

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

30 января 2003 г. № 51

О проведении рекламных игр в Республике Беларусь

Изменения и дополнения:

Указ Президента Республики Беларусь от 24 октября 2005 г. № 494 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2005 г., № 171, 1/6881) <P30500494>;

Указ Президента Республики Беларусь от 31 декабря 2007 г. № 704 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2008 г., № 5, 1/9293) <P30700704>;

Указ Президента Республики Беларусь от 25 июня 2009 г. № 335 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 159, 1/10813) <P30900335>;

Указ Президента Республики Беларусь от 7 октября 2013 г. № 458 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.10.2013, 1/14562) <P31300458>;

Указ Президента Республики Беларусь от 3 июня 2016 г. № 188 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 07.06.2016, 1/16439) <P31600188>

В целях совершенствования порядка проведения рекламных игр в Республике Беларусь и обеспечения защиты прав и законных интересов граждан **п о с т а н о в л я ю**:

1. Утвердить прилагаемое Положение о проведении рекламных игр на территории Республики Беларусь.

2. Совету Министров Республики Беларусь в двухмесячный срок: обеспечить приведение актов законодательства в соответствие с настоящим Указом; принять иные меры по выполнению положений настоящего Указа.

3. Настоящий Указ вступает в силу со дня его официального опубликования, за исключением пункта 1, вступающего в силу через два месяца после официального опубликования данного Указа.

Президент Республики Беларусь

А.Лукашенко

УТВЕРЖДЕНО

Указ Президента
Республики Беларусь
30.01.2003 № 51
(в редакции
Указа Президента
Республики Беларусь
25.06.2009 № 335)

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении рекламных игр на территории Республики Беларусь

1. Настоящим Положением определяется порядок проведения рекламных игр на территории Республики Беларусь.

2. В настоящем Положении нижеперечисленные термины имеют следующие значения:

выигрыш – определенные правилами проведения рекламной игры призовой фонд рекламной игры либо его часть, выдаваемые (предоставляемые) организатором рекламной игры после розыгрыша призового фонда рекламной игры ее участнику (участникам), признанному выигравшим (признанным выигравшими) рекламную игру в соответствии с условиями ее проведения (далее – победитель (победители);

заинтересованное лицо – организация или физическое лицо, которые не являются организатором рекламной игры, но участвуют в формировании призового фонда рекламной игры путем внесения в него денежных средств и (или) иного имущества, выполнения работ и (или) оказания услуг на условиях распространения рекламы о них, об их товарах (работах, услугах). Физические лица, не являющиеся индивидуальными предпринимателями, ремесленниками, лицами, осуществляющими в установленном порядке деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, могут вносить в призовой фонд рекламной игры только произведения литературы или искусства, иные объекты интеллектуальной собственности (права использования объектов интеллектуальной собственности);

организатор рекламной игры (далее – организатор) – организация или индивидуальный предприниматель, зарегистрированные в Республике Беларусь, осуществляющие деятельность по производству и (или) реализации товаров (работ, услуг) либо оказывающие услуги по организации и проведению рекламных игр на основании договора, а также представительство иностранной организации;

призовой фонд рекламной игры (далее – призовой фонд) – определенные организатором сумма денежных средств и (или) иное имущество (работы, услуги), предназначенные для выдачи (предоставления) победителю (победителям);

рекламная игра – деятельность организаций или индивидуальных предпринимателей, осуществляемая ими в целях стимулирования реализации товаров (работ, услуг) и обеспечивающая розыгрыш выигрышей между участниками рекламной игры, за исключением деятельности, указанной в пункте 4 настоящего Положения;

участник рекламной игры – физическое лицо, заказывающее, приобретающее или использующее товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, отвечающее требованиям правил проведения рекламной игры и выразившее желание принять участие в рекламной игре на условиях, предусмотренных в правилах проведения рекламной игры. Участником рекламной игры не может быть лицо, состоящее в трудовых отношениях с организатором, супруг (супруга) такого лица, его близкие родственники, а также лица, находящиеся с таким лицом в отношениях свойства;

розыгрыш призового фонда – установленная правилами проведения рекламной игры процедура, обеспечивающая признание участника (участников) рекламной игры победителем (победителями) из числа участников рекламной игры, которые первыми выполнили условия, предусмотренные в правилах проведения рекламной игры, либо в результате случайного выбора.

