



**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
УКРАЇНИ З ПИТАНЬ
БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ
ПРОДУКТІВ ТА ЗАХИСТУ
СПОЖИВАЧІВ**

Держпродспоживслужба

вул. Б. Грінченка, 1, м. Київ, 01001,
тел./факс (044) 279-48-83,
тел. (044) 279-12-70
E-mail: info@dpss.gov.ua,
сайт: <https://dpss.gov.ua>,
код згідно з ЄДРПОУ 39924774

**STATE SERVICE OF
UKRAINE ON FOOD SAFETY
AND CONSUMER
PROTECTION
SSUFSCP**

1, B. Hrinchenko str., Kyiv, 01001,
fax: (044) 279-48-83,
phone (044) 279-12-70
E-mail: info@dpss.gov.ua,
WEB: <https://dpss.gov.ua>,
код згідно з ЄДРПОУ 39924774

№ _____ від _____ 20__ р.

**Державна регуляторна служба
України**

На виконання доручення Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 09.02.2023 № 36208/1/1-22 з метою реалізації Закону України від 13.12.2022 № 2849-IX «Про медіа» Державною службою України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів доопрацьовано проект постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу» (далі – проект Постанови), що розроблявся відповідно до доручень Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 27.01.2022 № 620/1/1-22 з метою реалізації Закону України від 16.12.2021 № 1978-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну», від 13.12.2021 № 52022/1/1-21 з метою реалізації Закону України від 21.10.2021 № 1822-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу».

Відповідно до вимог § 38 Регламенту Кабінету Міністрів України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 18.07.2007 № 950, просимо погодити зазначений проект Постанови у п'ятнадцятиденний термін.

- Додатки: 1. Проект Постанови на 20 арк. в 1 прим.
2. Пояснювальна записка на 5 арк. в 1 прим.
3. Порівняльна таблиця на 38 арк. в 1 прим.
4. Аналіз регуляторного впливу на 18 арк. в 1 прим.
5. Копія повідомлення про оприлюднення на 1 арк. в 1 прим.

Т. в. о. Голови

Ольга ШЕВЧЕНКО

КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

ПОСТАНОВА

від _____ № _____

Київ

**Про внесення змін до Порядку накладення штрафів
за порушення законодавства про рекламу**Кабінет Міністрів України **постановляє:**

1. Внести до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 р. № 693 (Офіційний вісник України, 2004 р., № 21, ст. 1440; 2009 р., № 72, ст. 2477; 2012 р., № 11, ст. 403, № 24, ст. 917, № 73, ст. 2939), зміни, що додаються.

2. Установити, що зміни, зазначені у пункті 1 цієї постанови, набувають чинності у такому порядку:

пункт 4 та абзаци другий – сорок сьомий пункту 5 цих змін – одночасно з набранням чинності Законом України від 16 грудня 2021 року № 1978-ІХ «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну»;

пункти 1-3, абзаци сорок восьмий – шістдесят сьомий пункту 5, пункти 6-12 цих змін – з дня опублікування цієї постанови.

Прем'єр-міністр України

Д. ШМИГАЛЬ



УВ
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/13407 від 13.06.2023
КЕП: ШЕВЧЕНКО О. П. 13.06.2023 10:50
248197DDFAB977E50400000CED4EB00D7BBDE03
Сертифікат дійсний з 31.01.2023 09:43 до 31.01.2024 23:59

**ЗМІНИ,
що вносяться до Порядку накладення штрафів за порушення
законодавства про рекламу**

1. У пункті 1 Порядку:

після слів «виключно до компетенції» доповнити словами та знаком «Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення.».

2. У пункті 2 Порядку:

в абзаці десятому слова «або подання свідомо неправдивої інформації щодо вартості розповсюдженої реклами, її виготовлення та/або розповсюдження» замінити словами та знаками «, несвоєчасне подання або подання завідомо недостовірної інформації про вартість розповсюдженої реклами та/або виготовлення реклами, та/або вартість розповсюдження реклами, а також інформації, передбаченої частиною другою статті 26 Закону».

3. У пункті 3 Порядку:

1) у підпункті 1:

абзац третій викласти у такій редакції:

«лікарських засобів, які відпускаються та вживаються лише за рецептом лікаря та які внесені центральним органом виконавчої влади у галузі охорони здоров'я до переліку лікарських засобів, заборонених до рекламування;»;

в абзаці четвертому знак та слова «, лікувальних сеансів, інших заходів з використанням гіпнозу та інших методів безконтактного, психічного або біоенергетичного впливу, діагностики або лікування, які не ґрунтуються на безпосередньому контакті лікаря з пацієнтом» виключити;

2) у підпункті 2:

абзац другий викласти у такій редакції:

«відсутність у рекламі об'єктивної інформації про лікарський засіб, медичний виріб, метод профілактики, діагностики, лікування, реабілітації, консультування з лікарем перед застосуванням лікарського засобу чи медичного виробу, тексту попередження такого змісту: «Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я», що займає не менше 15 відсотків площі (тривалості) всієї реклами;»;



абзац третій викласти у такій редакції:

«розміщення у рекламі відомостей, які можуть справляти враження, що за умови застосування лікарського засобу чи медичного виробу консультація з фахівцем не є необхідною, відомостей про те, що лікувальний ефект від застосування лікарського засобу чи медичного виробу є гарантованим, а також зображень зміни людського тіла або його частин внаслідок хвороби, поранень;»;

в абзаці четвертому слово «інформації» замінити словом «тверджень», слово «сприяє» замінити словом «сприяють»;

в абзаці п'ятому:

слова та знаки «найефективніші, найбезпечніші» замінити словами та знаком «найбільш ефективні, найбільш безпечні»;

слова та знак «, порівняння з іншими лікарськими засобами, медичною технікою, методами профілактики, діагностики, лікування і реабілітації з метою посилення рекламного ефекту» виключити;

в абзаці шостому слова «посилання» замінити словами «посилань», після слів «медичних закладів» доповнити словами «та організацій»;

в абзаці сьомому:

слова «розміщення висловлювань» замінити словами «спеціальних виявлень», слова та знаки «неправдивої інформації про склад, походження, ефективність, патентну захищеність лікарського засобу» замінити словами та знаками «інформації, що може вводити споживача в оману щодо складу, походження, ефективності, патентної захищеності товару, що рекламується»;

в абзаці восьмому після слів «яких імітує» доповнити словами «зовнішній вигляд »;

в абзаці дев'ятому слова та знак «повідомлення, з якого може виникнути припущення» замінити словами та знаком «інформації, яка дозволяє припустити»;

після абзацу десятого доповнити абзацами одинадцятим – тринадцятим такого змісту:

«посилання на терапевтичні ефекти стосовно захворювань, які не піддаються або важко піддаються лікуванню;

посилання на те, що товари та методи, що не належать до лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, а також харчові продукти для спеціального дієтичного



споживання, функціональні харчові продукти та дієтичні добавки мають лікувальні властивості;

рекламуванні лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування, реабілітації таким чином, що не зрозуміло, чи є наведене повідомлення рекламою, а рекламований товар лікарським засобом.».

У зв'язку з цим абзаци одинадцятий – тринадцятий вважати відповідно абзацами чотирнадцятим – шістнадцятим;

абзац п'ятнадцятий виключити;

доповнити підпункт новим абзацом такого змісту:

«будь-яке посилання в інформації рекламного характеру про ім'я або найменування спонсора програм лінійних аудіальних чи аудіовізуальних медіа, знаку для товарів і послуг, який йому належить, на лікарські засоби, що вживаються та розповсюджуються лише за приписом (рецептом) лікаря, та медичну техніку, методи профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, застосування яких потребує спеціальних знань та підготовки.».

у тексті підпункту 2 слова «медична техніка» в усіх відмінках замінити словами «медичний виріб» у відповідних відмінках;

слова «спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі охорони здоров'я» та «МОЗ або уповноваженим ним органом» замінити словами та знаком «центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я».

4. У пункті 4 Порядку:

1) у абзаці першому після слів і цифр «статті 22» доповнити словом «Закону»;

2) у підпункті 1:

в абзаці п'ятому слово «паління» замінити словом «куріння»;

в абзаці шостому слово «алкоголь» замінити словами «алкогольних напоїв», слово «паління» замінити словами «куріння тютюнових виробів»;

в абзаці сьомому слова «тютюнових виробів або паління сприяє» замінити словами «куріння тютюнових виробів сприятиме», слово «палить» замінити словами «курить тютюнові вироби»;



в абзаці восьмому перед словами «тютюнових виробів» доповнити словом «куріння»;

в абзаці дев'ятому слова та знаки «а також інформації, яка є прямим чи опосередкованим схваленням популярними особами паління,» замінити словами та знаками «або прямого чи опосередкованого схвалення популярними особами куріння тютюнових виробів,», слово «алкоголю» замінити словами «алкогольних напоїв»;

доповнити підпункт абзацом такого змісту:

«вміщення зображення тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби предмети, пов'язаних з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, у рекламі будь-яких інших товарів або послуг»;

3) у підпункті 2:

абзац другий викласти у такій редакції:

«розповсюдження реклами тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, у будь-яких аудіовізуальних медіа незалежно від технології їх розповсюдження, а також в онлайн-медіа, на перших і останніх сторінках друкованих медіа, в усіх друкованих медіа для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих медіа, а алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, - у будь-яких аудіовізуальних медіа незалежно від технології їх розповсюдження з 6 години до 23 години»;

абзац четвертий викласти у такій редакції:

«розміщення реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої на перших і останніх сторінках друкованих медіа, у всіх друкованих медіа для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих медіа, у всіх виданнях для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих видань; в усіх друкованих медіа (крім спеціалізованих видань);»;

абзац п'ятий після слів «на товарах» доповнити словами «та у друкованих виданнях», після слів та цифри «до 18 років» доповнити словами «або у розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань»;



в абзаці шостому слова «друкованих видань» замінити словами «друкованих медіа»;

абзац десятий після слів «спортивного характеру» доповнити словами та знаками «(спортивних заходів та спортивних змагань)»;

абзац одинадцятий викласти у такій редакції:

«розміщення безпосередньо на тютюнових виробках та/або їх упаковці інформації з метою стимулювання продажу тютюну, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листів-вкладок упакування тютюнових виробів; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування тютюнових виробів, за винятком:»;

в абзаці п'ятнадцятому слова та знаки «телепередач, радіопередач» замінити словами «програм лінійних аудіальних чи аудіовізуальних медіа»;

абзац двадцять третій доповнити словами та знаком «, якщо умовою надання чи участі в них є придбання або вживання тютюнових виробів»;

абзац двадцять четвертий доповнити словами «або послугами»;

абзац двадцять п'ятий викласти у такій редакції:

«розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі з використанням графічних зображень чи малюнків, кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів та пристроїв для демонстрації відеороликів за винятком:»;

абзац двадцять шостий після слів «міститься текстова інформація» доповнити словами «надрукована шрифтом чорного кольору на білому фоні»;

абзац двадцять дев'ятий викласти у такій редакції:

«надсилання повідомлень невизначеному колу осіб поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення будь-якої інформації в мережі Інтернет, включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі, з метою стимулювання продажу тютюнових виробів;»;

доповнити підпункт новим абзацом такого змісту:

«продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містять напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи



асоціюються з тютюновим виробом, знаком для товарів і послуг чи з виробником тютюнових виробів.».

4) у пункті 4 після слів «тютюнові вироби» в усіх відмінках доповнити словами та знаками «предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння,» у відповідних відмінках.

5. Доповнити Порядок після пункту 4 пунктами 4¹ та 4² такого змісту:

«4¹. За порушення законодавства про рекламу електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається така продукція (статті 22 Закону, статті 16¹ та 16² Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення»), штрафи накладаються:

1) на рекламодавців, винних у:

наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;

у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:

- залучення до реклами осіб віком до 18 років як фотомоделей;
- вміщення зображення процесу використання електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;
- формування думки, що електронні сигарети, заправні контейнери, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння мають лікувальні властивості або що вони є стимулюючими чи заспокійливими засобами, їх використання є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя;
- створення враження, що використання електронних сигарет, заправних контейнерів, використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння сприяє розв'язанню особистих проблем;
- заохочення до використання електронних сигарет, заправних контейнерів, використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння або негативне розцінювання факту утримування від їх вживання чи використання;
- вміщення у рекламі зображення лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів, популярних осіб;



- вміщення зображень електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у рекламі будь-яких інших товарів або послуг;

2) на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:

розповсюдження реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у будь-яких аудіовізуальних медіа незалежно від технології їх розповсюдження, а також в онлайн-медіа, на перших і останніх сторінках друкованих медіа, в усіх друкованих медіа для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих медіа;

розповсюдження реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, шляхом використання засобів зовнішньої та внутрішньої реклами (за винятком розміщення інформації про продукцію у місцях, де вона реалізується, відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України);

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у наукових, науково-популярних, навчальних, громадсько-політичних, довідкових, літературно-художніх виданнях, виданнях для дітей та юнацтва, виданнях для організації дозвілля та відпочинку, спорту та інших виданнях, у тому числі в усіх друкованих медіа;

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, на товарах та у друкованих виданнях, призначених переважно для осіб віком до 18 років, або в розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань;

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, на транспорті;



рекламування електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, за допомогою проведення заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, за умови, що на такі заходи допускаються лише працівники підприємств, які мають ліцензію на оптову торгівлю електронними сигаретами, заправними контейнерами, пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, або виробництво цієї продукції);

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у місцях проведення масових заходів політичного, освітнього, релігійного, спортивного характеру (спортивних заходів та спортивних змагань) та розважальних заходів, призначених для неповнолітніх осіб;

розміщення інформації щодо тютюну з метою стимулювання його продажу на пристроях для споживання тютюнових виробів без їх згоряння та/або на будь-якому їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листків-вкладок до упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, за винятком:

- інформації, яка наноситься на упаковку та транспортну тару зазначеної продукції відповідно до вимог законодавства;
- інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої на етикетці, а також у маркуванні чи у супровідній документації здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України;

розміщення інформації з метою стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, безпосередньо на електронних сигаретах, заправних контейнерах, рідинах, що використовуються в електронних сигаретах, та/або їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; вкладень до упакування електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, за винятком:

- інформації, яка наноситься на упаковку та транспортну тару зазначеної продукції відповідно до вимог законодавства;



- інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої на етикетці, а також у маркуванні чи у супровідній документації здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України;

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у мережі Інтернет, соціальних чи інших цифрових мережах (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках, розміщення інформації для повнолітніх осіб щодо асортименту, споживчих характеристик, обслуговування та використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння та електронних сигарет на веб-сайтах виробників, імпортерів таких виробів, обов'язковою умовою доступу до яких є попередня ідентифікація віку користувачів з використанням документа, що посвідчує особу, в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, інших випадків, передбачених законом);

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, у яких навчаються діти віком до 18 років;

розміщення зображення електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, на будь-яких інших товарах, крім розміщення на товарах (предметах), пов'язаних із використанням електронних сигарет, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, запальничках та попільничках;

рекламування електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, шляхом обміну цієї продукції на будь-які інші товари, роботи та послуги, надання права участі у лотереї, грі, конкурсі та інших розважальних заходах, якщо умовою надання права участі є придбання електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

провадження діяльності з рекламування електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння,



знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються ця продукція, що передбачають спонсорування заходів, призначених переважно для осіб віком до 18 років, з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються ця продукція;

проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень, обміну одних пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння на інші пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння чи будь-які інші товари, роботи, послуги;

проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну одних електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, на інші електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, чи інші товари, роботи, послуги;

використання електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння з метою отримання товарів, робіт, послуг; пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання цієї продукції;

пропонування або надання бонусів, премій, права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, повернення готівкових коштів (крім випадків, передбачених законодавством України про захист прав споживачів), прямо або опосередковано пов'язаних з реалізацією електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, якщо умовою надання чи участі в них є придбання або вживання рідин, що використовуються в електронних сигаретах, використання електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

продаж електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;

розміщення інформації про виробника електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння та/або цих товарів у місцях, у яких такі товари реалізуються чи надаються споживачеві, з використанням графічних зображень чи малюнків (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються такі товари),



кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, за винятком інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України;

розміщення поза межами місць реалізації пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання будь-якої інформації про виробника пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

розміщення інформації щодо електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, в місцях проведення розважальних заходів у тому числі для неповнолітніх осіб, на транспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони без згоди споживача, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення інформації в мережі Інтернет (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згорання, в тому вигляді, в якому їм наданий правовий захист відповідно до законодавства про охорону прав інтелектуальної власності, а також інформації, розповсюдження чи доведення до споживача якої за допомогою засобів дистанційного зв'язку прямо передбачено законом), включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках), з метою стимулювання продажу цієї продукції;

продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містить напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згорання, електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, знаком для товарів і послуг чи з виробником такої продукції;



реклама нетютюнових виробів, послуг упаковка яких містить напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, знаком для товарів і послуг чи з виробником такої продукції (крім розміщення інформації, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою та призначена для забезпечення реалізації прав споживачів, доводиться до споживача на етикетці, а також у маркуванні продукції відповідно до статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів», в інших випадках, передбачених законами України);

продаж електронних сигарет, заправних контейнерів пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння у наборі з будь-якими іншими товарами;

розповсюдження реклами електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, яке передбачає спонсорство такої продукції, у тому числі:

- спонсорство телепередач, радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів, програм чи окремих осіб або спонсорство з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються зазначена продукція;

- надання виробниками пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, або пов'язаними з ними організаціями фінансової або іншої підтримки заходам, діяльності, окремим особам або групам, у тому числі політичним партіям, політичним чи громадським діячам, спортсменам або спортивним командам, артистам або артистичним групам, закладам освіти усіх форм власності;

- проведення інформаційних кампаній та заходів для населення, у тому числі з метою профілактики куріння серед молоді, за прямої або опосередкованої фінансової підтримки виробниками пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, або пов'язаними з ними організаціями.

4⁻². За порушення законодавства про рекламу азартних ігор, організаторів азартних ігор (стаття 22¹ Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:

1) наданні недостовірної інформації виробнику реклами необхідної для її виготовлення та розповсюдженню реклами, якщо рекламодавець:



- не має ліцензію на провадження відповідного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор;
- виступає рекламодавцем бренду організатора азартних ігор, що належить іншому суб'єкту господарювання;

2) недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:

- залучення до реклами осіб, які не досягли 21-річного віку, у тому числі як фотомоделей;
- формування думки, що виграти в азартну гру легко, а також, що участь в азартних іграх може бути джерелом доходів чи альтернативою роботі;
- відсутність тексту попередження про ігрову залежність або його невідповідність вимогам законодавства;
- реклама містить недостовірну, хибну, неправдиву або удавану інформацію;
- відсутність у рекламі відомостей про ліцензію, номер, дату її видачі та найменування органу, який видав ліцензію на провадження певного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор рекламодавцю.

Штрафи також накладаються на рекламодавців у разі, коли вони розповсюджують рекламу самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у порушенні порядку розповсюдження та розміщення реклами, зокрема:

розповсюдження реклами азартних ігор, реклами знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри в лінійних аудіовізуальних та аудіальних медіа з 6 години до 23 години;

розповсюдження реклами азартних ігор, реклами знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри у наукових, науково-популярних, навчальних, громадсько-політичних, довідкових, літературно-художніх виданнях, виданнях для дітей та юнацтва та інших виданнях (крім спеціалізованих видань, присвячених азартним іграм);

розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри в усіх друкованих медіа (крім спеціалізованих видань, присвячених азартним іграм);



розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів та метрополітену;

розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри засобами зовнішньої реклами;

розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри на товарах (у тому числі одязі), призначених переважно для осіб віком до 21-річного віку;

розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри в місцях проведення розважальних, театральних-концертних, спортивних та інших заходів для осіб, які не досягли 21-річного віку;

будь-яка діяльність з рекламування азартних ігор суб'єктів господарювання, які організують азартні ігри, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими здійснюється діяльність з організації та проведення азартних ігор, без наявності у рекламодавця ліцензії на провадження відповідного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор;

спрямування реклами на вразливі групи населення (неповнолітні особи, малозабезпечені особи, хворі на психічні захворювання).».

6. У пункті 6 Порядку:

1) в абзаці першому слова «послуг, пов'язаних із залученням коштів населення» замінити словами «у сфері фінансових послуг»;

2) у підпункті 1 слова та знаки «про спеціальний дозвіл, ліцензію, що підтверджує право рекламодавця на провадження такого виду діяльності» замінити словами «якщо рекламодавець не має право відповідно до закону надавати фінансові послуги»;



3) у підпункті 2:

абзац другий виключити;

абзац третій викласти у такій редакції:

«у рекламі фінансових послуг відсутня інформація про номер за державним реєстром фінансових установ або державним реєстром банків, номер зазначеного дозволу чи ліцензії, дату видачі та найменування органу, що видав дозвіл або ліцензію»;

4) доповнити підпунктом 3 такого змісту:

«3) замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом:

реклама фінансових послуг, пов'язаних із залученням коштів населення, або осіб, які надають такі послуги, без внесення інформації про особу до державного реєстру фінансових установ або державного реєстру банків та наявності відповідного дозволу, виданого згідно із законами з питань регулювання окремих ринків фінансових послуг, або ліцензії на провадження діяльності з надання відповідної фінансової послуги;

реклама фінансових послуг без набуття особою, що їх надає, статусу фінансової установи чи без одержання нею відповідного дозволу або ліцензії, якщо законом для провадження діяльності з надання таких послуг передбачено набуття статусу фінансової установи чи одержання відповідного дозволу або ліцензії;

реклама фінансових послуг, надання яких на території України заборонено законом;

реклама фінансових послуг, у якій інформація про умови надання фінансових послуг відсутня або:

- зазначається шрифтом, розмір якого на 50 і більше відсотків менший за розмір шрифту, яким зазначена назва фінансової послуги, що рекламується;

- оголошується більш як на 25 відсотків швидше за оголошення назви фінансової послуги, що рекламується;

- зазначається шрифтом, розмір якого на 50 і більше відсотків менший за розмір шрифту, яким зазначене найменування фінансової установи, яка надає фінансову послугу (у разі відсутності в рекламі назви фінансової послуги);

- зазначається шрифтом, розмір якого на 50 і більше відсотків менший за розмір шрифту, яким зазначений знак для товарів і послуг (торговельна марка), що використовується фінансовою установою, яка надає фінансову послугу (у разі відсутності в рекламі назви фінансової послуги та найменування фінансової установи);

- зазначається у спосіб, який ускладнює її візуальне сприйняття;



іншої реклами у сфері фінансових послуг (у тому числі реклами фінансової послуги), яка вважається недобросовісною рекламою.».

7. У пункті 7 Порядку:

1) абзац перший після слів «цінних паперів» доповнити словами «та фондового ринку»;

2) у підпункті 1 назву Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок" замінити назвою "Про ринки капіталу та організовані товарні ринки";

3) підпункти 3, 4 викласти у такій редакції:

«3) зазначенні розміру доходу, який передбачається одержати за цінними паперами (у тому числі за результатами екстраполяційного прогнозу), та робити прогнози щодо збільшення вартості цінних паперів (крім цінних паперів з фіксованою дохідністю);

4) використанні відомостей, які не відповідають проспекту емісії цінних паперів відповідно випуску, зареєстрованого у НКЦПФР;»;

5) у підпункті 5 слово «величину» замінити словом «розмір», слова «зазначення того» замінити словами «посилання на те», перед словом «прибуток» доповнити словами «дохід або».

8. Пункт 7⁻¹ Порядку викласти у новій редакції:

«За порушення законодавства про рекламу об'єктів будівництва, будівель, приміщень з метою залучення коштів фізичних та юридичних осіб (у тому числі в управлінні) для спорудження таких об'єктів, штрафи накладаються на рекламодавців, винних у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:

відсутність у рекламі зазначених об'єктів будівництва, будівель, приміщень:

- відомостей про реквізити документів, визначених частиною першою статті 25¹ Закону;

- ідентифікатора об'єкта будівництва в Єдиній державній електронній системі у сфері будівництва;

- адреси веб-сайту замовника будівництва, девелопера будівництва (за наявності), управителя фонду фінансування будівництва (за наявності), на якому розміщена інформація, визначена Законом України «Про гарантування речових прав на об'єкти нерухомого майна, які будуть споруджені в

УВ Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/13407 від
13.06.2023

арк.1



майбутньому» (у разі продажу житлових приміщень) (не застосовується до об'єктів житлового будівництва (у тому числі житлових та нежитлових приміщень), право на виконання будівельних робіт щодо яких набуто до набрання чинності Законом України «Про гарантування речових прав на об'єкти нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому»);

відсутність у рекламі будівель з метою їх продажу або найму (оренди), які мають енергетичний сертифікат, інформації про клас енергетичної ефективності, зазначеної у відповідному енергетичному сертифікаті;

відсутність у рекламі об'єктів будівництва з метою їх продажу або найму (оренди) інформації про клас енергетичної ефективності, зазначеної у проектній документації на будівництво.

Штрафи також накладаються на рекламодавців у разі, коли вони розповсюджують рекламу самостійно, і на розповсюджувачів реклами об'єктів будівництва, будівель, приміщень з метою залучення коштів фізичних та юридичних осіб(у тому числі в управлінні) для спорудження таких об'єктів, винних у порушенні порядку розповсюдження та розміщення реклами, а саме у рекламуванні зазначених об'єктів за відсутності у відповідних осіб документів, визначених частиною першою статті 25¹ Закону відносно об'єкту, що рекламується.»

9. Доповнити Порядок після пункту 7⁻¹ пунктом 7⁻² такого змісту:

«7⁻². За порушення законодавства про рекламу дитячого харчування (стаття 25² Закону) штрафи накладаються:

1) на рекламодавців, винних у:

замовленні реклами дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування, крім випадків передбачених статтею 25²;

недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:

вміщенні інформації, іншої ніж науково підтверджена, а також інформації, яка справляє враження, що штучне вигодовування є рівноцінним або має переваги порівняно із грудним вигодовуванням;

відсутності в рекламі дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування інформації про безумовну перевагу грудного вигодовування;



використанні малюнків/фото дітей грудного віку, інших малюнків або текстів, які ідеалізують дитячі суміші початкові, крім графічних зображень для полегшення впізнаваності дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування, а також для ілюстрації методів приготування таких харчових продуктів;

вміщення слів «гуманізований», «материнський», «адаптований» або будь-які однокореневих слів чи похідних від них будь-якою мовою;

відсутності інформації щодо дитячих сумішей початкових, вміщення якої передбачено частиною чотирнадцятою статті 6¹ Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»;

2) на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:

розповсюдженні та розміщенні реклами дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування, крім розміщення такої реклами у:

спеціалізованих виданнях (у тому числі електронних) з питань догляду за дітьми грудного віку та/або дітьми раннього віку;

наукових фахових виданнях (у тому числі електронних);

матеріалах (у тому числі електронних), які поширюються на семінарах, конференціях, симпозіумах з медичної тематики, призначених виключно для осіб, які мають кваліфікацію в галузі медицини, харчування або фармації;

розповсюдженні та розміщенні реклами таким чином, що не дає змогу споживачам чітко її розрізнати.

Положення цього пункту в частині реклами дитячих сумішей для подальшого годування не застосовується, за рішенням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я, про визнання України країною, що не належить до країн з високим ступенем ризику дитячої смертності.».

