорта средства наружной рекламы – витрины, а также внесение платы в местный бюджет. Аналогичная ситуация сложится, если в витрине магазина, реализующего пиво, разместить изображение товарного знака, используемого для обозначения пива определенного производителя. Размещение в витрине магазина, реализующего алкогольные напитки, например, изображения товарного знака, служащего для обозначения этих напитков, не допускается, поскольку в соответствии с пунктом 1 статьи 17 Закона наружная реклама алкогольных напитков запрещена.

Плакатницы и иные выносные рекламные конструкции с площадью рекламного поля до 1 квадратного метра, иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 0,5 квадратного метра также могут размещаться без оформления разрешения в органах местной исполнительной власти, если они располагаются за пределами придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог, красных линий улиц, дорог и площадей населенных пунктов.

В соответствии с пунктом 2 Положения плакатница и иная выносная рекламная конструкция – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, расположенное на земельном участке, крыльце, балконе или крыше здания (сооружения), но не закрепленное на них, и имеющее одно или несколько рекламных полей, за исключением тумбы.

Из этого определения и пункта 5 Перечня следует, что не потребуется оформлять размещение конструкций, которые соответствуют следующим критериям:

являются техническими средствами, специально предназначенными и используемыми для размещения (распространения) наружной рекламы;

имеют площадь рекламного поля до 1 квадратного метра;

расположены на земельном участке, крыльце, балконе или крыше здания (сооружения), но не закреплены на них;

имеют по одному или несколько рекламных полей;

располагаются вне пределов придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог, красных линий улиц, дорог и площадей населенных пунктов;

не размещаются на поверхности зданий (сооружений), являющихся историко-культурными ценностями, либо в зонах их охраны.

***Примечание:***

*В соответствии с пунктом 2 Положения рекламное поле – поверхность средства наружной рекламы, которая может быть использована для нанесения (воспроизведения) наружной рекламы. Это означает, что в площадь рекламного поля не засчитывается, например, металлический каркас (рамка) самой конструкции. Вместе с тем, в площадь рекламного поля плакатницы засчитывается вся поверхность, на которой****может быть****размещена реклама, а не только та, которая фактически занята рекламой.*

Плакатница может быть как с одним рекламным полем, так и с двумя – с каждой стороны конструкции по рекламному полю. При этом, при наличии, например, двух рекламных полей для решения вопроса об отнесении конструкции к плакатнице или иной выносной рекламной конструкции (т.е. к техническому средству наружной рекламы, не требующему оформления разрешения) площади рекламных полей не суммируются.

Разновидностью плакатницы или выносной рекламной конструкции является штендер. Согласно интернет-источникам под штендером понимается переносная небольшая конструкция наружной рекламы (одно или двусторонняя, выполненная в виде раскладного «домика»), которая устанавливается на улице в непосредственной близости от компании-рекламодателя, небольшой рекламный щит. Исходя из такого понимания, и при соответствии приведенным выше критериям, штендер также не потребует оформления документов на размещение.

К плакатнице или штендеру (при соответствии приведенным признакам) также будут относиться и рекламные конструкции, содержащие информацию о меню, напитках и т.д., которые обычно перед входом в кафе выставляют их владельцы.

***Примечание:***

*В силу статьи 2 Закона:*

*рекламой является информация, обладающая следующими признаками в совокупности:*

*содержит сведения об объекте рекламирования;*

*распространяется в любой форме с помощью любых средств;*

*направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и (или) его продвижение на рынке.*

*объект рекламирования - продукция, товар, работа или услуга, организация или гражданин, права, охраняемые законом интересы или обязанности организаций или граждан, средства индивидуализации организаций или граждан, товаров, результаты интеллектуальной деятельности, конкурсы, лотереи, игры, иные игровые, рекламные и иные мероприятия, пари, явления (мероприятия) социального характера.*

*Так, например, владелец кафе написал на плакатнице наименования и стоимость некоторых блюд из меню. В данном случае объектом рекламирования являются предлагаемые этим кафе блюда; информация об объекте рекламирования распространяется посредством наружной рекламы; целью размещения на плакатнице этой информации является привлечение внимания потребителей. Информация о наименовании кафе и указатель в виде стрелочки, размещенные на плакатнице, также будет являться рекламой, т.к. имеется объект рекламирования – наименование объекта обслуживания.*

Из пункта 5 Перечня следует также, что не требуется оформление разрешения на размещение иных средств наружной рекламы с площадью рекламного поля до 0,5 квадратного метра. В данном случае речь идет уже не о выносных рекламных конструкциях, а об иных средствах наружной рекламы. В качестве примера таких средств можно привести рекламные конструкции на автозаправочных станциях (как правило, они размещены непосредственно на бензоколонках), представляющие из себя рамки, в которых рекламодатель размещает рекламу.