3. Запрещается проводить рекламные игры:

в целях стимулирования азартных игр, реализации алкогольных, слабоалкогольных напитков, пива, табачных изделий, лекарственных средств;

в виде ответов на вопросы;

в виде выполнения заданий, не связанных с заказом, приобретением или использованием товаров (работ, услуг);

лицам, которые не могут быть организаторами в соответствии с настоящим Положением.

4. Не являются рекламными играми:

рекламные акции в форме проводимых в целях стимулирования реализации товаров (работ, услуг) мероприятий, в процессе которых все их участники, выполнившие условия, установленные проводящей эти мероприятия организацией или индивидуальным

предпринимателем, а также представительством иностранной организации, получают одинаковые подарки;

лотереи;

займы, вклады (депозиты), ценные бумаги, условием дополнительной выплаты по которым является розыгрыш, в ходе которого случайным образом определяются выигравшие лица;

конкурсы и иные подобные мероприятия, для участия в которых не требуется осуществление заказа, приобретение или использование товаров (работ, услуг) и (или) представление документов, подтверждающих их заказ, приобретение или использование, в том числе проводимые:

в средстве массовой информации юридическим лицом, на которое возложены функции редакции средства массовой информации;

на сайте в глобальной компьютерной сети Интернет, доступ к которому предоставляется без взимания платы и заключения договора, юридическим или физическим лицом, являющимся владельцем этого сайта.

5. Рекламные игры, проводимые на территории Республики Беларусь, подлежат государственной регистрации в Министерстве антимонопольного регулирования и торговли.

6. Для государственной регистрации рекламной игры организатор представляет в Министерство антимонопольного регулирования и торговли:

заявление о государственной регистрации рекламной игры;

правила проведения рекламной игры, утвержденные организатором, в двух экземплярах;

заверенную организатором копию договора, заключенного с исполнителем работ и (или) услуг, определенных в составе призового фонда, либо товарно-транспортной накладной, товарной накладной, платежного поручения, приходного кассового ордера, кассового чека, выписку банка о наличии денежных средств на специальном счете для хранения призового фонда в белорусских рублях, открытом организатором в банке (далее – специальный счет), и (или) иной документ (его копию), подтверждающий окончание формирования призового фонда;

документ, подтверждающий уплату государственной пошлины за государственную регистрацию рекламной игры.

Организатор несет предусмотренную законодательством ответственность за достоверность представляемых в Министерство антимонопольного регулирования и торговли документов и сведений.

7. Правила проведения рекламной игры должны содержать:

сведения об организаторе – наименование и место нахождения организации (представительства иностранной организации) или фамилию, собственное имя, отчество (если таковое имеется) индивидуального предпринимателя, учетный номер плательщика, электронный адрес (при его наличии);

наименование рекламной игры;

указание на территорию проведения рекламной игры;

срок начала и окончания рекламной игры, включая срок выдачи выигрышей и опубликования результатов проведения рекламной игры;

состав комиссии по проведению рекламной игры (далее – комиссия) с указанием фамилии, собственного имени, отчества (если таковое имеется), места работы и должности членов комиссии;

наименование товаров (работ, услуг) или их групп, в целях стимулирования реализации которых проводится рекламная игра;

условия, при соблюдении которых физическое лицо становится участником рекламной игры;

состав и размер призового фонда (в белорусских рублях) и источники его формирования;

место, дату, время и порядок проведения розыгрыша призового фонда, в том числе порядок определения победителей;

срок и способ информирования победителей;

место, порядок и срок выдачи выигрышей;

название печатного средства массовой информации, в котором будут опубликованы результаты проведения рекламной игры, а также сроки их опубликования;

телефон для справок по вопросам проведения рекламной игры.

В правилах проведения рекламной игры могут содержаться и иные условия, не противоречащие актам законодательства.

8. В состав создаваемой организатором комиссии включается не менее пяти человек. Членами комиссии могут быть только совершеннолетние дееспособные физические лица. При этом хотя бы один член комиссии не должен состоять в трудовых отношениях с организатором. Члены комиссии не могут быть участниками рекламной игры.

Комиссия осуществляет контроль за соблюдением установленных правил проведения рекламной игры, проводит отбор участников рекламной игры и розыгрыш призового фонда, рассматривает возникшие споры при проведении рекламной игры.

Члены комиссии обязаны осуществлять возложенные на них полномочия в течение срока проведения рекламной игры.

