



KINSTELLAR

В Україні оновлено законодавство про рекламу

Грудень 2023

Нещодавно набрали чинності зміни до Закону України «Про рекламу» від 3 липня 1996 року № 270/96-ВР (далі — «**Закон про рекламу**»). Прийняті зміни оновили застаріле нормативно-правове регулювання реклами в Україні, забезпечивши відповідність стандартів реклами сучасному рівню технологічного розвитку.

Нижче наводимо ключові новели оновленого законодавства про рекламу в Україні:



Розширення поняття "реклама"

Тепер поняття реклами охоплює інформацію про особу, товар або ж ідею, розповсюджену за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами, призначену, щоб сформулювати або підтримати у прямий або непрямої спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї чи товару.



Застосовність українського законодавства про рекламу

Змінами до Закону про рекламу запроваджено систему критеріїв визначення того, чи підпадає певна реклама під дію українського законодавства про рекламу.



Впровадження принципу технологічної нейтральності

Ряд форм розповсюдження реклами виведено з «сірої зони», і підпорядковано регулюванню, передбаченому українським законодавством про рекламу. Зокрема, реклама на платформах спільного доступу до інформації (наприклад, соцмережі), на платформах спільного доступу до відео (наприклад, сервіси потокового відео), а також реклама з використанням електронних комунікацій тепер підпадають під дію тієї ж нормативної бази, що й «традиційна» реклама (наприклад, аудіовізуальні ЗМІ, такі як телебачення, та друковані ЗМІ).



Регулювання розміщення товару (продакт-плейсменту)

Прийняті зміни до Закону про рекламу розширили його сферу дії шляхом включення до неї продакт-плейсменту. Зокрема, Закон про рекламу забороняє продакт-плейсмент таких товарів/діяльності в аудіовізуальних медіа, на платформах спільного доступу до відео та на платформах спільного доступу до інформації:

- I. тютюнових виробів, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, а також розміщення товарів осіб, основною діяльністю яких є виробництво та/або продаж таких товарів;
- II. лікарських засобів, реалізація (відпуск) яких здійснюється за рецептом лікаря та/або заборонених до рекламування, а також медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, застосування яких потребує спеціальних знань та підготовки;
- III. товарів, реклама, виробництво або розповсюдження яких заборонені законом.

Вказані вище обмеження застосовуються виключно до програм аудіовізуальних медіа та користувацьких відео, створених після 1 січня 2024 року, тоді як притягнення до відповідальності за порушення наведених вище обмежень відтерміновано до 1 січня 2025 року. Також Закон про рекламу забороняє продакт-плейсмент азартних ігор.



Розвиток законодавчої бази для боротьби з порушенням прав інтелектуальної власності веб-сайтами

Задля посилення зусиль, спрямованих на боротьбу з піратством, Закон про рекламу тепер визначає деталі включення веб-сайтів до національного переліку веб-сайтів, що викликають занепокоєння щодо дотримання прав інтелектуальної власності.

Зокрема, веб-сайт включається до цього переліку за результатами розгляду звернення суб'єкта авторського права або суб'єкта суміжних прав, за умови надання належних доказів того, що власник веб-сайту протягом останніх 365 днів вчинив:

- I. три і більше порушень прав інтелектуальної власності, які не було усунуто власником веб-сайту станом на дату подання такого звернення, або
- II. два і більше порушень прав інтелектуальної власності, які було зафіксовано заявником до дати такого звернення, і при цьому власник веб-сайту не виконав вимоги щодо розміщення в базі даних WHOIS інформації про власника веб-сайту та постачальника послуг хостингу.

Закон про рекламу тепер передбачає відповідальність за розміщення реклами на сайтах, включених до переліку.

Порядок формування та ведення національного переліку визначить Міністерство економіки України.



Заборона реклами резидентами «держави-агресора»

Закон про рекламу тепер також заборонено будь-яку рекламу в Україні з боку резидентів «держави-агресора», а саме Російської Федерації. Очікується, що це нововведення сприятиме боротьбі з російською дезінформацією.

Висновок

Оновлений Закон про рекламу відображає спільні зусилля зі створення більш прозорого та відповідального рекламного середовища в Україні, що відповідає тенденціям галузі.



У разі виникнення будь-яких запитань або занепокоєнь щодо змін, внесених до Закону про рекламу, просимо, не вагаючись, звертатися до нашої команди за порадами та підтримкою.



Наталії Кіріченко

партнерки, керівниці практики інтелектуальної власності, технологій, кібербезпеки та захисту даних в Україні та співкерівниці регіональної практики інтелектуальної власності та технологій

natalia.kirichenko@kinstellar.com



Анни Балюри

юристки практики інтелектуальної власності, технологій, кібербезпеки та захисту даних

anna.baliura@kinstellar.com

Вищезазначене не є юридичною консультацією і не створює відносин "юрист-клієнт" між Kinstellar та будь-яким одержувачем. Цей матеріал призначений виключно для маркетингових цілей. Він не може бути переданий будь-якій іншій особі або опублікований у будь-який спосіб без нашої згоди. Ми не несемо відповідальності за зміст цього документу, однак він може бути використаний будь-яким одержувачем.