



Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь

ПОСТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТА МИНИСТРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

12 ноября 2007 г. № 1497

О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе»

Изменения и дополнения:

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 11 декабря 2008 г. № 1913 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2008 г., № 303, 5/28934) <C20801913>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 4 января 2010 г. № 2 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 6, 5/31025) <C21000002>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 5 февраля 2010 г. № 161 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 40, 5/31224) <C21000161>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 27 июля 2012 г. № 701 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 01.08.2012, 5/36042) <C21200701>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 августа 2012 г. № 737 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 10.08.2012, 5/36091) <C21200737>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 25 июня 2013 г. № 527 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.07.2013, 5/37459) <C21300527>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 июля 2013 г. № 603 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 27.07.2013, 5/37588) <C21300603>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 апреля 2014 г. № 350 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 17.04.2014, 5/38713) <C21400350>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 сентября 2015 г. № 797 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.09.2015, 5/41079) <C21500797>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 января 2017 г. № 22 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.01.2017, 5/43213) <C21700022>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 13 января 2017 г. № 25 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2017, 5/43222) <C21700025>

В соответствии с Законом Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» Совет Министров Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемые:

Положение о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь рекламы продукции, товаров, работ, услуг, производимых на этой территории;

Положение о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь рекламы алкогольных напитков в средствах массовой информации;

Положение о порядке размещения средств наружной рекламы;

Положение о порядке размещения (распространения) и согласования наружной рекламы, рекламы на автомобилях, трамваях, троллейбусах, колесных тракторах, автопоездах.

2. Внести изменения и дополнения в следующие постановления Совета Министров Республики Беларусь:

2.1. в приложении к Программе реконструкции и технического перевооружения государственных театров Республики Беларусь на 2004–2010 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 мая 2004 г. № 604 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2004 г., № 89, 5/14313):

в пункте 2 слова «наружной рекламы» заменить словами «средств наружной рекламы»;

в пункте 9 слова «световой рекламы» заменить словом «лайтпостеров»;

2.2. утратил силу;

2.3. утратил силу.

3. Признать утратившими силу постановления Правительства Республики Беларусь согласно приложению.

4. Министерству антимонопольного регулирования и торговли давать разъяснения по вопросам применения настоящего постановления.

5. Республиканским органам государственного управления, местным исполнительным и распорядительным органам привести свои нормативные правовые акты в соответствии с настоящим постановлением и принять иные меры, направленные на его реализацию.

6. Настоящее постановление вступает в силу с 22 ноября 2007 г.

Премьер-министр Республики Беларусь

С.Сидорский

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь

12.11.2007 № 1497

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь рекламы продукции, товаров, работ, услуг, производимых на этой территории

1. Настоящее Положение разработано в соответствии с абзацем шестым статьи 7 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1321) и регулирует отношения, возникающие в процессе размещения (распространения) на территории Республики Беларусь рекламы продукции, товаров, работ, услуг (далее – товар), производимых на этой территории.

2. Для целей настоящего Положения применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом Республики Беларусь «О рекламе», а также следующие термины и их определения:

иностранный производитель – иностранное или международное юридическое лицо (организация, не являющаяся юридическим лицом), иностранные граждане либо лица без гражданства, производящие продукцию, товары, выполняющие работы или оказывающие услуги;

отечественный производитель – организация Республики Беларусь, гражданин Республики Беларусь, производящие продукцию, товары, выполняющие работы или оказывающие услуги;

товар, производимый на территории Республики Беларусь, – товар собственного производства отечественного производителя.

