

## Проект

### ЗАКОН ПРИДНЕСТРОВСКОЙ МОЛДАВСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

#### О внесении дополнения в Закон Приднестровской Молдавской Республики «О рекламе»

Статья 1. Внести в Закон Приднестровской Молдавской Республики от 17 мая 1999 года № 160-З «О рекламе» (СЗМР 99-2) с изменениями и дополнениями, внесенными законами Приднестровской Молдавской Республики от 10 июля 2002 года № 152-ЗИД-III (САЗ 02-28); от 1 апреля 2008 года № 433-ЗИ-IV (САЗ 08-13), следующее дополнение:

статью 5 дополнить новой частью 8 следующего содержания:

«Реклама продукции, товаров, работ, услуг, производство и (или) реализация которых:

а) требует получения индивидуального предпринимательского патента, должна осуществляться с обязательным указанием регистрационного номера индивидуального предпринимателя, номера и серии выданного ему патента;

б) осуществляется юридическими лицами, должна содержать полное наименование данной организации».

Статья 2. Настоящий Закон вступает в силу с 1 января 2012 года.

Пояснительная записка  
к проекту Закона Приднестровской Молдавской Республики  
«О внесении дополнения в Закон Приднестровской Молдавской Республики  
«О рекламе»

а) Настоящий законопроект разработан в рамках Постановления Верховного Совета Приднестровской Молдавской Республики от 22 июля 2011 года № 365 «Об утверждении Концепции бюджетной и налоговой политики Приднестровской Молдавской Республики на 2012 год и среднесрочную перспективу» (САЗ 11-29).

Средства массовой информации сегодня - это бизнес с огромной социальной ответственностью. Стабильность и независимость средств массовой информации зависит от объективности и грамотной рыночной стратегии. Реклама является одним из главных источников доходов любого вида СМИ.

Реклама отличается огромным разнообразием форм. Однако ее главное, традиционное назначение — обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю.

Формируя спрос, и стимулируя сбыт, заставляя потребителей покупать товары и ускоряя процесс "купли-продажи", а отсюда оборачиваемость капитала, реклама выполняет на рынке экономическую функцию. Кроме того, она осуществляет и информационную функцию. В этой роли реклама обеспечивает потребителей направленным потоком информации о производителе и его товарах, в частности, их потребительской стоимости.

Настоящий законопроект предусматривает обязательное указание регистрационного номера индивидуального предпринимателя, номера и серии выданного ему патента в рекламе продукции, товаров, работ, услуг, производство и (или) реализация которых требует получения индивидуального предпринимательского патента. Реклама продукции, товаров, работ, услуг, производство и (или) реализация которых осуществляется юридическими лицами должна содержать полное наименование данной организации.

Разработка представленного законопроекта направлена на увеличение ответственности индивидуальных предпринимателей, а также юридических лиц при оказании воздействия на реализацию продукции, товаров, работ, услуг посредством рекламы.

Одной из целей Федерального закона Российской Федерации от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (текущая редакция) является реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Дистанционным способом продажи товара в соответствии со статьей 26.1 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" признается договор купли-продажи, заключенный на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, представленным на фотоснимках, посредством средств связи (телевизионной, почтовой, радио- и другой) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара.

При такой продаже покупатель находится в худшем положении по сравнению с тем, кто может сам исследовать товар или его образец. В последнее время сильно увеличилось число жалоб покупателей в связи с обманом и введением их в заблуждение относительно потребительских свойств товаров, реализуемых таким способом.

Так же одной из мер, направленных на защиту интересов потребителей в области публичной информации является, учитывающее весь предыдущий опыт правового регулирования рекламы и арбитражную практику, положение о рекламе товаров при дистанционном способе продажи в статье 8 Закона Российской Федерации "О рекламе". Подобно статье 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», который распространяется на продажу и продавцов, новый Закон Российской Федерации

"О рекламе" вводит аналогичные ограничения для рекламных деятелей. В случае рекламы товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны реквизиты продавца таких товаров, а именно: наименование - слово или словосочетание, позволяющее идентифицировать реализатора продукции; место нахождения - юридическое свойство, означающая привязку организации к административно-территориальной единице; и регистрационный номер записи о создании юридического лица, подтверждающий внесение организации в единый государственный реестр; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

б) в данной сфере правового регулирования действует Закон Приднестровской Молдавской Республики от 17 мая 1999 года № 160-3 «О рекламе» (СЗМР 99-2) с изменениями и дополнениями, внесенными законами Приднестровской Молдавской Республики от 10 июля 2002 года № 152-ЗИД-III (САЗ 02-28); от 1 апреля 2008 года № 433-ЗИ-IV (САЗ 08-13);

в) в связи со вступлением в силу данного проекта Закона не потребуется внесения изменений в иные нормативные правовые документы;

г) для реализации данного проекта не требуется принятие иных нормативных правовых актов;

д) реализация данного проекта Закона не потребует дополнительных материальных затрат;

е) для вступления в силу данного проекта Закона не требуется отдельного законодательного акта.