Заседания комиссии правомочны при наличии большинства ее членов. Решения комиссии оформляются протоколом, который подписывается всеми присутствующими на заседании членами комиссии. В протоколе отражаются дата, время и место проведения заседания комиссии, повестка дня, сведения о присутствующих членах комиссии, ее действия в том порядке, в котором они совершались, сведения о победителях и их выигрышах.

Организатор несет предусмотренную законодательством ответственность за допущенные комиссией нарушения настоящего Положения и иных актов законодательства при проведении рекламной игры.

9. Источником формирования призового фонда могут являться денежные средства и (или) иное имущество (работы, услуги) организатора или заинтересованного лица. При этом не допускается включение в цену (тарифы) товаров (работ, услуг) организатора средств, использованных для формирования призового фонда.

Не допускается использование в качестве выигрыша поврежденного и (или) бывшего в употреблении имущества.

Призовой фонд на момент представления заявления о государственной регистрации рекламной игры должен быть сформирован в полном объеме. При этом призовой фонд должен использоваться только по целевому назначению.

Призовой фонд считается сформированным организатором, если:

денежные средства, определенные в составе призового фонда, перечислены организатором на специальный счет;

товары, определенные в составе призового фонда, произведены и (или) оплачены организатором, находятся у него либо переданы им на хранение;

товары собственного производства, имеющие ограниченный срок годности и определенные в составе призового фонда, будут произведены организатором. При этом денежные средства на производство таких товаров перечислены организатором на специальный счет;

работы и (или) услуги, определенные в составе призового фонда, будут выполнены и (или) оказаны организатором в рамках его деятельности либо на выполнение таких работ и (или) оказание таких услуг заключены договоры между организатором и исполнителями этих работ и (или) услуг, согласно которым последние обязуются выполнить победителю (победителям) работы и (или) оказать услуги. При этом организатором оплачено

выполнение таких работ и (или) оказание таких услуг либо денежные средства на оплату данных работ и (или) услуг находятся на специальном счете.

Призовой фонд считается сформированным с участием заинтересованного лица, если:

денежные средства, определенные в составе призового фонда, перечислены заинтересованным лицом на специальный счет либо поступили на специальный счет от продажи на внутреннем валютном рынке иностранной валюты, перечисленной заинтересованным лицом на текущий (расчетный) банковский счет организатора в иностранной валюте;

иное имущество, в том числе товары, определенные в составе призового фонда, переданы заинтересованным лицом организатору или приобретены организатором за счет денежных средств, перечисленных заинтересованным лицом;

работы и (или) услуги, определенные в составе призового фонда, будут выполнены и (или) оказаны заинтересованным лицом в рамках его деятельности либо на выполнение таких работ и (или) оказание таких услуг заключены договоры между организатором и исполнителями этих работ и (или) услуг, согласно которым последние обязуются выполнить победителю (победителям) работы и (или) оказать услуги. При этом организатором за счет денежных средств, перечисленных заинтересованным лицом, или заинтересованным лицом оплачено выполнение таких работ и (или) оказание таких услуг либо денежные средства на оплату данных работ и (или) услуг перечислены заинтересованным лицом на специальный счет либо поступили на специальный счет от продажи на внутреннем валютном рынке иностранной валюты, перечисленной заинтересованным лицом на текущий (расчетный) банковский счет организатора в иностранной валюте.

Специальные счета открываются в порядке, установленном законодательством.

Средства, перечисленные на специальные счета, используются только по целевому назначению для выплаты денежных средств, определенных в качестве выигрышей, и (или) на приобретение и (или) производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) и (или) оплату работ (услуг), определенных в составе призового фонда.

Организатор и заинтересованное лицо не вправе распоряжаться призовым фондом с момента его формирования до окончания розыгрыша призового фонда.

По окончании рекламной игры:

денежные средства со специального счета, не востребованные победителями в качестве выигрышей, а также оставшиеся после всех расчетов за приобретение и (или) производство товаров (выполнение работ, оказание услуг), определенных в составе призового фонда, используются согласно распоряжению организатора, если иное не предусмотрено договором об организации и проведении рекламной игры;

товары (работы, услуги), определенные в составе призового фонда, не востребованные победителями в сроки выдачи выигрышей, установленные правилами проведения рекламной игры, используются согласно распоряжению организатора, если иное не предусмотрено договором об организации и проведении рекламной игры.