3. К рекламе товара, производимого на территории Республики Беларусь, относится реклама, содержащая информацию:

о товаре, производимом на территории Республики Беларусь (изображение внешнего вида товара, его отличительных свойств, потребительской упаковки, описание физических, химических или иных свойств товара или иная подобная информация);

об отечественном производителе;

о продавце, осуществляющем деятельность на территории Республики Беларусь и реализующем товары, производимые на территории Республики Беларусь;

о товарном знаке и (или) знаке обслуживания, используемом для обозначения отечественного производителя, товара, производимого на территории Республики Беларусь;

о товарном знаке и (или) знаке обслуживания, используемом одновременно для обозначения отечественного производителя, иностранного производителя, товара, производимого на территории Республики Беларусь, иного товара.

Реклама, содержащая информацию о товарном знаке и (или) знаке обслуживания, указанном в абзаце шестом части первой настоящего пункта, не относится к рекламе товара, производимого на территории Республики Беларусь, в случае наличия в совокупности следующих условий:

объектом рекламирования является товар собственного производства иностранного производителя, обозначенный таким товарным знаком и (или) знаком обслуживания;

рекламодателем является иностранный производитель или продавец такого товара на территории Республики Беларусь;

такой товар реализуется на рынке Республики Беларусь на момент размещения (распространения) рекламы.

Реклама, содержащая информацию об иностранном производителе, его товаре, продавце, осуществляющем реализацию исключительно такого товара, товарном знаке и (или) знаке обслуживания, используемых для обозначения такого товара, за исключением случая, указанного в абзаце шестом части первой настоящего пункта, к рекламе товара, производимого на территории Республики Беларусь, не относится.

4. Размещаемая (распространяемая) на территории Республики Беларусь реклама товара, производимого на этой территории, изготавливается только с привлечением организаций Республики Беларусь и (или) граждан Республики Беларусь, если иное не установлено законодательными актами.

Реклама товара, производимого на территории Республики Беларусь, признается изготовленной только с привлечением организаций Республики Беларусь и (или) граждан Республики Беларусь в случаях:

совершения организациями Республики Беларусь и (или) гражданами Республики Беларусь действий по полному или частичному доведению рекламы до готовой для размещения (распространения) формы, за исключением действий, связанных с приведением рекламы в соответствие с требованиями законодательства;

рекламирования товара, производимого на территории Республики Беларусь, только с участием граждан Республики Беларусь, если в рекламе используются образы людей, в том числе:

использования в рекламе панорамной съемки населенных пунктов, производственных объектов, торговых объектов, объектов обслуживания, концертных площадок или иных имущественных комплексов, расположенных на территории Республики Беларусь, в момент нахождения людей на территории таких населенных пунктов, объектов или комплексов;

использования в рекламе образов этнических белорусов или выходцев из Республики Беларусь.

5. Документом, подтверждающим изготовление рекламы товара, производимого на территории Республики Беларусь, только с привлечением организаций Республики Беларусь и (или) граждан Республики Беларусь, является договор об изготовлении такой рекламы организацией Республики Беларусь и (или) гражданином Республики Беларусь либо письмо организации Республики Беларусь или гражданина Республики Беларусь об изготовлении такой организацией или гражданином рекламы, если данная организация или гражданин являются рекламодателями такой рекламы.

6. Документами, подтверждающими рекламирование товара, производимого на территории Республики Беларусь, только с участием граждан Республики Беларусь, являются:

договор о выполнении работы гражданином Республики Беларусь по рекламированию такого товара или об использовании изображения гражданина Республики Беларусь в такой рекламе и паспорт гражданина Республики Беларусь;

либо договор об оказании услуги модельным агентством, осуществляющим деятельность на территории Республики Беларусь, по предоставлению модели (гражданина Республики Беларусь) для участия в рекламировании товара.

Документальное подтверждение участия гражданина Республики Беларусь в рекламировании товара, производимого на территории Республики Беларусь, не требуется в случае использования в рекламе имитации образа человека (контуры, очертания и т.д.), не позволяющей достоверно установить его личность, а также в случаях, указанных в абзацах четвертом и пятом части второй пункта 4 настоящего Положения.