Если же средство наружной рекламы не относится к техническим средствам, приведенным в Перечне, его владелец должен получить разрешение на его размещение. Для этого необходимо обратиться в местный исполнительный и распорядительный орган (или уполномоченную им организацию), на территории которого планируется к установке средство наружной рекламы, с заявлением и документами, перечисленными в подпункте 9.11.1 Единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь 17 февраля 2012 г. № 156

**ВОПРОС**

**Допускается ли размещение средств наружной рекламы на остановке общественного транспорта, расположенной в пределах полосы отвода автомобильной дороги?**

**Ответ:**

Согласно пункту 3 статьи 13 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» и абзаца шестого пункта 7 Положения о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. №1497, **размещение средства наружной рекламы в пределах полосы отвода автомобильных и железных дорог не допускается.**

На основании изложенного, не допускается размещение средств наружной рекламы, в том числе на остановочных пунктах общественного транспорта, расположенных в пределах полосы отвода автомобильных дорог.

**Вопрос:**

**Необходимо ли получать разрешение (оформлять паспорт) местного исполнительного и распорядительного органа для размещения вывески на торговом объекте или объекте обслуживания? Может ли быть несколько вывесок на одном здании? Может ли быть вывеска в виде электронного табло?**

**Ответ:**

Согласно пункту 2 Положения о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 (далее - Положение):

вывеска – это техническое средство, имеющее площадь рекламного поля не более 5,5 квадратного метра, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) информации на русском или белорусском языке о наименовании (фирменном наименовании) организации, ее обособленного подразделения, имени гражданина, реализующих населению товары (работы, услуги), виде, типе и (или) названии принадлежащего им торгового объекта, объекта обслуживания или производственного объекта, товарном знаке или знаке обслуживания (при его наличии), группе товаров или виде работ, услуг, режиме их работы и (или) иной информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таком техническом средстве возложена на организации или граждан законодательством, закрепляемое на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность соответствующие организация, ее обособленное подразделение или гражданин, за исключением технического средства, закрепляемого консольно;

вывеска рекламного характера - это техническое средство, имеющее площадь рекламного поля более 5,5 квадратного метра, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) информации, указанной в определении «вывеска», а также техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) иной информации об организации, ее обособленном подразделении или гражданине, не указанной в определении «вывеска», закрепляемое на здании (сооружении), в котором осуществляет деятельность соответствующая организация, ее обособленное подразделение или гражданин, вдоль его поверхности.

Положением установлен Перечень средств наружной рекламы, на размещение которых не требуется получение разрешения (далее - Перечень). Вывески включены в этот Перечень (**за исключением средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны**).

Таким образом, для размещения вывески не требуется оформление разрешения (паспорта) и заключение договора с местным исполнительным и распорядительным органом, предусматривающих оплату за использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

В качестве вывески, не требующей оформления разрешения (паспорта) и заключения договора с местным исполнительным и распорядительным органом, предусматривающего оплату за использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях), при наличии одного входа в торговый объект (объект обслуживания), может размещаться на здании (сооружении), в котором находится данный объект, лишь одно техническое средство наружной рекламы, соответствующее критериям вывески, определенным в пункте 2 Положения. Другое техническое средство будет являться вывеской рекламного характера, и должно размещаться на основании выданного разрешения (паспорта) и заключенного договора с местным исполнительным и распорядительным органом, предусматривающего оплату за использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

Также будет являться вывеской рекламного характера, например, техническое средство с площадью рекламного поля более 5,5 квадратных метра и содержащее информацию на иностранном языке либо иную информацию, не указанную в определении «вывески».