10. У пункті 14 Порядку слова та знаки «не пізніш як за три дні до дати розгляду, а у невідкладних випадках - не пізніш як за один день» замінити словами «не менше ніж за п'ять робочих днів до дати розгляду справи».

11. У тексті Порядку слова «недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами» та «недотриманні встановлених законом вимог до змісту



реклами» замінити словами «недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту».

12. У тексті Порядку слова «Держспоживінспекція» в усіх відмінках замінити словами «Держпродспоживслужба» у відповідних відмінках.



ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ
до проекту постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів
за порушення законодавства про рекламу»

| Зміст положення акта законодавства | Зміст відповідного положення проекту акта |
|---|---|
| <p style="text-align: center;">ЗАТВЕРДЖЕНО постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 р. № 693</p> <p style="text-align: center;">ПОРЯДОК накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу</p> | <p style="text-align: center;">ЗАТВЕРДЖЕНО постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 р. № 693</p> <p style="text-align: center;">ПОРЯДОК накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу</p> |
| ... | ... |
| <p>1. Цей Порядок регулює питання накладення уповноваженими особами <i>Держспоживінспекції</i> та її територіальних органів в Автономній Республіці Крим, областях, мм. Києві та Севастополі (далі - територіальні органи) штрафів на рекламодавців, виробників і розповсюджувачів реклами за порушення законодавства про рекламу (крім штрафів, накладення яких належить виключно до компетенції Антимонопольного комітету і регулюється законодавством з питань авторського права та суміжних прав).</p> <p>2. Штрафи відповідно до статті 27 Закону України "Про рекламу" (далі - Закон) накладаються у таких розмірах: п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами - на рекламодавців, винних у: ... <i>недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами;</i> ...</p> | <p>1. Цей Порядок регулює питання накладення уповноваженими особами Держпродспоживслужби та її територіальних органів в Автономній Республіці Крим, областях, мм. Києві та Севастополі (далі - територіальні органи) штрафів на рекламодавців, виробників і розповсюджувачів реклами за порушення законодавства про рекламу (крім штрафів, накладення яких належить виключно до компетенції Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, Антимонопольного комітету і регулюється законодавством з питань авторського права та суміжних прав).</p> <p>2. Штрафи відповідно до статті 27 Закону України "Про рекламу" (далі - Закон) накладаються у таких розмірах: п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами - на рекламодавців, винних у: ... недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту; ...</p> |



UB
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/13407 від 13.06.2023
КЕП: ШЕВЧЕНКО О. П. 13.06.2023 10:50
248197DDFAB977E504000000CED4EB00D7BBDE03
Сертифікат дійсний з 31.01.2023 09:43 до 31.01.2024 23:59

сто неоподатковуваних мінімумів доходів громадян - на рекламодавців, виробників і розповсюджувачів реклами за неподання *або подання свідомо неправдивої інформації щодо вартості розповсюдженої реклами, її виготовлення та/або розповсюдження.*

...

3. За порушення законодавства про рекламу лікарських засобів, *медичної техніки*, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації (стаття 21 Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:

1) замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом:

лікарських засобів, *медичної техніки*, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, не дозволених до застосування в Україні спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі охорони здоров'я;

лікарських засобів, які відпускаються (розповсюджуються) та вживаються лише за приписом (рецептом) лікаря, медичної техніки і методів профілактики, діагностики, лікування та реабілітації, застосування яких потребує спеціальних знань і підготовки;

~~допінгових речовин та/або методів для їх використання у спорті, лікувальних сеансів, інших заходів з використанням гіпнозу та інших методів безконтактного, психічного або біоенергетичного впливу, діагностики або лікування, які не ґрунтуються на безпосередньому контакті лікаря з пацієнтом;~~

2) *недотриманні встановлених законом вимог до змісту реклами, а саме:*

сто неоподатковуваних мінімумів доходів громадян - на рекламодавців, виробників і розповсюджувачів реклами за неподання, **несвоєчасне подання або подання завідомо недостовірної інформації про вартість розповсюдженої реклами та/або виготовлення реклами, та/або вартість розповсюдження реклами, а також інформації, передбаченої частиною другою статті 26 Закону.**

...

3. За порушення законодавства про рекламу лікарських засобів, **медичних виробів**, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації (стаття 21 Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:

1) замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом:

лікарських засобів, **медичних виробів**, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, не дозволених до застосування в Україні спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі охорони здоров'я;

лікарських засобів, які відпускаються та вживаються лише за рецептом лікаря та які внесені центральним органом виконавчої влади у галузі охорони здоров'я до переліку лікарських засобів, заборонених до рекламування

~~допінгових речовин та/або методів для їх використання у спорті;~~

2) **недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами,**



відсутність у рекламі об'єктивної інформації про лікарський засіб, вимоги щодо необхідності консультування з лікарем перед застосуванням лікарського засобу, рекомендацій щодо обов'язкового ознайомлення з інструкцією до застосування, що додається до лікарських засобів;

розміщення у рекламі відомостей, які справляють враження, що за умови вживання лікарського засобу чи застосування медичної техніки консультація з фахівцем не потрібна, відомостей про те, що лікувальний ефект від вживання лікарського засобу чи застосування медичної техніки є гарантованим, а також зображень зміни людського тіла або його частин внаслідок хвороби, поранень;

розміщення у рекламі інформації, що сприяє виникненню або розвитку страху захворіти чи погіршити стан свого здоров'я через невикористання лікарських засобів, медичної техніки та медичних послуг, які рекламуються, а також самостійному встановленню діагнозу для хвороб, патологічних станів людини та їх самостійного лікування з використанням медичних товарів, що рекламуються;

посилання на лікарські засоби, медичну техніку, методи профілактики, діагностики, лікування і реабілітації як на найефективніші, найбезпечніші, виняткові щодо відсутності побічних ефектів, порівняння з іншими лікарськими засобами, медичною технікою, методами профілактики, діагностики, лікування і реабілітації з метою посилення рекламного ефекту;

посилання на конкретні випадки вдалого застосування лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики,

в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:

відсутність у рекламі об'єктивної інформації про лікарський засіб, медичний виріб, метод профілактики, діагностики, лікування, реабілітації, консультування з лікарем перед застосуванням лікарського засобу чи медичного виробу, тексту попередження такого змісту: «Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я», що займає не менше 15 відсотків площі (тривалості) всієї реклами

розміщення у рекламі відомостей, які можуть справляти враження, що за умови застосування лікарського засобу чи медичного виробу консультація з фахівцем не є необхідною, відомостей про те, що лікувальний ефект від застосування лікарського засобу чи медичного виробу є гарантованим, а також зображень зміни людського тіла або його частин внаслідок хвороби, поранень

розміщення у рекламі тверджень, що сприяють виникненню або розвитку страху захворіти чи погіршити стан свого здоров'я через невикористання лікарських засобів, медичної техніки та медичних послуг, які рекламуються, а також самостійному встановленню діагнозу для хвороб, патологічних станів людини та їх самостійного лікування з використанням медичних товарів, що рекламуються;

посилання на лікарські засоби, медичну техніку, методи профілактики, діагностики, лікування і реабілітації як на найбільш ефективні, найбільш безпечні, виняткові щодо відсутності побічних ефектів;



діагностики, лікування та реабілітації, рекомендації або *посилання* на рекомендації медичних працівників, науковців, медичних закладів щодо рекламованого товару чи послуги;

розміщення висловлювань подяки, вдячності, текстів листів, уривків з них з рекомендаціями, розповідями про застосування та результати дії рекламованих товару чи послуги від окремих осіб, зображень і згадок імен популярних осіб, героїв кіно-, теле- та анімаційних фільмів, авторитетних організацій, а також *неправдивої інформації про склад, походження, ефективність, патентну захищеність лікарського засобу*;

залучення до участі в рекламі лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує лікарів;

повідомлення, з якого може виникнути припущення, що лікарський засіб є харчовим, косметичним чи іншим споживчим товаром або що безпечність чи ефективність цього засобу обумовлена його природним походженням;

відсутності у рекламі інформації про послуги народної медицини (цілительства), осіб, які їх надають, про номер, дату видачі *МОЗ або уповноваженим ним органом спеціального дозволу на заняття народною медициною (цілительством)* та найменування органу, який видав такий дозвіл.

Відсутній

посилань на конкретні випадки вдалого застосування лікарських засобів, **медичних виробів**, методів профілактики, діагностики, лікування та реабілітації, рекомендації або **посилань** на рекомендації медичних працівників, науковців, медичних закладів **та організацій** щодо рекламованого товару чи послуги;

спеціальних виявлень подяки, вдячності, текстів листів, уривків з них з рекомендаціями, розповідями про застосування та результати дії рекламованих товару чи послуги від окремих осіб, зображень і згадок імен популярних осіб, героїв кіно-, теле- та анімаційних фільмів, авторитетних організацій, а також **інформації, що може вводити споживача в оману щодо складу, походження, ефективності, патентної захищеності товару, що рекламується**;

залучення до участі в рекламі лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує **зовнішній вигляд** лікарів;

інформації, яка дозволяє припустити, що лікарський засіб є харчовим, косметичним чи іншим споживчим товаром або що безпечність чи ефективність цього засобу обумовлена його природним походженням;

відсутності у рекламі інформації про послуги народної медицини (цілительства), осіб, які їх надають, про номер, дату видачі **центрального органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я спеціального дозволу на заняття народною медициною (цілительством)** та найменування органу, який видав такий дозвіл;



| | |
|--|--|
| <p><i>Відсутній</i></p> <p><i>Відсутній</i></p> <p>Штрафи також накладаються на рекламодавців у разі, коли вони розповсюджують рекламу самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у порушенні порядку розповсюдження та розміщення реклами, зокрема у:</p> <p><i>рекламуванні лікарських засобів таким чином, що не зрозуміло, чи є наведене повідомлення рекламою, а рекламований товар лікарським засобом;</i></p> <p>рекламуванні послуг народної медицини (цілительства) та осіб, які їх надають без спеціального дозволу на заняття народною медициною (цілительством), виданого <i>МОЗ</i> або уповноваженим ним органом.</p> <p><i>Відсутній</i></p> | <p>посилання на терапевтичні ефекти стосовно захворювань, які не піддаються або важко піддаються лікуванню;</p> <p>посилання на те, що товари та методи, що не належать до лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, а також харчові продукти для спеціального дієтичного споживання, функціональні харчові продукти та дієтичні добавки мають лікувальні властивості;</p> <p>рекламуванні лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування, реабілітації таким чином, що не зрозуміло, чи є наведене повідомлення рекламою, а рекламований товар лікарським засобом.</p> <p>Штрафи також накладаються на рекламодавців у разі, коли вони розповсюджують рекламу самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у порушенні порядку розповсюдження та розміщення реклами, зокрема у:</p> <p>Виключено</p> <p>рекламуванні послуг народної медицини (цілительства) та осіб, які їх надають без спеціального дозволу на заняття народною медициною (цілительством), виданого центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я;</p> <p>будь-яке посилання в інформації рекламного характеру про ім'я або найменування спонсора програм</p> |
|--|--|



| | |
|---|--|
| <p>4. За порушення законодавства про рекламу алкогольних напоїв, тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються (статті 22 та 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення»), штрафи накладаються:</p> <p>1) на рекламодавців, винних у:</p> <p>наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;</p> <p><i>недотриманні встановлених законом вимог до змісту реклами, а саме:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - залучення до реклами осіб віком до 18 років як фотомоделей; - зображення процесу <i>паління</i> тютюнових виробів або споживання алкогольних напоїв; - формування думки, що вживання <i>алкоголю</i> або <i>паління</i> є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, | <p>лінійних аудіальних чи аудіовізуальних медіа, знаку для товарів і послуг, який йому належить, на лікарські засоби, що вживаються та розповсюджуються лише за приписом (рецептом) лікаря, та медичну техніку, методи профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, застосування яких потребує спеціальних знань та підготовки.</p> <p>4. За порушення законодавства про рекламу алкогольних напоїв, тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються (статті 22 Закону та 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення»), штрафи накладаються:</p> <p>1) на рекламодавців, винних у:</p> <p>наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;</p> <p>недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - залучення до реклами осіб віком до 18 років як фотомоделей; - зображення процесу куріння тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, або споживання алкогольних напоїв; - формування думки, що вживання алкогольних напоїв або куріння тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх |
|---|--|



сексуальній або інших сферах життя та що алкоголь чи тютюнові вироби мають лікувальні властивості або що вони є стимулюючими чи заспокійливими засобами;

- створення враження, що вживання алкогольних напоїв чи *тютюнових виробів або паління* сприяє розв'язанню особистих проблем чи що більшість людей *палить* або вживає алкогольні напої;

- заохочення до вживання алкогольних напоїв чи тютюнових виробів або негативне розцінювання факту утримування від вживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів;

- розміщення у рекламі зображення лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів, популярних осіб, *а також інформації, яка є прямим чи опосередкованим схваленням популярними особами паління* або вживання *алкоголю, пива та напоїв, що виготовляються на його основі;*

- відсутність попереджувального тексту про шкоду вживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів або його невідповідність вимогам законодавства;

Відсутній

вживанням, трав'яних виробів для куріння, є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя та що алкоголь чи тютюнові вироби мають лікувальні властивості або що вони є стимулюючими чи заспокійливими засобами;

- створення враження, що вживання алкогольних напоїв чи **куріння тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, сприятиме розв'язанню особистих проблем чи що більшість людей **курить тютюнові вироби** або вживає алкогольні напої;

- заохочення до вживання алкогольних напоїв чи **куріння тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, або негативне розцінювання факту утримування від вживання алкогольних напоїв та **куріння тютюнових виробів;**

- розміщення у рекламі зображення лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів, популярних осіб, **або прямого чи опосередкованого схвалення популярними особами куріння тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, або вживання **алкогольних напоїв, пива та напоїв, що виготовляються на його основі;**

- відсутність попереджувального тексту про шкоду вживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, або його невідповідність вимогам законодавства;

- **вміщення зображення тютюнових виробів, предметів,**



2) на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:

розповсюдження реклами тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, на радіо та телебаченні (у тому числі за допомогою кабельного, супутникового, IP-телебачення, онлайн-телебачення, мобільного телебачення, цифрового ефірного телебачення та інших засобів передавання сигналу), а алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, - на радіо та телебаченні з 6 до 23 години;

розповсюдження реклами алкогольних напоїв, тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, шляхом використання засобів зовнішньої та внутрішньої реклами (за винятком розміщення передбаченої законодавством інформації про виробника товару

пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби предмети, пов'язаних з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, у рекламі будь-яких інших товарів або послуг.