7. При размещении (распространении) рекламодателем рекламы товаров, производимых на территории Республики Беларусь, рекламодатель и (или) рекламопроизводитель обязаны представить копии документов, указанных в пункте 5 и части первой пункта 6 настоящего Положения, с предъявлением их оригиналов.

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь

12.11.2007 № 1497

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь рекламы алкогольных напитков в средствах массовой информации

1. Настоящее Положение разработано в соответствии с абзацем шестым статьи 7 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1321) и регулирует отношения, возникающие в процессе размещения (распространения) рекламы алкогольных напитков в средствах массовой информации, в том числе при распространении таких средств массовой информации в местах продажи алкогольных напитков.

Настоящее Положение не регулирует отношения, возникающие в процессе размещения (распространения) рекламы алкогольных напитков в средствах массовой информации, зарегистрированных и произведенных на территории иностранных государств.

2. Для целей настоящего Положения применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом Республики Беларусь «О рекламе», а также следующие термины и их определения:

образы людей или животных – изображение людей, животных, а также литературных и иных персонажей, созданных по подобию людей, животных, за исключением изображения людей, животных, указанных персонажей на товарных знаках и (или) знаках обслуживания, зарегистрированных для обозначения алкогольных напитков;

изображение потребительской упаковки алкогольных напитков – изображение упаковки, предназначенной для продажи и (или) потребления алкогольных напитков, а также изображение иных предметов, не предназначенных для продажи и (или) потребления алкогольных напитков, но имитирующих внешний вид такой упаковки, за исключением изображения потребительской упаковки на товарных знаках и (или) знаках обслуживания, зарегистрированных для обозначения алкогольных напитков.

3. В средствах массовой информации запрещается размещение (распространение) рекламы алкогольных напитков:

на первых и последних страницах газет либо на первых и последних страницах или обложках журналов, других периодических изданий;

в изданиях, средствах массовой информации, предназначенных для граждан в возрасте до 18 лет, либо специализирующихся на вопросах экологии, образования, охраны здоровья;

содержащей информацию о физических, химических или иных потребительских свойствах алкогольных напитков, об их цене, изображении алкогольных напитков, их потребительской упаковке, наименование видов указанных напитков;

использующей образы людей или животных, в том числе рисованные, мультипликационные (анимационные);

использующей образы, высказывания, внушающие, что потребление алкогольных напитков содействует достижению успеха либо улучшает физическое или психическое состояние человека;

имеющей изображение или текст, призывающие к употреблению данных напитков.

4. В средствах массовой информации не допускается размещение (распространение) ненадлежащей рекламы алкогольных напитков, а также рекламы:

об организации и проведении конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных, культурных, образовательных и спортивных мероприятий, пари в целях стимулирования реализации алкогольных напитков;

о бесплатном (безвозмездном) распространении алкогольных напитков в ходе проведения какого-либо мероприятия (за исключением дегустаций, осуществляемых в маркетинговых целях), в том числе о предоставлении более пяти литров таких напитков в качестве призов (подарков) при проведении конкурсов, лотерей, игр, иных игровых, рекламных, культурных, образовательных и спортивных мероприятий, пари.

5. Исключен.

6. Реклама алкогольных напитков должна сопровождаться предупредительной надписью о вреде, который наносит здоровью человека их потребление, следующего содержания:
«Чрезмерное употребление алкоголя вредит здоровью».

Предупредительные надписи о вреде, который наносит здоровью человека потребление алкогольных напитков, должны быть выполнены четкими буквами, цветом, контрастирующим с цветовым фоном рекламной площади, на которой находится информация, размещаться в нижней части по всей длине площади рекламы и занимать не менее 10 процентов площади рекламы.

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Совета Министров
Республики Беларусь

12.11.2007 № 1497

ПОЛОЖЕНИЕ
о порядке размещения средств наружной рекламы

ГЛАВА I
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящее Положение разработано в соответствии с абзацем шестым статьи 7 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1321) и регулирует отношения, возникающие в процессе размещения средств наружной рекламы.