***Справочно****.*

*Согласно требованиям пункта 2 статьи 10 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» реклама на территории Республики Беларусь размещается (распространяется) на белорусском и (или) русском языках. Данное положение не распространяется на рекламу товарных знаков и (или) знаков обслуживания. В рекламе допускается использование наряду с белорусским и (или) русским языками иностранного языка при условии идентичности по содержанию и техническому оформлению текста на иностранном языке тексту на белорусском и (или) русском языках.*

*Таким образом, текст на иностранном языке в вывеске может использоваться в рекламе без идентичного текста на русском и (или) белорусском языках, в том случае, если он является зарегистрированным товарным знаком и (или) знаком обслуживания.*

При этом, в приведенном определении «вывески», а также в законодательстве о рекламе отсутствуют какие-либо требования и (или) ограничения по форме технического исполнения вывески. Это означает, что рекламодатель имеет право самостоятельно решать вопрос о том, из каких материалов, с помощью каких средств изготавливать вывеску (т.е. использовать ли для доведения до потребителей электронное табло или изготавливать вывеску в форме статичных букв, использовать ли подсветку и т.д.).

Учитывая изложенное, электронное табло может являться вывеской, если оно:

* имеет площадь информационного поля не более 5,5 квадратного метра;
* содержит только перечисленную в определении вывески информацию (всю или частично) исключительно на русском и (или) белорусском языках;
* закреплено (но не консольно) на здании (сооружении), в котором организация, разместившая электронное табло, и (или) ее обособленное подразделение, осуществляют деятельность.

Рассматриваемое электронное табло будет являться вывеской только при условии отсутствия на здании (сооружении), в котором размещается торговый объект (объекта обслуживания), иных технических средств этой организации и (или) ее объекта, содержащих информацию, перечисленную в определении вывески.

Кроме того, обращаем внимание, что в соответствии с частью 1 статьи 210 Гражданского кодекса Республики Беларусь собственнику принадлежат права владения, пользования и распоряжения своим имуществом. Это означает, что для размещения любого средства наружной рекламы необходимо получение согласия **собственника места ее размещения**.

**Вопрос:**

**Какими договорами должны быть оформлены отношения между индивидуальным предпринимателем, планирующим размещение рекламы третьих лиц на фасаде здания, и собственником здания, а также между индивидуальным предпринимателем и лицами, рекламу которых предприниматель планирует размещать на фасаде здания? Требуется ли в данной ситуации заключение договора с местной администрацией?**

**Ответ:**

В силу нормативных предписаний абзацев четвертого и семнадцатого статьи 2 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) техническое средство, закрепляемое на внешней стороне (фасаде) здания для размещения (распространения) наружной рекламы, является средством наружной рекламы.

В соответствии с абзацем четырнадцатым статьи 2 Закона о рекламе субъект хозяйствования, включая индивидуального предпринимателя, предоставляющий и (или) использующий средство наружной рекламы для размещения (распространения) рекламы, является рекламораспространителем.

Согласно пункту 2 статьи 13 Закона о рекламе размещение рекламораспространителем средства наружной рекламы допускается на основании разрешения, выданного соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом (далее – разрешение).

Порядок осуществления административной процедуры по выдаче разрешения регламентируется:

* абзацами вторым и третьим подпункта 4.6 пункта 4 Декрета Президента Республики Беларусь от 23 ноября 2017 г. № 7 «О развитии предпринимательства»;
* Законом Республики Беларусь от 28 октября 2008 г. № 433-З «Об основах административных процедур»;
* статьей 13 Закона о рекламе;
* Положением о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 (далее – Положение);
* пунктом 9.11.1 единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156 (далее – единый перечень административных процедур).

Подпунктом 9.11.1 единого перечня административных процедур предусмотрен исчерпывающий перечень документов, предоставляемых рекламораспространителем вместе с заявлением для получения разрешения. Одним из документов является письмо или иной документ о согласии собственника здания (далее – собственник) на размещение средства наружной рекламы на фасаде здания.

В соответствии с пунктом 16 Положения в ходе осуществления административной процедуры по выдаче разрешения обязательному заключению подлежит договор на размещение (распространение) наружной рекламы (далее – договор), к которому применяются правила договора возмездного оказания услуг. Сторонами договора являются местный исполнительный и распорядительный орган, собственник и рекламораспространитель. Предметом договора является предоставление местным исполнительным и распорядительным органом рекламораспространителю права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях, а также оказание собственником рекламораспространителю содействия в размещении (распространении) наружной рекламы. Плата, взимаемая по договору местным исполнительным и распорядительным органом, зачисляется в местный бюджет.