2) на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:

розповсюдження реклами тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, у будь-яких аудіовізуальних медіа незалежно від технології їх розповсюдження, а також в онлайн-медіа, на перших і останніх сторінках друкованих медіа, в усіх друкованих медіа для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих медіа, а алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, - у будь-яких аудіовізуальних медіа незалежно від технології їх розповсюдження з 6 години до 23 години;

розповсюдження реклами алкогольних напоїв, тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби,



та/або товар у місцях, у яких такий товар реалізується чи надається споживачеві);

розміщення реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої у всіх друкованих засобах масової інформації (крім спеціалізованих видань), у тому числі у всіх виданнях для дітей та юнацтва;

розміщення реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, на товарах, призначених переважно для осіб віком до 18 років;

розміщення реклами тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, у наукових, науково-популярних, навчальних, громадсько-політичних, довідкових, літературно-художніх виданнях, виданнях для дітей та юнацтва, виданнях для організації дозвілля та відпочинку, спорту та інших виданнях, у тому числі в усіх друкованих засобах масової інформації, на товарах та у друкованих виданнях, призначених переважно для осіб віком до 18 років, або в розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань;

предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, шляхом використання засобів зовнішньої та внутрішньої реклами (за винятком розміщення передбаченої законодавством інформації про виробника товару та/або товар у місцях, у яких такий товар реалізується чи надається споживачеві);

розміщення реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої на перших і останніх сторінках друкованих медіа, у всіх друкованих медіа для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих медіа, у всіх виданнях для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих видань; в усіх друкованих медіа (крім спеціалізованих видань);

розміщення реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, на товарах та у **друкованих виданнях**, призначених переважно для осіб віком до 18 років **або у розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань;**

розміщення реклами тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, у наукових, науково-популярних, навчальних, громадсько-політичних, довідкових, літературно-художніх виданнях, виданнях для дітей та юнацтва, виданнях для організації дозвілля та відпочинку, спорту та інших виданнях, у тому числі в усіх друкованих засобах масової інформації, на товарах та у друкованих виданнях, призначених переважно



розміщення реклами тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, *на транспорті*, а також реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів загального користування та метрополітену;

рекламування тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, за допомогою проведення заходів рекламного характеру (~~крім спеціальних виставкових заходів тютюнових виробів за умови, що на такі заходи допускаються лише працівники підприємств, які мають ліцензію на оптову торгівлю тютюновими виробами або виробництво тютюнових виробів~~);

рекламування алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, за допомогою проведення заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів алкогольних напоїв);

розміщення реклами тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, у місцях проведення масових заходів політичного, освітнього, релігійного,

для осіб віком до 18 років, або в розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих медіа;

розміщення реклами тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, на транспорті, а також реклами алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів загального користування та метрополітену;

рекламування тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, за допомогою проведення заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, за умови, що на такі заходи допускаються лише працівники підприємств, які мають ліцензію на оптову торгівлю тютюновими виробами або виробництво тютюнових виробів);

рекламування алкогольних напоїв, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, за допомогою проведення заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів алкогольних напоїв);

розміщення реклами тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права



спортивного характеру та розважальних заходів, призначених для неповнолітніх осіб;

розміщення безпосередньо на тютюнових виробках та/або їх упаковці інформації з метою стимулювання продажу тютюну, зокрема адреси веб-сайтів, електронної пошти, вкладиша до упаковки тютюнових виробів, текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упаковки тютюнових виробів, малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки (знака для товарів і послуг у вигляді зареєстрованого оригіналу або зображення, наведеного в прийнятій на розгляд заявці на реєстрацію знаків для товарів і послуг), за винятком:

- інформації, яка наноситься на тютюнові вироби, пачки, коробки, упаковку та транспортну тару відповідно до статті 11 Закону України "Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів";

- інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої на етикетці, а також у маркуванні чи у супровідній документації здійснюється відповідно до статті 15 Закону України "Про захист прав споживачів";

розміщення реклами тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, в Інтернеті, крім веб-сайтів, призначених для повнолітніх осіб, обов'язковою умовою доступу до яких є попередня ідентифікація віку користувачів;

інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, **предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння**, у місцях проведення масових заходів політичного, освітнього, релігійного, спортивного характеру (**спортивних заходів та спортивних змагань**) та розважальних заходів;

розміщення безпосередньо на тютюнових виробках та/або їх упаковці інформації з метою стимулювання продажу тютюну, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листів-вкладок упакування тютюнових виробів; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування тютюнових виробів, за винятком:

- інформації, яка наноситься на тютюнові вироби, пачки, коробки, упаковку та транспортну тару відповідно до статті 11 Закону України "Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів";

- інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої на етикетці, а також у маркуванні чи у супровідній документації здійснюється відповідно до статті 15 Закону України "Про захист прав споживачів";

розміщення реклами тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, **предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння** в Інтернеті, крім веб-сайтів, призначених



розповсюдження реклами тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, шляхом спонсорування *телепередач, радіопередач*, театральних-концертних, спортивних та інших заходів, програм чи окремих осіб або спонсорство з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, надання виробниками тютюнових виробів або пов'язаними з ними організаціями фінансової або іншої підтримки заходам, діяльності окремих осіб або груп, у тому числі політичних партій або діячів, спортсменів або спортивних команд, артистів або артистичних груп, навчальних закладів усіх форм власності, проведення інформаційних кампаній та заходів для населення, зокрема з метою профілактики куріння серед молоді, за прямої або опосередкованої фінансової підтримки виробників тютюнових виробів або пов'язаних з ними організацій;

розміщення реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, у яких навчаються діти віком до 18 років;

розміщення зображення тютюнових виробів, знаків для

для повнолітніх осіб, обов'язковою умовою доступу до яких є попередня ідентифікація віку користувачів;

розповсюдження реклами тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, шляхом спонсорування **програм лінійних аудіальних чи аудіовізуальних медіа**, театральних-концертних, спортивних та інших заходів, програм чи окремих осіб або спонсорство з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, надання виробниками тютюнових виробів або пов'язаними з ними організаціями фінансової або іншої підтримки заходам, діяльності окремих осіб або груп, у тому числі політичних партій або діячів, спортсменів або спортивних команд, артистів або артистичних груп, навчальних закладів усіх форм власності, проведення інформаційних кампаній та заходів для населення, зокрема з метою профілактики куріння серед молоді, за прямої або опосередкованої фінансової підтримки виробників тютюнових виробів або пов'язаних з ними організацій;

розміщення реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, **предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння**, ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, у яких навчаються діти віком до 18 років;



товарів і послуг, під якими випускаються тютюнові вироби, на будь-яких інших товарах, крім розміщення на товарах (предметах), пов'язаних із вживанням тютюнових виробів, запальничках та попільничках;

рекламування будь-яких товарів або послуг із використанням зображення тютюнових виробів або процесу *паління* тютюнових виробів;

рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, шляхом обміну тютюнових виробів на будь-які інші товари, роботи та послуги, надання права участі у лотереї, грі, конкурсі та інших розважальних заходах, якщо умовою надання права участі є придбання тютюнових виробів;

провадження діяльності з рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, що передбачають спонсорування заходів, призначених переважно для осіб віком до 18 років, з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під

розміщення зображення тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, під якими випускаються тютюнові вироби, **предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння**, на будь-яких інших товарах, крім розміщення на товарах (предметах), пов'язаних із вживанням тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, запальничках та попільничках;

рекламування будь-яких товарів або послуг із використанням зображення тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння** або процесу **куріння** тютюнових виробів;

рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, **предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння**, шляхом обміну тютюнових виробів на будь-які інші товари, роботи та послуги, надання права участі у лотереї, грі, конкурсі та інших розважальних заходах, якщо умовою надання права участі є придбання тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**;

провадження діяльності з рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів, **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби, **предмети, пов'язані з їх вживанням,**



| | |
|--|---|
| <p>якими випускаються тютюнові вироби та алкогольні напої;</p> <p>проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну тютюнових виробів на будь-які інші товари, роботи та послуги;</p> <p>використання тютюнових виробів з метою отримання товарів, робіт, послуг; пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання тютюнових виробів;</p> <p>пропонування або надання бонусів, премій, права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, повернення готівкових коштів, прямо або опосередковано пов'язаних з реалізацією тютюнових виробів;</p> <p>продаж тютюнових виробів у наборі з будь-якими іншими товарами;</p> <p>розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, за винятком:</p> <ul style="list-style-type: none"> - одного плаката розміром не більше ніж 40 x 30 сантиметрів | <p>трав'яні вироби для куріння, що передбачають спонсорування заходів, призначених переважно для осіб віком до 18 років, з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння та алкогольні напої;</p> <p>проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну тютюнових виробів на будь-які інші товари, роботи та послуги;</p> <p>використання тютюнових виробів з метою отримання товарів, робіт, послуг; пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання тютюнових виробів;</p> <p>пропонування або надання бонусів, премій, права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, повернення готівкових коштів, прямо або опосередковано пов'язаних з реалізацією тютюнових виробів, якщо умовою надання чи участі в них є придбання або вживання тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння;</p> <p>продаж тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;</p> <p>розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються, у тому числі на елементах обладнання та/або</p> |
|--|---|



на одне місце торгівлі, у якому міститься текстова інформація про наявні в продажу тютюнові вироби та ціни на них;

- розміщення продукції та інформації про неї, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою, призначена для забезпечення реалізації прав споживачів і розміщення якої здійснюється відповідно до статті 15 Закону України "Про захист прав споживачів";

розміщення інформації щодо тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, у місцях проведення розважальних заходів, в місцях роздрібної торгівлі, на автотранспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор.

Відсутній

оформлення місць торгівлі з використанням графічних зображень чи малюнків, кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів та пристроїв для демонстрації відеороликів за винятком:

- одного плаката розміром не більше ніж 40 x 30 сантиметрів на одне місце торгівлі, у якому міститься текстова інформація **надрукована шрифтом чорного кольору на білому фоні** про наявні в продажу тютюнові вироби та ціни на них;

- розміщення продукції та інформації про неї, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою, призначена для забезпечення реалізації прав споживачів і розміщення якої здійснюється відповідно до статті 15 Закону України "Про захист прав споживачів";

розміщення інформації щодо тютюнових виробів **предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння**, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, **предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння**, у місцях проведення розважальних заходів, в місцях роздрібної торгівлі, на автотранспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень невизначеному колу осіб поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення будь-якої інформації в мережі Інтернет, включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі, з метою стимулювання продажу тютюнових виробів;



| | |
|--|---|
| <p>Штрафи накладаються на рекламодавців пива та/або напоїв, що виготовляються на його основі, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається пиво та/або такі напої, винних у розміщенні у рекламі зображення популярних осіб або інформації, яка є прямим чи опосередкованим схваленням такими особами вживання пива та напоїв, виготовлених на його основі.</p> | <p>продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містять напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з тютюновим виробом, знаком для товарів і послуг чи з виробником тютюнових виробів.</p> <p>Штрафи накладаються на рекламодавців пива та/або напоїв, що виготовляються на його основі, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається пиво та/або такі напої, винних у розміщенні у рекламі зображення популярних осіб або інформації, яка є прямим чи опосередкованим схваленням такими особами вживання пива та напоїв, виготовлених на його основі.</p> |
| <p>...</p> | |
| <p>Положення відсутні.</p> | <p>4⁻¹. За порушення законодавства про рекламу електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається така продукція (статті 22 Закону, статті 16¹ та 16² Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення»), штрафи накладаються:</p> <p>1) на рекламодавців, винних у:</p> <p>наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;</p> |



| | |
|--|---|
| | <p>у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none">- залучення до реклами осіб віком до 18 років як фотомоделей;- вміщення зображення процесу використання електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;- формування думки, що електронні сигарети, заправні контейнери, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння мають лікувальні властивості або що вони є стимулюючими чи заспокійливими засобами, їх використання є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя;- створення враження, що використання електронних сигарет, заправних контейнерів, використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння сприяє розв'язанню особистих проблем;- заохочення до використання електронних сигарет, заправних контейнерів, використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння або негативне розцінювання факту утримування від їх вживання чи використання;- вміщення у рекламі зображення лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів, популярних осіб;- вміщення зображень електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими |
|--|---|



випускається ця продукція, у рекламі будь-яких інших товарів або послуг;

2) на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:

розповсюдження реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у будь-яких аудіовізуальних медіа незалежно від технології їх розповсюдження, а також в онлайн-медіа, на перших і останніх сторінках друкованих медіа, в усіх друкованих медіа для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих медіа;

розповсюдження реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, шляхом використання засобів зовнішньої та внутрішньої реклами (за винятком розміщення інформації про продукцію у місцях, де вона реалізується, відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України);

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших



об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у наукових, науково-популярних, навчальних, громадсько-політичних, довідкових, літературно-художніх виданнях, виданнях для дітей та юнацтва, виданнях для організації дозвілля та відпочинку, спорту та інших виданнях, у тому числі в усіх друкованих медіа;

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, на товарах та у друкованих виданнях, призначених переважно для осіб віком до 18 років, або в розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань;

