

8 февраля 2019 года

Всем нашим клиентам и друзьям

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО относительно изменений в законодательстве Республики Казахстан о рекламе

8 января 2019 года были приняты поправки в ряд кодексов и законов Республики Казахстан, регламентирующих порядок осуществления рекламы на территории Казахстана. Изменения касаются различных аспектов рекламной деятельности, включая разграничение компетенции уполномоченных органов в сфере рекламы, применяемую терминологию, порядок размещения наружной (визуальной) рекламы и ставки налоговых сборов в этой связи, административную ответственность за нарушение законодательства о рекламе и пр.

Основная часть изменений вводится в действие с 11 апреля 2019 года, некоторые изменения (например, о запрете указания цены в иностранной валюте) уже вступили в юридическую силу в январе 2019 года.

Далее вашему вниманию предлагается краткий анализ наиболее важных, на наш взгляд, изменений.

1. Запрет на указание цены в иностранной валюте

В продолжение реализации политики государства по использованию в сделках, заключаемых на внутреннем рынке Казахстана, только национальной валюты законодателем внесены поправки в законы о регулировании торговой деятельности, о защите прав потребителей, о рекламе и о средствах массовой информации, согласно которым цена товаров (стоимость работ, услуг) должна указываться только в тенге.

Между тем, в целях побуждения населения к исполнению вышеуказанного требования Кодекс об административных правонарушениях¹ дополнен новым составом административного правонарушения, предусматривающим ответственность за: "*указание цены товара не в тенге при его реализации на территории Республики Казахстан на условиях публичного договора*", в виде штрафа. Для субъектов предпринимательства размер штрафа составляет от 6 до 30 месячных расчетных показателей² в зависимости от категории субъекта предпринимательства, а при повторном нарушении (то есть при совершении данного нарушения в течение года с момента привлечения к ответственности за однородное нарушение) максимальный размер штрафа увеличивается до 200 МРП.

¹ Кодекс Республики Казахстан об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V (далее – КоАП).

² В 2019 году размер месячного расчетного показателя (далее – МРП) составляет 2525 тенге.



2. Контроль за соблюдением законодательства о рекламе

Закон о рекламе³ дополнен положениями, регламентирующими порядок проведения уполномоченными органами профилактического контроля соответствующих субъектов (рекламораспространители и рекламодатели) и объектов (деятельность рекламораспространителей и рекламодателей) на предмет соблюдения законодательства о рекламе.

Профилактический контроль проводится:

- регулирующими государственными органами в области рекламы (под таковыми понимаются государственные органы, осуществляющие руководство в отдельной отрасли, в которой осуществляется рекламная деятельность) и местными исполнительными органами (акиматами);
- первоначально без посещения субъекта (объекта) контроля, а в случае неисполнения субъектом контроля рекомендаций об устранении нарушений – с посещением субъекта (объекта) контроля.

Профилактический контроль без посещения субъекта (объекта) контроля проводится не чаще 2 раз в месяц путем анализа сведений, полученных из различных источников информации. При выявлении (и не позднее 5 рабочих дней с момента выявления) в ходе профилактического контроля без посещения субъекта (объекта) контроля каких-либо нарушений уполномоченные органы направляют субъекту профилактического контроля нарочно, по почте или в электронной форме рекомендации об устранении нарушений. Субъект профилактического контроля, в свою очередь, обязан либо устранить выявленные нарушения (в течение 10 рабочих дней после получения рекомендаций), либо предоставить в уполномоченный орган возражение (в течение 5 рабочих дней после получения рекомендаций).

3. Наружная (визуальная) реклама

В первую очередь стоит отметить изменения в применяемой законодателем терминологии. Так, под наружной (визуальной) рекламой, теперь понимается реклама, размещенная на объектах наружной (визуальной) рекламы и доступная визуальному восприятию на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах или вне населенных пунктов, в полосе отвода автомобильных дорог общего пользования либо вне таких полос.

Под объектами наружной (визуальной) рекламы, в свою очередь, понимаются сооружения, различного рода объемные или плоскостные конструкции, в том числе экраны и электронные табло, световые конструкции, и иные средства, используемые для распространения и (или) размещения рекламы.

Закон о рекламе дополнен новыми понятиями и определениями, в том числе понятием "уличная мебель (оборудование)", под которой законодательство понимает объекты декоративного характера и практического использования (вазы для цветов, павильоны, беседки, скамьи, урны, остановки общественного транспорта, информационная панель, оборудование и конструкции для игр детей и отдыха взрослого населения), устанавливаемые в населенных пунктах на открытом пространстве за пределами помещений.⁴

³ Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 года № 508-III "О рекламе" (далее – Закон о рекламе).

⁴ Размещение рекламной информации на уличной мебели (оборудовании) является наружной (визуальной) рекламой и должно осуществляться с соблюдением требований законодательства в этой части.

Не менее важным является изменение разрешительного порядка размещения наружной (визуальной) рекламы на уведомительный, который в целом сводится к следующему. Теперь в целях размещения наружной (визуальной) рекламы рекламодатели направляют в местные исполнительные органы не менее чем за 5 рабочих дней до предполагаемой даты размещения наружной (визуальной) рекламы соответствующие уведомления с приложением определенного пакета документов. Если в течение 4 рабочих дней со дня получения уполномоченным органом уведомления он не предоставит заявителю свои замечания относительно размещения данной наружной (визуальной) рекламы, то заявитель вправе приступить к размещению рекламы в указанный в уведомлении срок. В случае если замечания были предоставлены, то наружная (визуальная) реклама может быть размещена только после устранения таких замечаний.

