

О подписании Соглашения о сотрудничестве государств - участников Содружества Независимых Государств в сфере регулирования рекламной деятельности

Постановление · № 756 · от 18.12.2003 · Правительство Российской Федерации · Действует без изменений

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

от 18 декабря 2003 г. N 756

г. Москва

О подписании Соглашения о сотрудничестве

государств - участников Содружества Независимых Государств в

сфере регулирования рекламной деятельности

Правительство Российской Федерации постановляет:

Одобрить представленный Министерством Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства согласованный с Министерством иностранных дел Российской Федерации и другими заинтересованными федеральными органами исполнительной власти проект Соглашения о сотрудничестве государств - участников Содружества Независимых Государств в сфере регулирования рекламной деятельности (прилагается).

Поручить Заместителю Председателя Правительства Российской Федерации Христенко В.Б.

подписать указанное Соглашение от имени Правительства Российской Федерации, разрешив вносить в прилагаемый проект изменения, не имеющие принципиального характера.

Председатель Правительства

Российской Федерации М.Касьянов

Проект

С О Г Л А Ш Е Н И Е

о сотрудничестве государств - участников Содружества Независимых

Государств в сфере регулирования рекламной деятельности

Правительства государств - участников настоящего Соглашения, именуемые далее Сторонами,

учитывая необходимость активизации торговых связей между государствами - участниками

Содружества Независимых Государств и принимая во внимание важность рекламы как средства

свободного обмена информацией между продавцами и потребителями, способствующего

распространению и перемещению товаров, работ и услуг (далее - товары) через границы,

исходя из задач обеспечения реализации Договора о проведении согласованной антимонопольной

политики от 25 января 2000 г. и Соглашения об основных направлениях сотрудничества государств -

участников Содружества Независимых Государств в области защиты прав потребителей от 25 января

2000 г.,

признавая ответственность перед обществом и потребителями за достоверность рекламы,

учитывая особенности рынка рекламы и культурно-исторические традиции государств Сторон,

намереваясь способствовать дальнейшему развитию рекламной деятельности в государствах -

участниках Содружества Независимых Государств,

согласились о нижеследующем:

Статья 1

В настоящем Соглашении применяются следующие основные понятия:

"реклама" - распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях или начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга потребителей и призвана формировать или поддерживать интерес к

физическому или юридическому лицу, товарам, идеям или начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний;

"ненадлежащая реклама" - недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных национальным законодательством государств Сторон;

"рекламная деятельность" - отношения по производству, размещению и распространению рекламы;

"рекламодатель" - физическое или юридическое лицо, являющееся источником информации для производства, размещения и последующего распространения рекламы;

"рекламопроизводитель" - физическое или юридическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение информации в готовую для распространения форму рекламы;

"рекламораспространитель" - физическое или юридическое лицо, осуществляющее размещение и (или) распространение рекламы путем предоставления и (или) использования имущества, в том числе технических средств радиовещания и телевизионного вещания, а также каналов связи, эфирного времени и иными способами;

"потребители рекламы" - физические или юридические лица, до сведения которых доводится или может быть доведена реклама.

Статья 2

Предметом настоящего Соглашения является регулирование отношений, возникающих в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынках государств - участников Содружества Независимых Государств, включая рынки банковских, страховых и иных услуг, связанных с использованием денежными средствами физических и юридических лиц, а также рынки ценных бумаг.

Статья 3

Целью регулирования отношений по производству, размещению и распространению рекламы является обеспечение интересов как предпринимателей, участников конкурентных отношений на рынке, так и потребителей рекламы.

Статья 4

Настоящее Соглашение определяет основные направления сотрудничества Сторон в сфере регулирования рекламной деятельности, устанавливает требования к рекламе, обеспечивающие формирование цивилизованного рынка рекламы, соответствующего потребностям общества.