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, на транспорті;

рекламування електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, за допомогою проведення заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, за умови, що на такі заходи



допускаються лише працівники підприємств, які мають ліцензію на оптову торгівлю електронними сигаретами, заправними контейнерами, пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згорання, або виробництво цієї продукції);

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у місцях проведення масових заходів політичного, освітнього, релігійного, спортивного характеру (спортивних заходів та спортивних змагань) та розважальних заходів, призначених для неповнолітніх осіб;

розміщення інформації щодо тютюну з метою стимулювання його продажу на пристроях для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або на будь-якому їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листків-вкладок до упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, за винятком:

- інформації, яка наноситься на упаковку та транспортну тару зазначеної продукції відповідно до вимог законодавства;

- інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої на етикетці, а також у маркуванні чи у супровідній документації здійснюється відповідно до вимог Закону



України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України;

розміщення інформації з метою стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, безпосередньо на електронних сигаретах, заправних контейнерах, рідинах, що використовуються в електронних сигаретах, та/або їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; вкладень до упакування електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, за винятком:

- інформації, яка наноситься на упаковку та транспортну тару зазначеної продукції відповідно до вимог законодавства;

- інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої на етикетці, а також у маркуванні чи у супровідній документації здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України;

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, у мережі Інтернет, соціальних чи інших цифрових мережах (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках, розміщення інформації для повнолітніх осіб щодо асортименту, споживчих характеристик, обслуговування та використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх



згоряння та електронних сигарет на веб-сайтах виробників, імпортерів таких виробів, обов'язковою умовою доступу до яких є попередня ідентифікація віку користувачів з використанням документа, що посвідчує особу, в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, інших випадків, передбачених законом);

розміщення реклами електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, у яких навчаються діти віком до 18 років;

розміщення зображення електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, на будь-яких інших товарах, крім розміщення на товарах (предметах), пов'язаних із використанням електронних сигарет, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, запальничках та попільничках;

рекламування електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, шляхом обміну цієї продукції на будь-які інші товари, роботи та послуги, надання права



участі у лотереї, грі, конкурсі та інших розважальних заходах, якщо умовою надання права участі є придбання електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

проведення діяльності з рекламування електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів інтелектуальної власності, під якими випускаються ця продукція, що передбачають спонсорування заходів, призначених переважно для осіб віком до 18 років, з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються ця продукція;

проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень, обміну одних пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння на інші пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння чи будь-які інші товари, роботи, послуги;

проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну одних електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, на інші електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, чи інші товари, роботи, послуги;

використання електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння з метою отримання товарів, робіт, послуг;



пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання цієї продукції;

пропонування або надання бонусів, премій, права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, повернення готівкових коштів (крім випадків, передбачених законодавством України про захист прав споживачів), прямо або опосередковано пов'язаних з реалізацією електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, якщо умовою надання чи участі в них є придбання або вживання рідин, що використовуються в електронних сигаретах, використання електронних сигарет, заправних контейнерів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

продаж електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;

розміщення інформації про виробника електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння та/або цих товарів у місцях, у яких такі товари реалізуються чи надаються споживачеві, з використанням графічних зображень чи малюнків (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються такі товари), кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного



обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, за винятком інформації про продукцію, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою і розміщення якої здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших актів законодавства України;

розміщення поза межами місць реалізації пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання будь-якої інформації про виробника пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

розміщення інформації щодо електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція, в місцях проведення розважальних заходів у тому числі для неповнолітніх осіб, на транспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони без згоди споживача, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення інформації в мережі Інтернет (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання



тютюнових виробів без їх згорання, в тому вигляді, в якому їм наданий правовий захист відповідно до законодавства про охорону прав інтелектуальної власності, а також інформації, розповсюдження чи доведення до споживача якої за допомогою засобів дистанційного зв'язку прямо передбачено законом), включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках), з метою стимулювання продажу цієї продукції;

продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містить напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згорання, електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, знаком для товарів і послуг чи з виробником такої продукції;

реклама нетютюнових виробів, послуг упаковка яких містить напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згорання, електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, знаком для товарів і послуг чи з виробником такої продукції (крім розміщення інформації, яка відповідно до законодавства не вважається рекламою та призначена для забезпечення реалізації прав споживачів, доводиться до споживача на етикетці, а також у маркуванні продукції відповідно до



статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів», в інших випадках, передбачених законами України);

продаж електронних сигарет, заправних контейнерів пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння у наборі з будь-якими іншими товарами;

розповсюдження реклами електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, яке передбачає спонсорство такої продукції, у тому числі:

- спонсорство телепередач, радіопередач, театральних концертних, спортивних та інших заходів, програм чи окремих осіб або спонсорство з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються зазначена продукція;

- надання виробниками пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, або пов'язаними з ними організаціями фінансової або іншої підтримки заходам, діяльності, окремим особам або групам, у тому числі політичним партіям, політичним чи громадським діячам, спортсменам або спортивним командам, артистам або артистичним групам, закладам освіти усіх форм власності;

- проведення інформаційних кампаній та заходів для населення, у тому числі з метою профілактики куріння серед молоді, за прямої або опосередкованої фінансової підтримки виробниками пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, або пов'язаними з ними організаціями.



4². За порушення законодавства про рекламу азартних ігор, організаторів азартних ігор (стаття 22¹ Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:

1) наданні недостовірної інформації виробнику реклами необхідної для її виготовлення та розповсюджувачу реклами, якщо рекламодавець:

- не має ліцензію на провадження відповідного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор;
- виступає рекламодавцем бренду організатора азартних ігор, що належить іншому суб'єкту господарювання;

2) недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:

- залучення до реклами осіб, які не досягли 21-річного віку, у тому числі як фотомоделей;
- формування думки, що виграти в азартну гру легко, а також, що участь в азартних іграх може бути джерелом доходів чи альтернативою роботі;
- відсутність тексту попередження про ігрову залежність або його невідповідність вимогам законодавства;
- реклама містить недостовірну, хибну, неправдиву або удавану інформацію;
- відсутність у рекламі відомостей про ліцензію, номер, дату її видачі та найменування органу, який видав ліцензію на провадження певного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор рекламодавцю.



Штрафи також накладаються на рекламодавців у разі, коли вони розповсюджують рекламу самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у порушенні порядку розповсюдження та розміщення реклами, зокрема:

розповсюдження реклами азартних ігор, реклами знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри в лінійних аудіовізуальних та аудіальних медіа з 6 години до 23 години;

розповсюдження реклами азартних ігор, реклами знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри у наукових, науково-популярних, навчальних, громадсько-політичних, довідкових, літературно-художніх виданнях, виданнях для дітей та юнацтва та інших виданнях (крім спеціалізованих видань, присвячених азартним іграм);

розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри в усіх друкованих медіа (крім спеціалізованих видань, присвячених азартним іграм);



| | |
|--|--|
| | <p>розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів та метрополітену;</p> <p>розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри засобами зовнішньої реклами;</p> <p>розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри на товарах (у тому числі одязі), призначених переважно для осіб віком до 21-річного віку;</p> <p>розповсюдження реклами азартних ігор, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор, а також інших позначень, під якими проводяться азартні ігри в місцях проведення розважальних, театральних, концертних, спортивних та інших заходів для осіб, які не досягли 21-річного віку;</p> <p>будь-яка діяльність з рекламування азартних ігор</p> |
|--|--|



| | |
|--|--|
| | <p>суб'єктів господарювання, які організують азартні ігри, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими здійснюється діяльність з організації та проведення азартних ігор, без наявності у рекламодавця ліцензії на провадження відповідного виду діяльності у сфері організації та проведення азартних ігор;</p> <p>спрямування реклами на вразливі групи населення (неповнолітні особи, малозабезпечені особи, хворі на психічні захворювання).</p> |
| <p>...</p> <p>6. За порушення законодавства про рекламу <i>послуг, пов'язаних із залученням коштів населення</i> (стаття 24 Закону), штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:</p> <p>1) наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для її виготовлення, <i>про спеціальний дозвіл, ліцензію, що підтверджує право рекламодавця на провадження такого виду діяльності;</i></p> <p>2) <i>недотриманні встановлених вимог до змісту реклами, а саме:</i></p> <p><i>у рекламі послуг або осіб, які їх надають, повідомляються розміри очікуваних дивідендів, а також наводиться інформація про майбутні прибутки, крім фактично виплачених за підсумками не менш як одного року;</i></p> <p><i>у рекламі послуг відсутня інформація про номер дозволу, ліцензії, дату видачі та найменування органу, який їх видав.</i></p> | <p>...</p> <p>6. За порушення законодавства про рекламу у сфері фінансових послуг (стаття 24 Закону), штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:</p> <p>1) наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для її виготовлення, якщо рекламодавець не має право відповідно до закону надавати фінансові послуги;</p> <p>2) недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:</p> <p>Виключено</p> <p>у рекламі фінансових послуг відсутня інформація про номер за державним реєстром фінансових установ або державним реєстром банків, номер зазначеного дозволу чи ліцензії, дату видачі та найменування органу, що видав</p> |



Положення відсутні.

дозвіл або ліцензію;

3) замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом:

реклама фінансових послуг, пов'язаних із залученням коштів населення, або осіб, які надають такі послуги, без внесення інформації про особу до державного реєстру фінансових установ або державного реєстру банків та наявності відповідного дозволу, виданого згідно із законами з питань регулювання окремих ринків фінансових послуг, або ліцензії на провадження діяльності з надання відповідної фінансової послуги;

реклама фінансових послуг без набуття особою, що їх надає, статусу фінансової установи чи без одержання нею відповідного дозволу або ліцензії, якщо законом для провадження діяльності з надання таких послуг передбачено набуття статусу фінансової установи чи одержання відповідного дозволу або ліцензії;

реклама фінансових послуг, надання яких на території України заборонено законом;

реклама фінансових послуг, у якій інформація про умови надання фінансових послуг відсутня або:

- зазначається шрифтом, розмір якого на 50 і більше відсотків менший за розмір шрифту, яким зазначена назва фінансової послуги, що рекламується;
- оголошується більш як на 25 відсотків швидше за оголошення назви фінансової послуги, що рекламується;
- зазначається шрифтом, розмір якого на 50 і більше відсотків менший за розмір шрифту, яким зазначене найменування фінансової установи, яка надає



| | |
|--|---|
| <p>...</p> <p>7. За порушення законодавства про рекламу цінних паперів (стаття 25 Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:</p> <p>1) наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для її виготовлення, якщо рекламодавець не належить до учасників фондового ринку відповідно до Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок";</p> <p>2) <i>недотриманні встановлених вимог до змісту реклами, якщо у рекламі відсутні відомості про наявність спеціального дозволу, ліцензії, що підтверджує право на провадження відповідного виду діяльності на ринку цінних паперів, із зазначенням номера дозволу, ліцензії, дати видачі та найменування органу, який їх видав;</i></p> | <p>фінансову послугу (у разі відсутності в рекламі назви фінансової послуги);</p> <ul style="list-style-type: none"> - зазначається шрифтом, розмір якого на 50 і більше відсотків менший за розмір шрифту, яким зазначений знак для товарів і послуг (торговельна марка), що використовується фінансовою установою, яка надає фінансову послугу (у разі відсутності в рекламі назви фінансової послуги та найменування фінансової установи); - зазначається у спосіб, який ускладнює її візуальне сприйняття; <p>іншої реклами у сфері фінансових послуг (у тому числі реклами фінансової послуги), яка вважається недобросовісною рекламою.</p> <p>...</p> <p>7. За порушення законодавства про рекламу цінних паперів та фондового ринку (стаття 25 Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:</p> <p>1) наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для її виготовлення, якщо рекламодавець не належить до учасників фондового ринку відповідно до Закону України "Про ринки капіталу та організовані товарні ринки";</p> <p>2) недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, якщо у рекламі відсутні відомості про наявність спеціального дозволу, ліцензії, що підтверджує право на провадження відповідного виду діяльності на ринку цінних паперів, із зазначенням номера дозволу, ліцензії, дати видачі</p> |
|--|---|



| | |
|---|---|
| <p>3) зазначенні в рекламі розміру доходу, який передбачається отримати за цінними паперами, крім випадків, коли це необхідно вказувати відповідно до вимог законодавства про цінні папери, та прогнозуванні щодо зростання курсової вартості цінних паперів;</p> <p>4) використанні відомостей, відсутніх в інформації про емісію цінних паперів, зареєстрованій у НКЦПФР.</p> <p>5) використанні в рекламі інформації про дохід за цінними паперами або величину отриманого емітентом у минулому прибутку без зазначення того, що такий прибуток не є гарантією отримання доходів у майбутньому.</p> <p>Штрафи також накладаються на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:</p> <p>рекламування цінних паперів до опублікування інформації про випуск цінних паперів та їх реєстрацію відповідно до законодавства про цінні папери, нормативно-правових актів НКЦПФР;</p> <p>продовження розповсюдження реклами цінних паперів, випуск яких визнано таким, що не відбувся, після закінчення триденного строку з моменту реєстрації в НКЦПФР звіту про результати підписки на цінні папери.</p> <p>7⁻¹. За порушення законодавства про рекламу об'єктів будівництва з метою продажу житлових або нежитлових приміщень, зокрема пов'язаних із залученням коштів населення,</p> | <p>та найменування органу, який їх видав;</p> <p>3) зазначенні розміру доходу, який передбачається одержати за цінними паперами (у тому числі за результатами екстраполяційного прогнозу), та робити прогнози щодо збільшення вартості цінних паперів (крім цінних паперів з фіксованою дохідністю);</p> <p>4) використанні відомостей, які не відповідають проспекту емісії цінних паперів відповідно випуску, зареєстрованого у НКЦПФР;</p> <p>5) використанні в рекламі інформації про дохід за цінними паперами або розмір отриманого емітентом у минулому прибутку без посилання на те, що такий дохід або прибуток не є гарантією отримання доходів у майбутньому.</p> <p>Штрафи також накладаються на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:</p> <p>рекламування цінних паперів до опублікування інформації про випуск цінних паперів та їх реєстрацію відповідно до законодавства про цінні папери, нормативно-правових актів НКЦПФР;</p> <p>продовження розповсюдження реклами цінних паперів, випуск яких визнано таким, що не відбувся, після закінчення триденного строку з моменту реєстрації в НКЦПФР звіту про результати підписки на цінні папери.</p> <p>7⁻¹. За порушення законодавства про рекламу об'єктів будівництва, будівель, приміщень з метою залучення коштів фізичних та юридичних осіб (у тому числі в</p> |
|---|---|



штрафи накладаються на рекламодавців, винних у недотриманні встановлених вимог до змісту реклами, а саме: відсутність у рекламі зазначених об'єктів будівництва відомостей про номер ліцензії (дозволу) на продовження будівельної діяльності, дату її видачі та найменування органу, який видав таку ліцензію (дозвіл).