Рекламораспространитель, осуществляющий деятельность по размещению (распространению) наружной рекламы третьих лиц (рекламодателей) на принадлежащем ему средстве наружной рекламы, является оператором наружной рекламы (пункт 2 Положения).

В силу нормативных предписаний статьи 291 Закона о рекламе к договору о размещении (распространении) рекламы, заключаемому между оператором наружной рекламы и рекламодателем, применяются правила договора возмездного оказания услуг, если иное не предусмотрено соглашением сторон

### Вопрос:

**Организация планирует осуществить модернизацию средства наружной рекламы путем замены лайтпостера, размещенного на фасаде здания, на светодиодный экран. Требуется ли получение согласия государственных органов на осуществление модернизации средства наружной рекламы, и в каком порядке она осуществляется?**

**Ответ:**

В правоприменительной практике под модернизацией средства наружной рекламы понимается проведение работ по техническому и (или) эстетическому совершенствованию рекламной конструкции.

Модернизация средства наружной рекламы не регулируется законодательством о рекламе. Для ее проведения не предусматривается осуществление административной процедуры. В этой связи результатом модернизации не должно являться размещение новой рекламной конструкции, не соответствующей характеристикам, предусмотренным разрешением на размещение средства наружной рекламы (далее – разрешение) и договором на размещение (распространение) наружной рекламы (далее – договор), заключаемым в соответствии с пунктом 16 Положения о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 (далее – Положение).

К основным характеристикам средства наружной рекламы, предусмотренным разрешением и договором, относятся вид (тип) средства наружной рекламы (щит, пилон, лайтпостер, кронштейн, электронное табло или др.), площадь рекламного поля и адрес места размещения средства наружной рекламы.

В этой связи замена лайтпостера на светодиодный экран в рамках модернизации средства наружной рекламы (т.е. средства наружной рекламы одного вида на средство наружной рекламы другого вида) не допускается.

Рекламораспространителю следует учитывать, что воздействие светодиодного экрана на жизнедеятельность граждан (в случае размещения такого средства в непосредственной близости от жилых домов) и дорожную обстановку (в случае размещения такого средства вдоль дороги или улицы) может существенным образом отличаться от воздействия, оказываемого лайтпостером. Так, светодиодный экран, как правило, имеет более высокое разрешение и яркость изображения, позволяет демонстрировать мультимедийную рекламу с частой сменой кадров, что может при определенных обстоятельствах негативным образом сказаться на жизнедеятельности граждан в вечернее и ночное время суток или на безопасности дорожного движения. Поэтому воздействие светодиодного экрана на потребителей рекламы должно быть изучено уполномоченными государственными органами в рамках осуществления административной процедуры по выдаче нового разрешения.

Размещение светодиодного экрана вместо лайтпостера может быть осуществлено на основании разрешения, выданного рекламораспространителю:

по окончании срока действия разрешения на размещение лайтпостера;

после аннулирования разрешения на размещение лайтпостера по основанию, предусмотренному абзацем пятым части первой пункта 20 Положения (вследствие досрочного расторжения договора по соглашению сторон);

после аннулирования разрешения на размещение лайтпостера по основанию, предусмотренному абзацем восьмым части первой пункта 20 Положения (если требование о замене рекламной конструкции направлено рекламораспространителю местным исполнительным и распорядительным органом в связи с проведением в месте размещения средства наружной рекламы работ по благоустройству территории).

В данном случае разрешение не может быть переоформлено, так как в соответствии с пунктом 23 Положения изменение вида (типа) рекламной конструкции не предусмотрено в качестве основания для переоформления разрешения.

**ВОПРОС: Какая информация должна содержаться в интернет-рекламе услуг кадровых агентств?**

**ОТВЕТ:**

В силу законодательного определения рекламы, содержащегося в статье 2 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (далее - Закон), объявления о вакансиях, размещаемые кадровыми агентствами, являются рекламой услуг этих кадровых агентств, связанной с их предпринимательской деятельностью.