Статья 5

1. Действие настоящего Соглашения распространяется на все виды и формы рекламы, за исключением политической рекламы.
2. Действие настоящего Соглашения распространяется на юридические лица и на граждан государств Сторон, иностранные юридические лица, а также на иностранных граждан и лиц без гражданства, которые производят, размещают и распространяют рекламу на территории государств Сторон.
3. Действие настоящего Соглашения не распространяется на объявления физических лиц, в том числе в средствах массовой информации, не связанные с осуществлением ими предпринимательской деятельности.
4. Язык, на котором распространяется реклама, определяется национальным законодательством государства Стороны.

Статья 6

Стороны осуществляют сотрудничество в сфере рекламной деятельности с учетом национального законодательства государств Сторон, норм международного права в этой сфере по следующим основным направлениям:

обеспечение потребителей рекламы достоверной информацией о товарах и изготовителях (продавцах, исполнителях);

принятие мер по предотвращению и пресечению ненадлежащей рекламы;
сближение национального законодательства государств Сторон о рекламе;
обеспечение эффективного взаимодействия и координации действий участников рекламной деятельности;
разработка и реализация мер, направленных на формирование механизмов общественного регулирования рекламной деятельности;
создание условий для добросовестной конкуренции между субъектами рекламной деятельности;
проведение мониторинга, маркетинговых исследований и анализа рынка рекламных услуг государств - участников настоящего Соглашения;
создание информационной базы нормативных правовых актов по регулированию рекламной деятельности в государствах - участниках настоящего Соглашения;
обеспечение взаимодействия органов, осуществляющих государственный контроль за соблюдением национального законодательства государств Сторон о рекламе.

Статья 7

Стороны содействуют созданию организационных и правовых условий для осуществления деятельности общественных объединений в области рекламной деятельности, а также для их участия в формировании политики в области рекламы, в том числе в разработке проектов законов и иных нормативных актов, проведении независимой экспертизы и создании органов саморегулирования рекламы.

Статья 8

Взаимодействие органов, осуществляющих государственное регулирование, и контроль за соблюдением национального законодательства государств Сторон о рекламе и положений настоящего Соглашения осуществляются в соответствии с Положением о взаимодействии государств по пресечению монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции (приложение 1 к Договору о проведении согласованной антимонопольной политики от 25 января 2000 г.).

Статья 9

Реклама может являться полностью или частично объектом авторского права и смежных прав. В этом случае авторское право и смежные права подлежат защите в соответствии с национальным законодательством государств Сторон и Соглашением о сотрудничестве в области охраны авторского права и смежных прав от 24 сентября 1993 г.

Статья 10

1. Реклама должна быть легко распознаваема независимо от используемой формы и средства ее распространения.
2. При производстве, размещении и распространении рекламы не допускается:
 - сообщать недостоверные и заведомо ложные сведения;
 - использовать заявления или изображения, нарушающие общепринятые нормы нравственности и морали;
 - злоупотреблять доверием потребителя или получать преимущества вследствие его недостаточного опыта и знаний;
 - злоупотреблять свойственной детям доверчивостью и отсутствием у них опыта;
 - использовать авторитет государственной власти и должностных лиц в целях получения конкурентных преимуществ;
 - побуждать граждан к насилию, агрессии и опасным действиям, способным нанести вред здоровью физических лиц или угрожающим их безопасности;
 - осуществлять рекламу деятельности, требующей специального разрешения, при отсутствии такого разрешения, а также рекламу товаров, запрещенных к производству и реализации в соответствии с национальным законодательством государств Сторон;

побуждать к отказу от квалифицированной медицинской помощи и внушать, что безопасность и эффективность применения рекламируемых видов медикаментов (лекарственных средств) и методов лечения гарантированы;
использовать информацию, способствующую дискриминации по половому, расовому, национальному, религиозному или иному признаку.