Настоящим Положением не регулируются отношения, возникающие в процессе размещения технических средств, которые не являются средствами наружной рекламы, в том числе:

учрежденческих досок и иных технических средств на внешних сторонах зданий (сооружений), вне зданий (сооружений), предназначенных и (или) используемых для размещения (распространения) информации о наименовании государственного органа, государственной организации, подчиненной Правительству Республики Беларусь, государственного учреждения; информационных табличек;

технических средств на внешних сторонах зданий (сооружений), вне зданий (сооружений) и в подземных пешеходных переходах, предназначенных и (или) используемых для размещения (распространения) информации, исключительной афиш или информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таких технических средствах возложена на организации или граждан в соответствии с законодательством;

мебели, инвентаря, оборудования и иных технических средств, содержащих рекламу, расположенных внутри торгового объекта или объекта обслуживания, обзор которых возможен снаружи этого объекта, предназначенных и (или) используемых для хранения, перемещения, фасовки, демонстрации и (или) реализации продукции, товаров, работ, услуг (далее – товары).

2. Для целей настоящего Положения применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом Республики Беларусь «О рекламе», а также следующие термины и их определения:

афиша – носитель информации о проведении концертов, спектаклей, цирковых программ, представлений и (или) иных культурно-зрелищных мероприятий, имеющий площадь не более одного квадратного метра;

вывеска – техническое средство, имеющее площадь рекламного поля не более 5,5 квадратного метра, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) информации на русском или белорусском языке о наименовании (фирменном наименовании) организации, ее обособленного подразделения, фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) гражданина, реализующих населению товары, виде, типе и (или) названии принадлежащего им торгового объекта, объекта обслуживания или производственного объекта, товарном знаке или знаке обслуживания (при его наличии), группе товаров («продукты», «напитки», «овощи» и так далее) или виде работ, услуг («пошив одежды», «ремонт обуви» и так далее), режиме их работы и (или) иной информации, обязанность по размещению (распространению) которой на таком техническом средстве возложена на организации или граждан законодательством, закрепляемое на здании (сооружении), в котором осуществляют деятельность соответствующие организация, ее обособленное подразделение или гражданин, за исключением технического средства, закрепляемого консолю;

вывеска рекламного характера – техническое средство, имеющее площадь рекламного поля более 5,5 квадратного метра, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) информации, указанной в абзаце третьем настоящего пункта, а также техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) иной информации об организации, ее обособленном подразделении или гражданине, не указанной в абзаце третьем настоящего пункта, закрепляемое на здании (сооружении), в котором осуществляет деятельность соответствующая организация, ее обособленное подразделение или гражданин, вдоль его поверхности;

городская среда (среда населенного пункта или иных территорий) – среда проживания и (или) деятельности населения в границах административно-территориальной единицы, включающая материальные объекты производственной, социальной, инженерной, транспортной инфраструктур, водные акватории, воздушное и подземное пространство и обладающая коммерческой ценностью для целей размещения (распространения) наружной рекламы и ее средств;

информационная табличка – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) информации о наименовании (фирменном наименовании) организации, ее обособленного подразделения, фамилии, собственном имени, отчестве (если таковое имеется) гражданина, режиме их работы, имеющее площадь информационного поля не более одного квадратного метра и закрепляемое на здании (сооружении) рядом с входом или на двери входа в здание (сооружение), в котором осуществляет деятельность соответствующая организация, ее обособленное подразделение или гражданин;

информационное поле – поверхность технического средства, которая может быть использована для нанесения (воспроизведения) информации, за исключением рекламы;

категория территории (высшая, первая или вторая) – классификационный признак участка территории населенного пункта, отражающий коммерческую ценность участка территории для размещения на нем средств наружной рекламы, присваиваемый соответствующим местным исполнительным и распорядительным органом;

кронштейн – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое консолю на поверхности здания (сооружения), отдельно стоящей опоре или ограждении вне здания (сооружения);