Согласно пункту 4 статьи 10 Закона **такая реклама должна содержать наименование и учетный номер плательщика рекламодателя или ссылку на сайт, на котором размещены эти сведения, в случае размещения (распространения) рекламы в сети Интернет.**

При отсутствии в такой рекламе наименования и учетного номера плательщика рекламодателя или ссылки на сайт, на котором размещены эти сведения, а также отсутствие информации о характере деятельности рекламодателя (например, услуги кадрового агентства) будет вводить потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования: при отсутствии указания на характер оказываемых услуг и рекламодателя у потребителей будет создаваться впечатление, что это объявление, размещенное непосредственно нанимателем с целью найма работника, а не реклама кадрового агентства, оказывающего услуги по предоставлению информации о вакансиях и (или) по подбору работы.

Таким образом, при отсутствии описанной информации реклама будет нарушать требования абзаца девятого пункта 3 статьи 26 Закона, согласно которому неэтичной является реклама, которая вводит потребителей рекламы в заблуждение.

**Вопрос 1**

Допускается ли размещение физическими лицами, не осуществляющими предпринимательскую деятельность, в сети Интернет рекламы, содержащей информацию о приеме заявки по телефону либо в сети Интернет предварительных заказов:

* на изготовление хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции с указанием места, где можно забрать заказ – торгового места на рынке и (или) иного установленного исполкомом места?
* на изготовление хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции с последующей доставкой такой продукции заказчику в любое оговоренное с ним место либо с указанием в качестве места, где можно забрать заказ, своего домашнего адреса?
* на приготовление пищи в домашних хозяйствах граждан (например, повар закупит необходимые продукты, приготовит обед и привезет его домой заказчику, либо повар приедет к заказчику домой и приготовит у него обед из продуктов заказчика)?

**ОТВЕТ:**

Абзацем вторым подпункта 1.1 пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь от 19 сентября 2017 года № 337 «О регулировании деятельности физических лиц» (далее – Указ № 337) определено, что к предпринимательской деятельности не относится осуществляемая физическими лицами самостоятельно без привлечения иных физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам **реализация на торговых местах на рынках** **и (или) в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах** изготовленных этими физическими лицами хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции.

Полагаем, что физические лица вправе осуществлять прием от граждан предварительных заказов на изготовление хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции, в том числе по телефону либо в глобальной сети Интернет, с последующей продажей изготовленных изделий и продукции непосредственно на торговом месте на рынке и (или) и (или) в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах.

Размещение (распространение) рекламы (в том числе рекламы физических лиц в сети Интернет) регулируется Законом Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (далее – Закон).

Закон не запрещает физическим лицам, осуществляющим самостоятельно без привлечения иных физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам реализацию на торговых местах на рынках и (или) в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах, размещать (распространять) рекламу хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции, изготовленных этими физическими лицами продукции, в сети Интернет.

Размещение (распространение) рекламы в сети Интернет с указанием места реализации рекламируемой продукции – место на рынке и (или) иное, установленное местным исполнительным и распорядительным органом место, не будет являться нарушением законодательства о рекламе.

Также Законом не запрещено размещение (распространение) в сети Интернет (в том числе в социальных сетях) рекламы услуг, выполняемых домашними работниками (в том числе по приготовлению пищи в домашних хозяйствах граждан), содержащей информацию о номере телефона и (или) о возможности оставления заявки на такие услуги в сети Интернет.

По мнению МАРТ, указание в рекламе физическим лицом, изготавливающим самостоятельно хлебобулочные и кондитерские изделия, готовую кулинарную продукцию, о возможности доставки таких изделий и продукции в место, оговоренное с заказчиком, и (или) о реализации этих изделий и продукции по своему домашнему адресу, будет противоречить приведенной норме Указа № 337 и, следовательно, нарушать требования абзаца второго пункта 10 статьи 10 Закона, согласно которому не допускается реклама товаров, запрещенных к производству и (или) реализации в соответствии с законодательством, или деятельности, осуществление которой запрещено законодательством.