10. Министерство антимонопольного регулирования и торговли в течение пятнадцати дней со дня регистрации заявления с приложением документов, указанных в пункте 6 настоящего Положения, принимает решение о государственной регистрации рекламной игры или выдает организатору мотивированный отказ в такой регистрации.

В государственной регистрации рекламной игры может быть отказано в случаях:

представления документов и (или) сведений, не соответствующих требованиям настоящего Положения или иных актов законодательства;

неоднократных (два и более раза) нарушений требований, предусмотренных настоящим Положением и (или) правилами проведения рекламной игры, допущенных организатором при проведении рекламных игр в течение одного года, предшествовавшего

дню обращения в Министерство антимонопольного регулирования и торговли для государственной регистрации рекламной игры.

При принятии решения о государственной регистрации рекламной игры организатору выдаются свидетельство о государственной регистрации рекламной игры и один экземпляр правил проведения рекламной игры со штампом Министерства антимонопольного регулирования и торговли о государственной регистрации рекламной игры. В свидетельстве о государственной регистрации рекламной игры указываются:

- наименование органа, выдающего свидетельство;
- сведения об организаторе – наименование и место нахождения организации (представительства иностранной организации) или фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) индивидуального предпринимателя;
- наименование рекламной игры;
- сведения о территории проведения рекламной игры;
- срок начала и окончания рекламной игры;
- дата государственной регистрации и номер свидетельства о государственной регистрации рекламной игры.

Свидетельство о государственной регистрации рекламной игры оформляется на бланке Министерства антимонопольного регулирования и торговли, подписывается Министром антимонопольного регулирования и торговли (его заместителем) и заверяется гербовой печатью.

11. До начала проведения рекламной игры правила ее проведения подлежат опубликованию организатором в печатном средстве массовой информации. Территория распространения печатного средства массовой информации должна соответствовать территории проведения рекламной игры. Публикация должна содержать номер свидетельства о государственной регистрации рекламной игры, дату принятия решения о ее государственной регистрации и наименование органа, выдавшего такое свидетельство, а также источник информации об этой игре.

В печатном средстве массовой информации, в котором были опубликованы правила проведения рекламной игры, организатор обязан опубликовать сведения о результатах проведения рекламной игры. Данная публикация должна содержать:

- сведения об организаторе – наименование и место нахождения организации (представительства иностранной организации) или фамилию, собственное имя, отчество (если таковое имеется) индивидуального предпринимателя, учетный номер плательщика;
- наименование рекламной игры;
- срок начала и окончания рекламной игры;
- сведения о государственной регистрации рекламной игры;
- сведения о количестве участников рекламной игры;
- сведения о полном или частичном розыгрыше призового фонда;
- фамилию, инициалы победителя (победителей), его выигрыш (их выигрыши);
- телефон для справок по вопросам проведения рекламной игры.

В указанных публикациях по желанию организатора могут содержаться и иные сведения, относящиеся к проведению рекламной игры.

Если число победителей более ста, допускается размещение фамилий, инициалов победителей с указанием их выигрышей на сайте в глобальной компьютерной сети Интернет. При этом в печатном средстве массовой информации при опубликовании сведений о результатах проведения рекламной игры обязательно указывается адрес данного сайта. Плата за доступ к такой информации с пользователей сайта не взимается. Указанная информация размещается на сайте не менее двух месяцев.

12. При проведении рекламной игры запрещается:

- изменять состав и размер призового фонда;
- изменять правила проведения рекламной игры;

взимать дополнительную плату за участие в рекламной игре. Оплата услуг почтовой связи и электросвязи, используемых при проведении рекламной игры как средство коммуникации между участником рекламной игры и организатором, осуществляется участником рекламной игры по тарифу на эти услуги, установленному согласно договору, заключенному между участником рекламной игры и оператором почтовой связи (оператором электросвязи), и (или) законодательству;

предоставлять возможность участнику рекламной игры принимать участие в рекламной игре при наличии задолженности по оплате услуг электросвязи, если данные услуги предоставляются на условиях предоплаты;

в период с начала рекламной игры и до даты проведения розыгрыша повышать цены (тарифы) на товары (работы, услуги), для стимулирования реализации которых организуется данная игра, в том числе путем отмены скидок на них.