Внесены изменения в перечень объектов и информации, которые не относятся к наружной (визуальной) рекламе. Так в него была включена информация о культурных ценностях и объектах историко-культурного наследия, в том числе о памятниках истории и культуры. Между тем, внешнее оформление витрин и окон наоборот было исключено из указанного перечня и, соответственно, теперь предприниматели в целях минимизации своих расходов на рекламу будут вынуждены размещать ее исключительно внутри помещения.

В целях размещения наружной (визуальной) рекламы Закон о рекламе и Земельный кодекс⁵ предусматривают необходимость получения права временного возмездного землепользования (аренды), которое предоставляется гражданам и негосударственным юридическим лицам на срок от 5 до 49 лет. Земельные участки из земель общего пользования, за исключением тротуаров и велосипедных дорожек, могут предоставляться гражданам и юридическим лицам во временное землепользование под размещение сооружений облегченного типа (торговые палатки (павильоны), киоски, объекты наружной (визуальной) рекламы и другие объекты сервиса) без ущерба для общего пользования.

Допускается размещение наружной (визуальной) рекламы на уличной мебели (оборудовании), устанавливаемой местными исполнительными органами либо инвесторами за счет собственных средств на основании соответствующих договоров с местными исполнительными органами, заключенных на основании итогов проведенных открытых конкурсов. Инвесторами могут быть физические и юридические лица.

Размещение наружной (визуальной) рекламы осуществляется на платной основе. Размер платы исчисляется исходя из ставок платы и фактического срока размещения наружной (визуальной) рекламы:

- 1) указанного в уведомлении;
- 2) установленного местным исполнительным органом - в случае размещения наружной (визуальной) рекламы без направления уведомления.

Налоговым кодексом⁶ установлены новые виды ставок платы за размещение наружной (визуальной) рекламы, которые дифференцируются в зависимости от вида объекта наружной (визуальной) рекламы, его размеров и места нахождения.

Сумма платы, подлежащая внесению в бюджет, теперь уплачивается ежемесячно в текущем месяце (а не в следующем, как это было ранее), в срок не позднее 25 числа.

Размещение рекламы на транспортных средствах теперь осуществляется без направления уведомления о размещении наружной (визуальной) рекламы и без взимания платы за размещение наружной (визуальной) рекламы.

⁵ Земельный кодекс Республики Казахстан от 20 июня 2003 года № 442-II.

⁶ Кодекс Республики Казахстан от 25 декабря 2017 года № 120-VI "О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)".

4. Административная ответственность за нарушение законодательства о рекламе

Помимо выше указанной меры ответственности за указание цены товара не в национальной валюте КоАП дополнен также новой статьей, содержащей перечень видов нарушений законодательства о рекламе, влекущих административную ответственность, а именно:

- 1) недобросовестная и недостоверная реклама (за предусмотренными законодательством исключениями);
- 2) неэтичная и скрытая реклама;
- 3) реклама в дни национального траура на теле-, радиоканалах;
- 4) реклама в форме проведения различных мероприятий, в том числе розыгрышей призов, лотерей, направленных на стимулирование спроса и интереса к алкогольной продукции, табаку и табачным изделиям;
- 5) прерывание рекламой, в том числе способом бегущей строки, трансляции официальных сообщений, выступлений кандидатов в президенты Республики Казахстан и депутаты представительных органов, образовательных и религиозных телепрограмм, а также демонстрации детских телепрограмм, за исключением рекламы, предназначенной для детей и подростков;
- 6) прерывание рекламой демонстрации фильма в кино- и видеообслуживании, за исключением перерывов между сериями;
- 7) размещение наружной (визуальной) рекламы на памятниках истории и культуры и в их охранных зонах, на культовых зданиях (сооружениях) и на отведенной им территории и их ограждениях, а также на особо охраняемых природных территориях;
- 8) рекламе строящегося или введенного в эксплуатацию жилого дома (жилого здания), не соответствующего классификации жилых домов (жилых зданий) в утвержденной проектной документации;
- 9) рекламе не зарегистрированных в соответствии с законодательством Республики Казахстан религиозных объединений и духовных (религиозных) организаций образования.

Размер административного штрафа составляет от 100 до 400 МРП, а при повторном нарушении – от 150 до 600 МРП, в зависимости от категории субъекта предпринимательства.

5. Иные изменения

Законодателем были уточнены некоторые положения в части запретов и ограничений по осуществлению рекламы, в том числе:

- визуальное или звуковое использование образов несовершеннолетних теперь допускается не только в рекламе товаров (работ, услуг) для несовершеннолетних, но и в социальной рекламе;
- организациям в сфере подтверждения соответствия, не аккредитованным в Казахстане, теперь запрещается не любая реклама буквально, а только реклама услуг (посреднических услуг) по обязательному подтверждению соответствия продукции.

Увеличен допустимый объем телеторговли на телеканалах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, с 15% от общего объема вещания рекламы в сутки до 30%.

Если в связи с данным Информационным письмом у Вас появятся какие-либо дополнительные вопросы, мы будем рады предоставить более подробную информацию.

С уважением,
Юридическая фирма AEQUITAS