Министр финансов  
Приднестровской Молдавской Республики

И.И. Молоканова

Сравнительная таблица  
к проекту Закона Приднестровской Молдавской Республики  
«О внесении дополнения в Закон Приднестровской Молдавской Республики  
«О рекламе»»

Действующая редакция	Предлагаемая редакция
<p style="text-align: center;"><b>Статья 5. Общие требования к рекламе</b></p> <p>Реклама должна идентифицироваться как таковая без специальных знаний и без применения технических средств, в средствах массовой информации; реклама должна быть четко отделена от других материалов и программ при помощи печатных, аудиовизуальных либо комбинированных средств или комментариев.</p> <p>Организациям средств массовой информации и ее работникам запрещается взимать плату за размещение рекламы под видом информационного, редакционного или авторского материала.</p> <p>Реклама на территории Приднестровской Молдавской Республики может распространяться на любом из официальных языков Приднестровской Молдавской Республики. Данное положение не распространяется на радиовещание, телевизионное вещание и печатные издания, осуществляемые исключительно на иностранных языках, а также на зарегистрированные товарные знаки (знаки обслуживания).</p> <p>Реклама о самом рекламодателе, если осуществляемая им деятельность требует в соответствии с законами, регламентирующими вопросы государственного регулирования отдельных видов деятельности, специального разрешения, но такое разрешение отсутствует, либо его действие приостановлено в порядке и по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Приднестровской Молдавской Республики, а также реклама товаров, запрещенных к производству и реализации в соответствии с действующим законодательством Приднестровской Молдавской Республики, не допускается.</p> <p>К объектам рекламной деятельности относятся любые формы, методы, носители</p>	<p style="text-align: center;"><b>Статья 5. Общие требования к рекламе</b></p> <p>Реклама должна идентифицироваться как таковая без специальных знаний и без применения технических средств, в средствах массовой информации; реклама должна быть четко отделена от других материалов и программ при помощи печатных, аудиовизуальных либо комбинированных средств или комментариев.</p> <p>Организациям средств массовой информации и ее работникам запрещается взимать плату за размещение рекламы под видом информационного, редакционного или авторского материала.</p> <p>Реклама на территории Приднестровской Молдавской Республики может распространяться на любом из официальных языков Приднестровской Молдавской Республики. Данное положение не распространяется на радиовещание, телевизионное вещание и печатные издания, осуществляемые исключительно на иностранных языках, а также на зарегистрированные товарные знаки (знаки обслуживания).</p> <p>Реклама о самом рекламодателе, если осуществляемая им деятельность требует в соответствии с законами, регламентирующими вопросы государственного регулирования отдельных видов деятельности, специального разрешения, но такое разрешение отсутствует, либо его действие приостановлено в порядке и по основаниям, предусмотренным действующим законодательством Приднестровской Молдавской Республики, а также реклама товаров, запрещенных к производству и реализации в соответствии с действующим законодательством Приднестровской Молдавской Республики, не допускается.</p> <p>К объектам рекламной деятельности относятся любые формы, методы, носители</p>

и средства аудиовизуальной или иной связи, используемые для передачи рекламной информации потребителям рекламы.

Не допускается размещение рекламы в учебниках, предназначенных для обучения детей по общеобразовательным программам, в школьных дневниках, а также в тетрадях.

Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой "подлежит обязательной сертификации".

Реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий, побуждать к насилию и жестокости, формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

Реклама не должна посягать на общественные интересы, принципы гуманности и морали.

Субъектами рекламной деятельности (рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями) являются физические лица и юридические лица независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, публично представляющие в установленном порядке рекламную информацию при помощи художественных, технических или психологических приемов с целью формирования спроса и осуществления эффективной продажи товаров или реализации услуг.

Права и интересы субъектов рекламной деятельности охраняются настоящим Законом и другими принятыми в соответствии с ним нормативными актами.

и средства аудиовизуальной или иной связи, используемые для передачи рекламной информации потребителям рекламы.

Не допускается размещение рекламы в учебниках, предназначенных для обучения детей по общеобразовательным программам, в школьных дневниках, а также в тетрадях.

Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой "подлежит обязательной сертификации".

**Реклама продукции, товаров, работ, услуг, производство и (или) реализация которых:**

**а) требует получения индивидуального предпринимательского патента, должна осуществляться с обязательным указанием регистрационного номера индивидуального предпринимателя, номера и серии выданного ему патента;**

**б) осуществляется юридическими лицами, должна содержать полное наименование данной организации.**

Реклама не должна побуждать к совершению противоправных действий, побуждать к насилию и жестокости, формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

Реклама не должна посягать на общественные интересы, принципы гуманности и морали.

Субъектами рекламной деятельности (рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями) являются физические лица и юридические лица независимо от организационно-правовой формы и формы собственности, публично представляющие в установленном порядке рекламную информацию при помощи художественных, технических или психологических приемов с целью формирования спроса и осуществления эффективной продажи товаров или реализации услуг.

Права и интересы субъектов рекламной деятельности охраняются настоящим Законом и другими принятыми в соответствии с ним нормативными актами.