Статья 11

1. Ненадлежащая реклама влечет ответственность в соответствии с национальным законодательством государств Сторон. Полное или частичное заимствование из других источников содержания или формы рекламы не может служить оправданием несоблюдения требований к рекламе.
2. Рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители несут ответственность за нарушение требований к рекламе в соответствии с национальным законодательством государства Стороны, на территории которого совершено нарушение.
3. Национальное законодательство государства Стороны о рекламе, на территории которого она распространяется, применяется и в тех случаях, когда действия, совершаемые в области рекламы физическими или юридическими лицами государства другой Стороны, приводят к ограничению конкуренции, введению в заблуждение физических и юридических лиц либо влекут за собой иные отрицательные последствия на рынке товаров государства Стороны, на территории которого распространяется реклама.
4. Физическое или юридическое лицо, которому стало известно о производстве, размещении и распространении ненадлежащей рекламы, содержащей сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, вправе обратиться в суд в порядке, установленном национальным законодательством государства Стороны, на территории которого распространяется реклама, с требованием возмещения убытков и морального вреда, причиненных распространением такой рекламы, а также с требованием опровержения этой рекламы тем же способом, каким она была распространена, если рекламодатель не выполняет это требование в добровольном порядке.

Статья 12

1. Реализацию настоящего Соглашения осуществляют компетентные органы Сторон в пределах компетенции, установленной национальным законодательством государств Сторон.
2. Координацию деятельности Сторон в реализации настоящего Соглашения осуществляет Межгосударственный совет по антимонопольной политике, учрежденный Договором о проведении согласованной антимонопольной политики от 25 января 2000 г.
3. Межгосударственный совет по антимонопольной политике взаимодействует с общественными объединениями, ассоциациями и иными организациями в области рекламной деятельности в процессе реализации настоящего Соглашения.
4. Общественные объединения и ассоциации в области рекламной деятельности могут принимать участие в реализации настоящего Соглашения в соответствии со своими уставами и национальным законодательством государств Сторон.

Статья 13

Настоящее Соглашение не затрагивает прав и обязательств Сторон по другим международным договорам, участниками которых они являются.

Статья 14

В настоящее Соглашение могут быть внесены изменения с согласия Сторон, оформляемые протоколами, которые являются его неотъемлемой частью.

Протоколы вступают в силу в том же порядке, что и настоящее Соглашение, как это определено статьей 16 настоящего Соглашения.

Статья 15

Спорные вопросы, связанные с применением или толкованием настоящего Соглашения, разрешаются

путем переговоров между заинтересованными Сторонами.

Статья 16

Настоящее Соглашение вступает в силу с даты сдачи на хранение депозитарию третьего уведомления о выполнении подписавшими его Сторонами внутригосударственных процедур, необходимых для вступления настоящего Соглашения в силу.

Для Сторон, выполнивших необходимые процедуры позднее, оно вступает в силу с даты сдачи на хранение депозитарию соответствующих документов.

Статья 17

Настоящее Соглашение действует в течение 5 лет с даты вступления в силу. По истечении этого срока настоящее Соглашение автоматически продлевается каждый раз на 5-летний период, если Стороны не примут иного решения.

Статья 18

Настоящее Соглашение открыто для присоединения государств - участников Содружества Независимых Государств, разделяющих его цели и принципы, путем передачи депозитарию документов о присоединении, а для присоединения третьих государств - с даты последнего уведомления Сторонами депозитария о согласии на такое присоединение.

Депозитарий извещает Стороны о каждом новом присоединении.

Статья 19

Каждая Сторона может выйти из настоящего Соглашения, направив письменное уведомление об этом депозитарию не позднее чем за 6 месяцев до даты выхода, предварительно урегулировав договорные обязательства, возникшие за время действия настоящего Соглашения.

Совершено в г. _____ 200_ г. в одном подлинном экземпляре на русском языке.

Подлинный экземпляр хранится в Исполнительном комитете Содружества Независимых Государств, который направит каждой Стороне, подписавшей настоящее Соглашение, его заверенную копию.

За Правительство За Правительство

Азербайджанской Республики Республики Молдова

За Правительство За Правительство

Республики Армения Российской Федерации

За Правительство За Правительство

Республики Белоруссия Республики Таджикистан

За Правительство За Правительство

Грузии Туркменистана

За Правительство За Правительство

Республики Казахстан Республики Узбекистан

За Правительство За Правительство

Киргизской Республики Украины