Штрафи також накладаються на рекламодавців у разі, коли вони розповсюджують рекламу самостійно, і на розповсюджувачів реклами об'єктів будівництва з метою продажу житлових або нежитлових приміщень, зокрема пов'язаних із залученням коштів населення, винних у порушенні порядку розповсюдження та розміщення реклами, а саме у рекламуванні зазначених об'єктів за відсутності у відповідних осіб ліцензії (дозволу) на провадження будівельної діяльності та дозволу на проведення будівельних робіт на конкретному об'єкті, що рекламується.

управління) для спорудження таких об'єктів, штрафи накладаються на рекламодавців, винних у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:

відсутність у рекламі зазначених об'єктів будівництва, будівель, приміщень:

- відомостей про реквізити документів, визначених частиною першою статті 25-1 Закону,
- ідентифікатора об'єкта будівництва в Єдиній державній електронній системі у сфері будівництва,
- адреси веб-сайту замовника будівництва, девелопера будівництва (за наявності), управителя фонду фінансування будівництва (за наявності), на якому розміщена інформація, визначена Законом України «Про гарантування речових прав на об'єкти нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому» (у разі продажу житлових приміщень) (не застосовуються до об'єктів житлового будівництва (у тому числі житлових та нежитлових приміщень), право на виконання будівельних робіт щодо яких набуто до набрання чинності Законом України «Про гарантування речових прав на об'єкти нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому»);

відсутність у рекламі будівель з метою їх продажу або найму (оренди), які мають енергетичний сертифікат, інформації про клас енергетичної ефективності, зазначеної у відповідному енергетичному сертифікаті;

відсутність у рекламі об'єктів будівництва з метою їх продажу або найму (оренди) інформації про клас



| | |
|----------------------------|--|
| | <p>енергетичної ефективності, зазначеної у проектній документації на будівництво.</p> <p>Штрафи також накладаються на рекламодавців у разі, коли вони розповсюджують рекламу самостійно, і на розповсюджувачів реклами об'єктів будівництва, будівель, приміщень з метою залучення коштів фізичних та юридичних осіб(у тому числі в управління) для спорудження таких об'єктів, винних у порушенні порядку розповсюдження та розміщення реклами, а саме у рекламуванні зазначених об'єктів за відсутності у відповідних осіб документів, визначених частиною першою статті 25¹ Закону відносно об'єкту, що рекламується.</p> |
| <p>Положення відсутні.</p> | <p>7⁻². За порушення законодавства про рекламу дитячого харчування (стаття 25² Закону) штрафи накладаються:</p> <p>1) на рекламодавців, винних у:</p> <p>замовленні реклами дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування, крім випадків передбачених статтею 25²;</p> <p>недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами, в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту, а саме:</p> <p>вміщенні інформації, іншої ніж науково підтверджена, а також інформації, яка справляє враження, що штучне вигодовування є рівноцінним або має переваги порівняно із грудним вигодовуванням;</p> <p>відсутності в рекламі дитячих сумішей початкових та</p> |



дитячих сумішей для подальшого годування інформації про безумовну перевагу грудного вигодовування;

використанні малюнків/фото дітей грудного віку, інших малюнків або текстів, які ідеалізують дитячі суміші початкові, крім графічних зображень для полегшення впізнаваності дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування, а також для ілюстрації методів приготування таких харчових продуктів;

вміщення слів «гуманізований», «материнський», «адаптований» або будь-які однокореневих слів чи похідних від них будь-якою мовою;

відсутності інформації щодо дитячих сумішей початкових, вміщення якої передбачено частиною чотирнадцятою статті 6¹ Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів»;

2) на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у таких порушеннях порядку розповсюдження та розміщення реклами:

розповсюдженні та розміщенні реклами дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування, крім розміщення такої реклами у:

спеціалізованих виданнях (у тому числі електронних) з питань догляду за дітьми грудного віку та/або дітьми раннього віку;

наукових фахових виданнях (у тому числі електронних);



| | |
|---|---|
| | <p>матеріалах (у тому числі електронних), які поширюються на семінарах, конференціях, симпозіумах з медичної тематики, призначених виключно для осіб, які мають кваліфікацію в галузі медицини, харчування або фармації;</p> <p>розповсюдженні та розміщенні реклами таким чином, що не дає змогу споживачам чітко її розрізнити.</p> <p>Положення цього пункту в частині реклами дитячих сумішей для подальшого годування не застосовується, за рішенням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я, про визнання України країною, що не належить до країн з високим ступенем ризику дитячої смертності.</p> |
| ... | ... |
| <p>14. Держспоживінспекція та її територіальні органи повідомляють рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами про розгляд справи <i>не пізніше як за три дні до дати розгляду, а у невідкладних випадках - не пізніше як за один день.</i></p> | <p>14. Держпродспоживслужба та її територіальні органи повідомляють рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами про розгляд справи не менше ніж за п'ять робочих днів до дати розгляду справи.</p> |

Т. в. о. Голови
Державної служби України
з питань безпечності харчових
продуктів та захисту споживачів

Ольга ШЕВЧЕНКО

« _____ » _____ 2023 р.

UB Держпродспоживслужба
 №15.1.3-2/13407 від
 13.06.2023

арк.1



Пояснювальна записка
до проєкту постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до
Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу»

1. Мета

Проєкт постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу» спрямований на забезпечення відповідності актів Кабінету Міністрів України змінам, які було внесено до Закону України «Про рекламу» та законів України, що регулюють питання відповідальності за порушення законодавства: про рекламу тютюнових виробів, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається така продукція, про рекламу дитячого харчування.

2. Обґрунтування необхідності прийняття акта

Необхідність прийняття проєкту постанови обумовлена наступним.

21 жовтня 2021 року Верховною Радою України прийнято Закон України № 1822-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу». Цим Законом, шляхом внесення змін до Закону України «Про рекламу» запроваджено заборону реклами певних видів дитячого харчування, а саме дитячих сумішей початкових та дитячих сумішей для подальшого годування, крім низки випадків, прямо передбачених законом.

Крім того, встановлено суттєві обмеження щодо змісту такої реклами, зокрема інформації, яку може бути вміщено у рекламних повідомленнях.

16 грудня 2021 року Верховною Радою України прийнято Закон України № 1978-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну», яким внесено зміни до Закону України «Про рекламу» та Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення», зокрема запроваджено додаткові обмеження реклами тютюнових виробів, а також обмеження і заборони щодо реклами і стимулювання продажу, спонсорства електронних сигарет, пристроїв для вживання тютюнових виробів без їх згоряння; розширено перелік порушень, за які суб'єкт господарювання несе відповідальність.

13 грудня 2022 року Верховною Радою України прийнято Закон України № 2849-IX «Про медіа», яким внесено зміни, у тому числі, до Закону України



УВ
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/13407 від 13.06.2023
КЕП: ШЕВЧЕНКО О. П. 13.06.2023 10:50
248197DDFAB977E50400000CED4EB00D7BBDE03
Сертифікат дійсний з 31.01.2023 09:43 до 31.01.2024 23:59

«Про рекламу» щодо здійснення контролю за дотриманням законодавства про рекламу у сфері медіа.

Крім того, Закон України «Про рекламу» містить зміни до положень що регулюють: рекламу лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, рекламу азартних ігор, організаторів азартних ігор, рекламу у сфері фінансових послуг, рекламу фінансових інструментів та фондових ринків, рекламу об'єктів будівництва, будівель, приміщень.

Відповідно до частини четвертої статті 27 Закону України «Про рекламу» центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, накладає штрафи на осіб, винних у порушенні законодавства України про рекламу штрафи у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 р. № 693.

Відповідно до пункту 5 розділу II «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України від 21 жовтня 2021 року № 1822-IX, пункту 2 розділу II «Прикінцеві положення» Закону України від 16 грудня 2021 року № 1978-IX та пункту 34 розділу X «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України від 13.12.2022 № 2849-IX, Кабінет Міністрів України зобов'язано привести свої акти у відповідність із цими Законами.

Згідно з Положенням про Державну службу України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 2 вересня 2015 р. № 667, Держпродспоживслужба є центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику, у тому числі у сфері попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення, а також державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів і рекламу.

Пунктом 2 доручення Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 27.01.2022 № 620/1/1-22 з метою реалізації Закону України від 16.12.2021 № 1978-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну», пунктом 3 доручення Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 13.12.2021 № 52022/1/1-21 з метою реалізації Закону України від 21.10.2021 № 1822-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу» та доручення Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 09.02.2023 № 36208/1/1-22 з метою реалізації Закону України від 13.12.2022 № 2849-IX «Про медіа», зобов'язано міністрів та інших керівників центральних органів виконавчої влади подати на розгляд Уряду пропозиції щодо приведення нормативно-правових актів Кабінету Міністрів у відповідність із Законом.



У зв'язку із наведеним виникає необхідність прийняття проєкту постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу» (далі – проєкт Постанови).

3. Основні положення проєкту акта

Суть проєкту Постанови полягає у необхідності приведення у відповідність із вищеназваними Законами Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 р. № 693.

Проєктом Постанови передбачено відтворення нових складів правопорушень в сфері реклами, передбачених вищеназваними законами, зокрема недодержання вимог закону щодо змісту, порядку виготовлення і розповсюдження реклами певних видів дитячого харчування, реклами лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, азартних ігор, організаторів азартних ігор, фінансових послуг, фінансових інструментів, об'єктів будівництва, будівель, приміщень, а також тютюнових виробів, а також обмеження і заборони щодо реклами і стимулювання продажу, спонсорства електронних сигарет, пристроїв для вживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається ця продукція.

4. Правові аспекти

У цій сфері правового регулювання діють:

Закон України «Про рекламу»;

Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення»;

Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 р. № 693.

5. Фінансово-економічне обґрунтування

Реалізація Постанови не потребує додаткових фінансових витрат з Державного бюджету України.

6. Позиція заінтересованих сторін

Публічні консультації будуть проведені відповідно до Порядку проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 03 листопада 2010 р. № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики».

Проєкт Постанови не стосується функціонування і застосування української мови як державної, тобто не потребує позиції відповідної заінтересованої сторони, а саме - Уповноваженого із захисту державної мови.



Проект Постанови не стосується сфери наукової та науково-технічної діяльності, тобто не потребує надсилання на розгляд Науковому комітету Національної ради з питань розвитку науки і технологій.

Проект Постанови не стосується соціально-трудової сфери, питань функціонування місцевого самоврядування, прав та інтересів територіальних громад, місцевого та регіонального розвитку.

Проект Постанови не стосується питання розвитку адміністративно-територіальних одиниць України.

Проект Постанови потребує погодження з Міністерством економіки України, Міністерством фінансів України, Міністерством цифрової трансформації України, Міністерством аграрної політики України, Міністерством охорони здоров'я України, Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення, Комісією з регулювання азартних ігор та лотерей, Національним банком України, Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, Державною регуляторною службою України.

Проект Постанови буде направлено для проведення правової експертизи Міністерством юстиції України.

7. Оцінка відповідності

У проекті Постанови відсутні положення, що:

стосуються зобов'язань України у сфері європейської інтеграції;

стосуються прав та свобод, гарантованих Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод;

впливають на забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків;

містять ризики вчинення корупційних правопорушень та правопорушень, пов'язаних з корупцією;

створюють підстави для дискримінації.

Проект Постанови буде надіслано до Національного агентства з питань запобігання корупції для проведення антикорупційної експертизи.

Громадська антикорупційна, громадська антидискримінаційна та громадська гендерно-правова експертизи проекту Постанови не проводилися.

8. Прогноз результатів

Прийняття проекту Постанови забезпечить відповідність актів Кабінету Міністрів України законам України та створить правові підстави для органів виконавчої влади передбачених законом повноважень в сфері контролю за додержанням законодавства про рекламу та притягнення винних у його порушенні осіб до визначеної законом відповідальності.

Реалізація Постанови не матиме впливу на розвиток регіонів, підвищення чи зниження спроможності територіальних громад; ринок праці, рівень зайнятості населення, громадське здоров'я, покращення чи погіршення стану здоров'я населення або його окремих груп; екологію та навколишнє природне середовище, обсяг природних ресурсів, рівень забруднення атмосферного



повітря, води, земель, зокрема забруднення утвореними відходами, інші суспільні відносини.

| Заінтересована сторона | Вплив реалізації акта на заінтересовану сторону | Пояснення очікуваного впливу |
|---|--|--|
| <p>Суб'єкти господарювання (рекламодавці, виробники реклами, розповсюджувачі реклами)</p> <p>Держпродспоживслужба</p> | <p>Позитивний: забезпечить обізнаність суб'єктів господарювання про чіткий порядок накладання штрафів за порушення законодавства про рекламу та правову визначеність у цій сфері;</p> <p>діяльність органів у справах захисту прав споживачів у сфері контролю за дотриманням законодавства України про рекламу відповідатиме конституційному принципу, за яким органи державної влади, їх посадові особи діють на підставі в межах повноважень та у спосіб, які передбачені законами України (стаття 19 Конституції України).</p> | <p>Прийняття Постанови дасть можливість забезпечити правову основу для притягнення до відповідальності осіб, винних у порушенні законодавства про рекламу у відповідності з останніми змінами відповідного Закону.</p> |

**Т. в. о. Голови
Державної служби України з
питань безпечності харчових
продуктів
та захисту споживачів**

Ольга ШЕВЧЕНКО

«__» _____ 2023 р.



АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

до проєкту постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу»

I. Визначення проблеми, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання

Проєкт постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу» (далі – проєкт Постанови) розроблено відповідно до пункту 5 розділу II «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України від 21 жовтня 2021 року № 1822-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу», пункту 2 розділу II «Прикінцеві положення» Закону України від 16 грудня 2021 року № 1978-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну» та пункту 34 розділу X «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України від 13.12.2022 № 2849-IX «Про медіа», а також пункту 3 доручення Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 13.12.2021 № 52022/1/1-21, пункту 2 доручення Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 27.01.2022 № 620/1/1-22 та доручення Прем'єр-міністра України Д. Шмигала від 09.02.2023 № 36208/1/1-22. Згідно із зазначеними законами Кабінет Міністрів України зобов'язано привести свої акти у відповідність із цими Законами.

Крім того, Закон України «Про рекламу» містить зміни до положень що регулюють: рекламу лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, рекламу азартних ігор, організаторів азартних ігор, рекламу у сфері фінансових послуг, рекламу фінансових інструментів та фондових ринків, рекламу об'єктів будівництва, будівель, приміщень.

Відповідно до частини четвертої статті 27 Закону України «Про рекламу» центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, накладає штрафи на осіб, винних у порушенні законодавства України про рекламу, у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 26 травня 2004 р. № 693.

Таким чином, у зв'язку із прийняттям нових правил ведення рекламної діяльності, її обмежень щодо реклами лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, азартних ігор, організаторів азартних ігор, фінансових послуг, фінансових інструментів, об'єктів будівництва, дитячого харчування та тютюнових виробів, обмеження реклами і стимулювання продажу, спонсорства електронних сигарет, пристроїв для вживання тютюнових виробів без їх згорання; розширення переліку



UB
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/13407 від 13.06.2023
КЕП: ШЕВЧЕНКО О. П. 13.06.2023 10:50
248197DDFAB977E50400000CED4EB00D7BBDE03
Сертифікат дійсний з 31.01.2023 09:43 до 31.01.2024 23:59

порушень, за які суб'єкт господарювання несе відповідальність, зазначений Порядок підлягає перегляду.

Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив.

| Групи (підгрупи) | Так | Ні |
|---|-----|----|
| Громадяни | | + |
| Держава | + | |
| Суб'єкти господарювання: | + | |
| у тому числі суб'єкти малого підприємництва | + | |

Наразі, проблема не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів, оскільки питання, що порушуються в проекті Постанови, не стосуються механізмів стихійного регулювання ціни, темпів і пропорцій суспільного виробництва.

Також проблема не може бути розв'язана за допомогою діючих регуляторних актів, у зв'язку з відсутністю таких актів.

II. Цілі державного регулювання

Ціллю прийняття проекту Постанови є приведення затвердженого Кабінетом Міністрів України Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу у відповідність до Закону України «Про рекламу» законів України від 21.10.2021 № 1822-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу», від 16.12.2021 № 1978-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну» та від 13.12.2022 № 2849-IX «Про медіа», а також збільшення обізнаності суб'єктів господарювання щодо складу порушень законодавства про рекламу та розмежування відповідальності за такі порушення.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення встановлених цілей

1. Визначення альтернативних способів

Як альтернативу до запропонованого регулювання можна розглянути залишення ситуації без змін, тобто відмову від приведення Порядку у відповідність до нових вимог законодавства.

| Вид альтернативи | Опис альтернативи |
|--|---|
| Альтернатива 1 Залишення ситуації без змін. | Така альтернатива досягнення цілей державного регулювання не дозволить вирішити проблеми, зазначені у розділ 1 аналізу, а також не дозволить досягти цілей державного регулювання |
| Альтернатива 2 Погодження та | Така альтернатива досягнення цілей державного регулювання є найбільш прийнятним та ефективним способом. Прийняття запропонованого проекту Постанови необхідне для забезпечення |

УВ Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/13407 від
13.06.2023

арк.1



| | |
|--------------------------------|---|
| затвердження проекту Постанови | виконання положень Закону України «Про рекламу», законів України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу», «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну», «Про медіа». |
|--------------------------------|---|

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|--|---|
| Альтернатива 1 | Відсутні. Не дасть змоги забезпечити належне виконання законодавчих актів, якими встановлено обмеження реклами дитячого харчування та тютюнових виробів, обмеження реклами і стимулювання продажу, спонсорства електронних сигарет, пристроїв для вживання тютюнових виробів без їх згорання та притягнення винних осіб до відповідальності за порушення вимог законодавства. | Порушення вимог Законів України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо приведення законодавства України у сфері забезпечення дитячим харчуванням у відповідність з вимогами законодавства Європейського Союзу» та «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну», «Про рекламу», «Про медіа». |
| Альтернатива 2 | Прийняття проекту Постанови забезпечить можливість виконання державою контрольних функцій дотримання суб'єктами господарювання вимог законодавства про рекламу. | Проведення контролю за додержанням законодавства про рекламу здійснюється за рахунок коштів Державного бюджету України. |

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян.

Проект Постанови не належить до сфери регулювання цивільних відносин та не розповсюджується на сферу інтересів громадян.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання проводилася для суб'єктів господарювання, які провадять діяльність пов'язану з виробництвом і реалізацією дитячого харчування, тютюнових виробів, електронних сигарет заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, а також замовленням, виробництвом та розповсюдженням реклами дитячого харчування, тютюнових виробів, електронних сигарет заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для вживання тютюнових виробів без їх згорання, виробництвом та реалізацією лікарських засобів і медичних виробів, провадять діяльність у сфері організації

УВ Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/13407 від
13.06.2023

арк.1



азартних ігор, надання фінансових послуг, ринків капіталів та організованих товарних ринків, будівництва будівель та споруд.

| Показник | Мікро | Малі | Середні | Великі | Разом |
|--|--------|--------|---------|--------|--------|
| Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць | 138490 | 139328 | 1340 | 55 | 279213 |
| Питома вага групи у загальній кількості, % | 49,6 | 49,9 | 0,48 | 0,02 | 100 |

Інформація щодо кількості суб'єктів господарювання отримана з розділу «Статистична інформація» офіційного вебсайту Державної служби статистики України (<https://www.ukrstat.gov.ua/>) станом на 01.07.2022.

| Вид альтернативи | Вигоди | Витрати |
|------------------|--|---|
| Альтернатива 1 | Прямі вигоди відсутні | Потенційні ризики щодо порушення прав суб'єктів господарювання при накладанні штрафів за порушення законодавства про рекламу. |
| Альтернатива 2 | Забезпечення прозорості функціонування механізму накладання штрафів за порушення законодавства про рекламу, прогнозованість дій Держпродспоживслужби | Для умов наведених у додатку 2 до даного АРВ (М-тест) витрати будуть складати: за перший рік – 341 891 165 грн 34 коп. за п'ять років – 1 709 455 826 грн 70 коп. |

| Сумарні витрати за альтернативами | Сума витрат, гривень |
|---|---|
| Альтернатива 1. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємства згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта | Витрати відсутні |
| Альтернатива 2. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємства згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта | Для умов наведених у додатку 1 до даного АРВ витрати будуть складати: за перший рік – 3 179 344 грн 50 коп. за п'ять років – 15 896 722 грн 50 коп. |

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення встановлених цілей

Вибір оптимального альтернативного способу здійснено з урахуванням системи бальної оцінки ступеня досягнення визначених цілей.



Вартість балів визначається за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей, де:

4 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше не існуватиме);

3 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми не існуватимуть);

2 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться нерозв'язаними);

1 – цілі прийняття регуляторного акта, які не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).

| Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми) | Бал результативності (за чотири бальною системою оцінки) | Коментарі щодо присвоєння відповідного бала |
|--|--|--|
| Альтернатива 1 | 1 | Така альтернатива не сприятиме досягненню цілей державного регулювання. Залишається проблема, зазначена у Розділі I |
| Альтернатива 2 | 4 | Така альтернатива є найбільш оптимальною та дозволить забезпечити дозволить забезпечити досягнення цілей, що зазначені у Розділі II. |

| Рейтинг результативності | Вигоди (підсумок) | Витрати (підсумок) | Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу |
|--------------------------|---|--|--|
| Альтернатива 1 | Прямі вигоди відсутні | Потенційні ризики щодо порушення прав суб'єктів господарювання. | Дана альтернатива не забезпечує потреби у розв'язанні проблеми та досягнення встановлених цілей. |
| Альтернатива 2 | Зниження загрози порушення прав суб'єктів господарювання. | Економічні витрати пов'язані із виконанням вимог регулювання відсутні. | Альтернатива є прийнятною з огляду на досягнення цілі |

| Рейтинг | Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/ причини відмови від альтернативи | Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта |
|----------------|---|--|
| Альтернатива 1 | Дана альтернатива не здатна вирішити проблеми, що виникають внаслідок невідповідності порядку накладання штрафів за порушення законодавства про рекламу вимогам закону. | Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується. |

УВ Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/13407 від
13.06.2023

арк.1



| | | |
|-------------------|--|---|
| Альтернатива 2 | Дана альтернатива є найбільш доцільною з огляду на поточний стан проблеми та співвідношення витрат пов'язаних із запровадженням альтернативи та вигод від її впровадження. | Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується. |
|-------------------|--|---|

Враховуючи вищенаведені позитивні та негативні сторони альтернативних способів досягнення встановлених цілей, доцільно прийняти розроблений проєкт Постанови.

V. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми

З метою досягнення цілей, визначених у Розділі II аналізу регуляторного впливу, пропонується погодити проєкт Постанови.

Заходи, які необхідно здійснити органам влади для розв'язання проблеми: провести погодження проєкту постанови з Міністерством економіки України, Міністерством фінансів України, Міністерством цифрової трансформації України, Міністерством аграрної політики України, Міністерством охорони здоров'я України, Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення, Комісією з регулювання азартних ігор та лотерей, Національним банком України, Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку, Державною регуляторною службою України;

забезпечити проведення Міністерством юстиції України правової експертизи проєкту Постанови;

забезпечити проведення Національним агентством з питань запобігання корупції антикорупційної експертизи;

забезпечити інформування громадськості про вимоги регуляторного акта шляхом його оприлюднення на офіційному вебпорталі Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (<http://dpss.gov.ua>) та провести громадське обговорення проєкту Постанови.

Суб'єктам господарювання необхідно ознайомитися з вимогами регулювання (пошук та опрацювання регуляторного акту в мережі Інтернет).

Ризику впливу зовнішніх факторів на дію регуляторного акта немає.

Досягнення цілей не передбачає додаткових організаційних заходів.

Можлива шкода у разі очікуваних наслідків дії акта не прогнозується.

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги.

Можливість виконання вимог регуляторного акта оцінюється як висока, оскільки ресурсів, які є у розпорядженні компетентного органу та суб'єктів господарювання, на яких поширюватимуться відповідні вимоги, достатньо для їх виконання.



Розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно наведено з додатком 3 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва).

Державне регулювання за проектом Постанови не передбачає утворення нового державного органу або нового структурного підрозділу діючого органу.

VII. Обґрунтування строку дії акту

Термін дії нормативно-правового акта – необмежений у часі.

Термін набрання чинності регуляторним актом:

пункт 4 та абзаци другий – сорок сьомий пункту 5 цих змін – одночасно з набранням чинності Законом України від 16 грудня 2021 року № 1978-IX «Про внесення змін до деяких законів України щодо охорони здоров'я населення від шкідливого впливу тютюну»;

пункти 1-3, абзаци сорок восьмий – шістдесят сьомий пункту 5, пункти 6-12 цих змін – з дня опублікування цієї постанови.

Зміна строку дії акту можлива в разі зміни законодавчих актів України вищої юридичної сили, на виконання яких розроблений проект постанови.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Прогнозні значення показників результативності регуляторного акта будуть встановлюватися після набрання чинності актом.

Прогнозними значеннями показників результативності регуляторного акта є:

1) кількість суб'єктів господарювання на яких поширюється дія акта – 279213 одиниць, у тому числі малого та мікропідприємства – 277818 одиниць.

2) розмір надходжень до державного бюджету пов'язаних з дією акта – розмір штрафів, визначених частинами четвертою, шостою, сьомою та восьмою статті 27 Закону України «Про рекламу»; розмір надходжень до місцевих бюджетів і державних цільових фондів – 0;

3) рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень регуляторного акта – високий, оскільки повідомлення про оприлюднення, проект Постанови та аналіз регуляторного впливу акта розміщено на офіційному вебпорталі Держпродспоживслужби (<http://dpss.gov.ua>) у розділі «Діяльність», підрозділ «Обговорення проектів документів».

4) розмір коштів і час, що витратимуться суб'єктами господарювання, пов'язаними з виконанням вимог акта – низький. Для суб'єктів середнього та малого підприємництва – 1 година та 87,90 грн.

Показниками результативності регуляторного акта є:

1) кількість рішень про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу, які прийнято без процесуальних порушень;

2) сума штрафів за порушення законодавства про рекламу, які добровільно сплачено винними особами або тих, що сплачено після підтвердження



правомірності дій контролюючих органів рішеннями судів (у разі оскарження таких дій винними особами).

3) кількість судових рішень, якими підтверджено правомірність притягнення винних осіб до відповідальності за порушення законодавства про рекламу.