**Вопрос 2**

Вправе ли физическое лицо, осуществляющее деятельность, предусмотренную Указом Президента Республики Беларусь от 19 сентября 2017 года № 337 «О регулировании деятельности физических лиц»:

* размещать рекламу о выполняемых им работах, оказываемых услугах в средствах массовой информации, в сети Интернет?
* размещать рекламу о реализации товаров (например, хлебобулочных изделий, произведений живописи) без указания места реализации этих товаров с одновременным размещением фото реализуемых товаров, указанием цены и указанием своего номера телефона для связи?
* реализовывать изготовленные им товары на ярмарках, и если да, то в какой орган обращаться за получением места на ярмарке?
* реализовывать изготовленные им товары в электропоездах, и если да, то в какой орган обращаться за получением разрешения?

**ОТВЕТ**

Подпунктом 1.1 пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь от 19 сентября 2017 года № 337 «О регулировании деятельности физических лиц» (далее – Указ № 337) определены виды деятельности, которые физические лица могут осуществлять самостоятельно без привлечения иных физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам (далее – физические лица). Перечисленные в подпункте 1.1 пункта 1 Указа № 337 виды деятельности, осуществляемые физическими лицами, не относятся к предпринимательской деятельности.

В соответствии со статьей 2 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (далее – Закон):

* **рекламодатель** – организация или **гражданин**, деятельность или товары которых рекламируются либо которые определили объект рекламирования и (или) содержание рекламы;
* **рекламопроизводитель** – организация или **гражданин**, осуществляющие производство рекламы путем полного или частичного доведения ее до готовой для размещения (распространения) формы;
* **рекламораспространитель** – организация или **гражданин**, осуществляющие размещение (распространение) рекламы путем предоставления и (или) использования необходимого имущества (в том числе технических средств радиовещания и телевидения), а также различных каналов связи, эфирного времени и иными способами.

Закон о рекламе не содержит ограничений по местам и времени размещения (распространения) рекламы физических лиц. Это означает, что физические лица имеют право размещать (распространять) рекламу в средствах массовой информации (на телевидении, радио, в печатных изданиях (газетах, журналах)), на средствах наружной рекламы, в сети Интернет (в том числе на собственных интернет-сайтах, в социальных сетях, на интернет-сайтах иных лиц) и в иных, не запрещенных Законом о рекламе, местах.

Таким образом, физические лица являются полноправными участниками (субъектами правоотношений в сфере рекламной деятельности) рекламного рынка и могут выступать в качестве:

* рекламодателя: когда определяют объект рекламирования – изготовленные ими товары (например, хлебобулочные и кондитерские изделия) или оказываемые услуги (например, ремонт часов, обуви; настройка музыкальных инструментов и т.д.);
* рекламопроизводителя: когда самостоятельно изготавливают рекламу (например, формируют текст рекламы и размещают его на своих интернет-страницах в социальной сети или на собственном интернет-сайте);
* рекламораспространителя: когда, например, самостоятельно раздают рекламные листовки о своей деятельности или размещают свою рекламу на собственном интернет-сайте.

Вся реклама, размещаемая (распространяемая) на территории Республики Беларусь, должна соответствовать требованиям Закона, независимо от того, какое лицо (индивидуальный предприниматель, юридическое лицо, иностранная (международная) организация или **физическое лицо**) является субъектом рекламного рынка.

Закон не запрещает физическим лицам, осуществляющим реализацию на торговых местах на рынках и (или) в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах, хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции, живописи, графики, скульптуры, изделий народных художественных ремесел, созданных этими физическими лицами, продукции цветоводства, декоративных растений, их семян и рассады, животных (за исключением котят и щенков) размещать (распространять) рекламу (в том числе, в сети Интернет, включая социальные сети).

Вместе с тем, **реклама** о реализации товаров (например, хлебобулочных изделий, произведений живописи и иных перечисленных выше товаров) **без указания места реализации этих товаров** с одновременным размещением фото реализуемых товаров, указанием цены и указанием своего номера телефона, может вводить потребителей рекламы в заблуждение относительно разрешенных мест реализации названных товаров и способствовать реализации рекламируемых товаров в неустановленных Указом № 337 и Налоговым кодексом Республики Беларусь местах.