13. Розыгрыш призового фонда должен проводиться открыто с возможностью присутствия на нем участников рекламной игры. Результаты розыгрыша рекламной игры не должны зависеть от воли организатора и не могут быть никем специально устроены. Запрещается обуславливать проведение розыгрыша количеством участников рекламной игры или наступлением иных событий, а также использовать при проведении розыгрыша программные, программно-аппаратные и аппаратные средства.

При проведении розыгрыша рекламной игры в эфире телевизионных программ организатор обязан обеспечить наличие звуковой информации о наименовании рекламной игры, об условиях участия в игре, о стоимости товаров (работ, услуг), стимулируемых к реализации данной игрой. Кроме того, в период всего эфира информация размещается способом «бегущей строки», которая должна содержать условия участия в игре, сроки ее проведения, стоимость товаров (работ, услуг), стимулируемых к реализации данной игрой, механизм проведения розыгрыша, предупредительную надпись «Звонить ответственным за оплату звонков» или «Звонить совершеннолетним», номер свидетельства о государственной регистрации рекламной игры, дату принятия решения о его выдаче и наименование органа, выдавшего такое свидетельство, источник информации об этой игре, телефон для справок по вопросам проведения рекламной игры, а также иную информацию. Размер «бегущей строки», размещаемой в нижней части по всей длине кадра, должен быть не менее 10 процентов площади экрана, при этом размер символов – не менее 80 процентов высоты строки, вместимость строки – 30 символов, скорость движения символов – 4 символа в секунду. Цвет фона – черный, цвет символов – белый. Каждое размещение на экране информации о номерах телефонов, используемых как средство коммуникации между участником рекламной игры и организатором, должно сопровождаться идентичной по техническому оформлению текста информацией о стоимости звонка (отправки сообщения) на данный номер.

14. Организатор в течение тридцати дней после окончания рекламной игры обязан представить или направить по почте в Министерство антимонопольного регулирования и торговли отчет о ее проведении. Министерство антимонопольного регулирования и торговли не вправе отказать в принятии отчета о проведении рекламной игры и обязано по просьбе организатора сделать отметку на копии отчета о его принятии, проставив дату его представления. При отправке отчета о проведении рекламной игры по почте датой его представления считается дата отправки заказного письма вместе с описью прилагаемых документов.

В отчете о проведении рекламной игры должны быть отражены:

сведения о месте и дате составления отчета;

сведения об организаторе – наименование и место нахождения организации (представительства иностранной организации) или фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) индивидуального предпринимателя, учетный номер плательщика;

сведения о государственной регистрации рекламной игры;

срок начала и окончания рекламной игры;

сведения о количестве участников рекламной игры;
сведения о полном или частичном розыгрыше призового фонда;
фамилия, инициалы победителя (победителей), сведения о его (их) выигрыше, в том числе о выдаче выигрыша;

сведения о нарушениях, допущенных в ходе рекламной игры, и их последствиях (при наличии соответствующих нарушений);

сведения о жалобах, поступивших организатору или комиссии (при наличии соответствующих жалоб), и результатах их рассмотрения;

сведения о наименовании и дате выхода печатного средства массовой информации, в котором опубликованы правила проведения рекламной игры и сведения о результатах проведения рекламной игры.

В отчете могут содержаться по желанию организатора и иные сведения, относящиеся к проведению рекламной игры.

К отчету прилагаются копии публикаций правил проведения рекламной игры и сведений о результатах проведения рекламной игры.

15. Организатор обязан хранить все материалы по рекламной игре в течение трех лет со дня ее окончания.

16. Министерство антимонопольного регулирования и торговли:

осуществляет государственную регистрацию рекламных игр;

ведет учет данных о государственной регистрации рекламных игр, а также выявленных нарушений, допущенных организаторами в процессе проведения рекламных игр.

17. Контроль за проведением рекламных игр возлагается на Комитет государственного контроля и Министерство антимонопольного регулирования и торговли.

Информация о выявленных нарушениях, допущенных организатором при проведении рекламных игр, и применении административного взыскания (об освобождении от административной ответственности при малозначительности правонарушения) в месячный срок со дня вступления в силу постановления Комитета государственного контроля по делу об административном правонарушении доводится Комитетом государственного контроля до Министерства антимонопольного регулирования и торговли.

18. На участников рекламной игры, в том числе при использовании полученных выигрышей, распространяется законодательство о защите прав потребителей.

Требования граждан и организаций, связанные с проведением рекламных игр, в том числе с участием в них, подлежат судебной защите.