ІХ. Визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження результативності регуляторного акта

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися Держпродспоживслужбою шляхом аналізу даних відповідно до встановлених показників результативності.

Базове відстеження результативності цього регуляторного акта здійснюватиметься після набрання ним чинності, оскільки для цього використовуватимуться виключно статистичні показники.

Повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюватиметься через рік з дня набрання чинності цим регуляторним актом, але не пізніше двох років після набрання ним чинності. За результатами даного відстеження відбудеться порівняння показників базового та повторного відстеження.

Періодичне відстеження результативності буде здійснюватися один раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Вид даних, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності – статистичні.

Для відстеження результативності будуть використовуватися дані, отримані за результатами звітування, що здійснюватиметься територіальними органами Держпродспоживслужби.

**Т. в. о. Голови
Державної служби України з
питань безпеки харчових
продуктів та захисту споживачів**

Ольга ШЕВЧЕНКО

«_____» _____ 2023 р.



Додаток 1
до Аналізу регуляторного впливу

ВИТРАТИ
на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва,
які виникають внаслідок дії регуляторного акта

| Порядковий номер | Витрати | За перший рік | За п'ять років |
|------------------|---|--|----------------|
| 1 | Витрати на придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо, гривень | 0 | 0 |
| 2 | Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень | 0 | 0 |
| 3 | Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень | 394,27 | 1 971,35 |
| 4 | Витрати, пов'язані з участю у розгляді справи про порушення законодавства про рекламу, гривень | 1 054,83 Орієнтовно 4 години в день працівник суб'єкта господарювання буде витратити на участь у розгляді справи (заробітна плата за місяць – 15470,80 грн*, 22 робочих дні – 703,22 грн заробітна плата за 1 день (8 годин) або 351,61 грн за 4 години в день та відповідно 1054,83 грн за період участі у розгляді справи (3 дні)). | 5 274,15 |
| 5 | Витрати на отримання адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів, атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних/обов'язкових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та інших | 0 | 0 |



| | | | |
|----|---|--------------|---------------|
| | послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо), гривень | | |
| 6 | Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень | 830,00 | 4 150,00 |
| 7 | Витрати, пов'язані із наймом додаткового персоналу, гривень | 0 | 0 |
| 8 | Інше (уточнити), гривень | 0 | 0 |
| 9 | РАЗОМ (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8), гривень | 2 279,10 | 11 395,50 |
| 10 | Кількість суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць | 1 395 | 1 395 |
| 11 | Сумарні витрати суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 9 x рядок 10), гривень | 3 179 344,50 | 15 896 722,50 |

* - інформація щодо заробітної плати отримана з розділу «Статистична інформація» офіційного вебпорталу Державної служби статистики України (<https://www.ukrstat.gov.ua/>) шляхом визначення середньої заробітної плати по галузям економічної діяльності на які поширюється державне регулювання.

Розрахунок відповідних витрат на одного суб'єкта господарювання

| Вид витрат | Витрати* на ведення обліку, підготовку та подання звітності (за рік) | Витрати на оплату штрафних санкцій за рік | Разом за рік | Витрати за п'ять років |
|---|---|--|--------------|------------------------|
| Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам (витрати часу персоналу) | 376,8 | 17,47 | 394,27 | 1 971,35 |
| Вид витрат | Витрати пов'язані з участю у розгляді справи про порушення законодавства про рекламу (за рік) | Витрати на оплату штрафних санкцій та усунення виявлених порушень (за рік) | Разом за рік | Витрати за п'ять років |
| Витрати, пов'язані з участю у розгляді справи про порушення | 1 054,83 | 0 | 1 054,83 | 5 274,15 |



| | | | | |
|--|--------------------|--|-------------------------------|------------------------|
| законодавства про рекламу, гривень | | | | |
| Вид витрат | За рік (стартовий) | | Періодичні (за наступний рік) | Витрати за п'ять років |
| Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо) | 830,0 | | 0 | 4 150,00 |

Додаток 2
до Аналізу регуляторного впливу

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ
на адміністрування регулювання для суб'єктів великого і середнього підприємництва

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів

| Процедура регулювання суб'єктів великого і середнього підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання) | Планові витрати часу на процедуру | Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата) | Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта | Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання | Витрати на адміністрування регулювання (за рік), гривень |
|--|-----------------------------------|--|--|---|--|
| 1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | 8 год. | 512,00 | 1 | 1 395 | 714 240,00 |
| камеральні | - | - | - | - | - |
| виїзді | - | - | - | - | - |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | 1 год. | 64,00 | 1 | 1 395 | 89 280,00 |



| | | | | | |
|---|--------|--------|---|-------|---------------|
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | 1 год | 64,00 | 1 | 1 395 | 89 280,00 |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання | - | - | - | - | - |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання | 30 хв | 34,50 | 1 | 1 395 | 487 127,50 |
| 7. Інші адміністративні процедури (розгляд справи про порушення законодавства про рекламу): | 12 год | 768,00 | 1 | 1 395 | 1 071 360,00 |
| Разом за рік | X | X | X | X | 2 451 284,50 |
| Сумарно за п'ять років | X | X | X | X | 12 256 437,50 |

Державне регулювання не передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу).

| Порядковий номер | Назва державного органу | Витрати на адміністрування регулювання за рік, гривень | Сумарні витрати на адміністрування регулювання за п'ять років, гривень |
|--|-------------------------|--|--|
| 1. | Держпродспоживслужба | 2 451 284,50 | 12 256 437,50 |
| Сумарно бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів великого і середнього підприємства | | 2 451 284,50 | 12 256 437,50 |



Додаток 3
до Аналізу регуляторного впливу

ТЕСТ
малого підприємництва (М-Тест)

1. Консультації з представниками мікро- та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання.

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з «09» травня 2023 р. по «08» червня 2023 р.

| Порядковий номер | Вид консультації (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо) | Кількість учасників консультацій, осіб | Основні результати консультацій (опис) |
|------------------|--|--|---|
| 1 | Оприлюднення на офіційному вебпорталі Держпродспоживслужби регуляторного акта для надання пропозицій та зауважень від суб'єктів господарювання та громадян | 0 | Зауваження та пропозиції не надходили |
| 2 | Звернення до Громадської ради при Держпродспоживслужбі для надання пропозицій та зауважень до регуляторного акта | - | Зауваження та пропозиції не надходили |
| 3 | Лист Громадської ради при Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення від 07.06.2023 № 08/06 | - | Надано пропозиції щодо компетенції по контролю за порядком розповсюдження реклами у сфері медіа |

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі):

кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання становить 277818 одиниць, у тому числі малого підприємництва 139328 одиниць та мікропідприємства 138490 одиниць,

сукупна питома вага суб'єктів малого та мікропідприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 99,5 % (відсотків), (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання»).

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання

| Порядковий номер | Найменування оцінки | У перший рік (стартовий рік) | Періодичні (УВ) | Витрати за 7'ять років (Держпродспоживслужба) |
|------------------|---------------------|------------------------------|-----------------|---|
|------------------|---------------------|------------------------------|-----------------|---|



| | | впровадження регулювання) | наступний рік) | |
|--|---|------------------------------|-------------------|--------|
| Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання | | | | |
| 1 | Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів) | X | X | X |
| 2 | Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування | X | X | X |
| 3 | Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали), у т.ч: | X | X | X |
| 4 | Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування), у т.ч: | X | X | X |
| 5 | Інші процедури (уточнити) | X | X | X |
| 6 | Разом, гривень <i>Формула:</i> <i>(сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5)</i> | X | X | X |
| 7 | Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | X | X | X |
| 8 | Суммарно, гривень <i>Формула:</i> <i>відповідний стовпчик «разом» X</i> <i>кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 6 X рядок 7)</i> | X | X | X |
| Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | | | | |
| 9 | Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання – 1 година <i>Формула:</i> <i>витрати часу на отримання інформації про регулювання, отримання необхідних форм та заявок X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість форм</i> | 87,90 | X | 439,50 |
| 10 | Процедури організації виконання вимог регулювання – 1 година <i>Формула:</i> <i>витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для</i> | 87,90 | X | 439,50 |

UB

Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/13407 від
13.06.2023

арк.1



| | | | | |
|----|--|--|---|------------------|
| | <i>суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість внутрішніх процедур</i> | | | |
| 11 | Процедури офіційного звітування | X | X | X |
| 12 | Процедури щодо забезпечення процесу розгляду справи про порушення законодавства про рекламу – 12 <i>годин</i> <i>Формула:</i> <i>витрати часу на забезпечення процесу перевірок з боку контролюючих органів X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість перевірок за рік</i> | 1 054,83 Орієнтовно 4 години в день працівник суб'єкта господарювання буде витрачати на участь у розгляді справи (заробітна плата за місяць – 15470,80 грн*, 22 робочих дні – 703,22 грн заробітна плата за 1 день (8 годин) або 351,61 грн за 4 години в день та відповідно 1054,83 грн за період участі у розгляді справи (3 дні)). | X | 5 274,15 |
| 13 | Інші процедури (уточнити) | X | X | X |
| 14 | Разом, гривень <i>Формула:</i> <i>(сума рядків 9 + 10 + 11 + 12 + 13)</i> | 1 230,63 | X | 6 153,15 |
| 15 | Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць | 277 818 | X | 277 818 |
| 16 | Сумарно, гривень <i>Формула:</i> <i>відповідний стовпчик "разом" X кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 14 X рядок 15)</i> | 341 891 165,34 | X | 1 709 455 826,70 |



Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва
Державна служба України з питань
безпеки харчових продуктів та захисту споживачів.

| Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікропідприємств) | Планові витрати часу на процедуру | Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата) | Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта | Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання | Витрати на адміністрування регулювання* (за рік), гривень |
|--|-----------------------------------|--|--|---|---|
| 1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі: | 8 год. | 512,00 | 1 | 277 818 | 142 242 816,00 |
| камеральні | - | - | - | - | - |
| виїзді | - | - | - | - | - |
| 3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання | 1 год. | 64,00 | 1 | 277 818 | 17 780 352,00 |
| 4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання | 1 год | 64,00 | 1 | 277 818 | 17 780 352,00 |
| 5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 6. Підготовка звітності за результатами регулювання | 30 хв | 34,50 | 1 | 277 818 | 9 584 721,00 |
| 7. Інші адміністративні | 12 год | 768,00 | 1 | 277 818 | 213 364 224,00 |

UB

Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/13407 від
13.06.2023

арк.1



| | | | | | |
|---|---|---|---|---|------------------|
| процедури (розгляд справи про порушення законодавства про рекламу): | | | | | |
| Разом за рік | X | X | X | X | 400 752 465,00 |
| Сумарно за п'ять років | X | X | X | X | 2 003 762 325,00 |

Державне регулювання не передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу).

| Порядковий номер | Назва державного органу | Витрати на адміністрування регулювання за рік, гривень | Сумарні витрати на адміністрування регулювання за п'ять років, гривень |
|---|-------------------------|--|--|
| | Держпродспоживслужба | 400 752 465,00 | 2 003 762 325,00 |
| Сумарно бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва | | 400 752 465,00 | 2 003 762 325,00 |

4. Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

| Порядковий номер | Показник | Перший рік регулювання (стартовий) | За п'ять років |
|------------------|--|------------------------------------|------------------|
| 1 | Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання | X | X |
| 2 | Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування | 341 891 165,34 | 1 709 455 826,70 |
| 3 | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання | 341 891 165,34 | 1 709 455 826,70 |
| 4 | Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва | 400 752 465,00 | 2 003 762 325,00 |
| 5 | Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання | 742 643 630,34 | 3 713 218 151,70 |



5. Розроблення корегуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання

З метою зменшення часу необхідного для отримання первинної інформації про вимоги регулювання, організації виконання вимог регулювання та забезпечення процесу розгляду справ, акт (після його затвердження) буде розміщено у вільному доступі на офіційному вебпорталі Держпродспоживслужби.

Це дозволить скоротити час, необхідний для ознайомлення суб'єктів господарювання з актом та для підготовки участі у розгляді справ про порушення законодавства про рекламу орієнтовно на 20%, що у свою чергу скоротить витрати малого підприємництва.

| Показник | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання за перший рік, гривень | Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання за п'ять років, гривень |
|--|---|--|
| Заплановане регулювання | 341 891 165,34 | 1 709 455 826,70 |
| За умов застосування компенсаторних механізмів для малого підприємництва | 273 512 932,27 | 1 367 564 661,35 |
| Сумарно: зміна вартості регулювання малого підприємництва | 68 378 233,07 | 341 891 165,35 |



Повідомлення про оприлюднення чергового проєкту Постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу»

З метою забезпечення проведення громадського обговорення Державна служба України з питань безпечності продуктів та захисту споживачів оприлюднює проєкт Постанови Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу».

Суть проєкту - забезпечення відповідності актів Кабінету Міністрів України змінам, які було внесено до Закону України «Про рекламу» та законів України, що регулюють питання відповідальності за порушення законодавства: про рекламу тютюнових виробів, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускається така продукція, про рекламу дитячого харчування.

Проєкт постанови оприлюднено на вебпорталі Держпродспоживслужби в розділі «Діяльність» на сторінці «Обговорення проєктів документів». Зауваження та пропозиції приймаються в письмовій та електронній формі протягом місяця з дня оприлюднення проєкту регуляторного акта та відповідного аналізу регуляторного впливу.

Пропозиції та зауваження надсилати за такими адресами:

- Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів: вул. Б. Грінченка, 1, м. Київ, 01001, e-mail: y.sakhno@dpss.gov.ua.
- Державна регуляторна служба України: вул. Арсенальна, 9/11, м. Київ, 01011, e-mail: inform@dkrp.gov.ua.



UB
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/13407 від 13.06.2023
КЕП: ШЕВЧЕНКО О. П. 13.06.2023 10:50
248197DDFAB977E50400000CED4EB00D7BBDE03
Сертифікат дійсний з 31.01.2023 09:43 до 31.01.2024 23:59