*Справочно.*

*Согласно абзацу второму подпункта 1.1 пункта 1 Указа № 337 и пункту 1 статьи 295 Налогового кодекса Республики Беларусь продажа изготовленных физическими лицами хлебобулочных и кондитерских изделий, готовой кулинарной продукции, исполненных произведений живописи и иных перечисленных выше товаров допускается только на торговых местах на рынках и (или) в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах.*

*Отсутствие в рекламе информации о местах реализации таких товаров может создавать впечатление, что рекламируемые, например, в сети Интернет, названные товары можно приобрести посредством сети Интернет.*

Без указания в рекламе информации об установленных местах реализации таких товаров, реклама будет иметь признаки нарушения следующих требований Закона:

* абзаца второго пункта 10 статьи 10 Закона, согласно которому не допускается реклама товаров, запрещенных к производству и (или) реализации в соответствии с законодательством, или деятельности, осуществление которой запрещено законодательством;
* абзаца девятого пункта 3 статьи 26 Закона, согласно которому неэтичной является реклама, которая вводит потребителей рекламы в заблуждение.

Размещение (распространение) рекламы (в том числе, в сети Интернет) с указанием места реализации рекламируемой продукции – место на рынке и (или) иное, установленное местным исполнительным и распорядительным органом, место, не будет являться нарушением действующего законодательства о рекламе.

Физические лица вправе реализовывать хлебобулочные и кондитерские изделия, готовую кулинарную продукцию, произведения живописи и иные перечисленные выше товары на торговых местах на рынках, а также в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах, в том числе на ярмарках, при условии, что место и время проведения этих ярмарок согласовано в установленном законодательством порядке с местным исполнительным и распорядительным органом.

В соответствии с пунктом 2 статьи 15 Закона Республики Беларусь от 8 января 2014 года «О государственном регулировании и торговли и общественного питания в Республике Беларусь» места для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарке предоставляются государственным органом, юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем, которые проводят ярмарку (организатором ярмарки).

По вопросу предоставления мест для реализации физическими лицами рассматриваемых товаров в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах, в том числе в электропоездах, необходимо обращаться в местный исполнительный и распорядительный орган по месту планируемой реализации.

**Вопрос**

Должен ли гражданин, осуществляющий ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, получать разрешение на размещение средства наружной рекламы?

**Ответ**

 В соответствии с пунктом 2 статьи 13 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. №225-З «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) размещение средства наружной рекламы организацией, индивидуальным предпринимателем, нотариусом, адвокатом либо гражданином, осуществляющим ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, допускается при наличии разрешения соответствующего Минского городского, городского (города областного подчинения), районного исполнительного комитета, выдаваемого в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь, если иное не установлено Президентом Республики Беларусь.

   Данное требование Закона о рекламе не противоречит актам Президента Республики Беларусь об административных процедурах. В соответствии с пунктом 2 Указа Президента Республики Беларусь от 26 апреля 2010 г. № 200 «Об административных процедурах, осуществляемых государственными органами и иными организациями по заявлениям граждан» (далее – Указ № 200) действие части второй пункта 1 Указа № 200 (предусматривающей запрет на осуществление по заявлениям граждан административных процедур, не предусмотренных в перечне, утвержденном Указом № 200) не распространяется на отношения, связанные с осуществлением ремесленной деятельности и деятельности по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма.

Таким образом, согласно нормативным предписаниям пункта 2 статьи 13 Закона о рекламе разрешение на размещение средства наружной рекламы (далее – разрешение) выдается гражданину, осуществляющему ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь.

Соответствующий порядок установлен в Положении о порядке размещения средств наружной рекламы, утвержденном постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 1497 (далее – Положение).

Согласно пункту 4 Положения гражданин, осуществляющий ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, размещает средство наружной рекламы на основании разрешения, за исключением средств наружной рекламы, перечисленных в приложении 10 к Положению, для размещения которых разрешение не требуется.

Согласно пункту 9 Положения для получения разрешения рекламораспространитель представляет в соответствующий местный исполнительный и распорядительный орган (по месту размещения средства наружной рекламы) заявление по форме согласно приложению 1 к Положению и документы, предусмотренные законодательством об административных процедурах.

Перечень предоставляемых одновременно с заявлением документов предусмотрен в подпункте 9.11.1 пункта 9.11 единого перечня административных процедур, осуществляемых государственными органами и иными организациями в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 февраля 2012 г. № 156. Гражданином, осуществляющим ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, предоставляются одновременно с заявлением документы по аналогичному перечню.