

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.