лайтпостер – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на земельном участке, поверхности здания (сооружения), отдельно стоящей опоре или ограждении вне здания (сооружения) и имеющее одно или несколько рекламных полей с внутренней подсветкой;

место размещения средства наружной рекламы – движимое или недвижимое имущество, на котором размещается (предполагается к размещению) средство наружной рекламы, а также воздушное пространство, в котором размещается (предполагается к размещению) средство наружной рекламы, не присоединяемое к движимому или недвижимому имуществу;

надкрышная рекламная конструкция – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на поверхности здания (сооружения) выше уровня карниза или к крыше здания (сооружения);

наземное панно – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, имеющее рекламное поле, закрепляемое на земельном участке вдоль его поверхности;

настенная рекламная конструкция – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на ограждении вне здания (сооружения), здании (сооружении) вдоль его поверхности, за исключением вывески рекламного характера;

образец товара, результата работы, услуги – товар, результат работы, услуги в натуральном виде, его изображение либо макет, муляж или иная имитация товара, результата работы, услуги, идентичные по внешнему виду товара, результату работы, услуги;

объект обслуживания – здание, сооружение, иной имущественный комплекс или его часть, в которых осуществляется деятельность по выполнению работ, оказанию услуг, в том числе деятельность банков, ломбардов, игорных заведений;

объемно-пространственная рекламная конструкция – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на земельном участке и имеющее одно или несколько рекламных полей объемной формы, за исключением тумбы;

оператор наружной рекламы – рекламораспространитель, осуществляющий деятельность по предоставлению рекламных полей принадлежащих ему средств наружной рекламы для размещения (распространения) наружной рекламы третьих лиц;

паспорт средства наружной рекламы – документ установленной формы, содержащий информацию о средстве наружной рекламы;

пилон – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на земельном участке и имеющее одно или два рекламных поля плоской формы в размере каркаса данного технического средства, соединенных между собой;

плакатница или иная выносная рекламная конструкция – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, расположенное на земельном участке, крыльце, балконе или крыше здания (сооружения), но не закрепленное на них, и имеющее одно или несколько рекламных полей, за исключением тумбы;

призматрон – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, имеющее одно или несколько рекламных полей, способных за счет действия призм обеспечивать автоматическую смену (ротацию) рекламы;

размещение средства наружной рекламы – установка технического средства, специально предназначенного и используемого для размещения (распространения) наружной рекламы, либо размещение (распространение) наружной рекламы на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения (распространения);

растяжка – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, имеющее одно или два рекламных поля, закрепленных между зданиями (сооружениями), отдельно стоящими опорами, ограждениями вне зданий (сооружений);

рекламное поле – поверхность средства наружной рекламы, которая может быть использована для нанесения (воспроизведения) наружной рекламы;

согласование паспорта средства наружной рекламы – решение органа, осуществляющего согласование паспорта средства наружной рекламы, о возможности размещения средства наружной рекламы в определенном месте;

социально значимое место размещения средства наружной рекламы – место размещения средства наружной рекламы, наделяемое статусом социально значимого места решением местного исполнительного и распорядительного органа ввиду его особого социально-политического значения для республики или соответствующей административно-территориальной единицы (площади, центральные улицы, памятные места и т.д.);

тумба – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, расположенное на земельном участке и имеющее одно или несколько рекламных полей объемной формы в размере каркаса данного технического средства, соединенных между собой;

указатель – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, совмещенное или расположенное в увязке с дорожным указателем;

уполномоченное лицо – лицо, за которым место размещения средства наружной рекламы закреплено на вещном праве (праве хозяйственного ведения или оперативного управления имуществом, пожизненного наследуемого владения, постоянного пользования или временного пользования земельным участком), либо пользующееся местом размещения средства наружной рекламы на праве аренды, в том числе финансовой аренды (лизинга), и уполномоченное арендодателем на предоставление этого имущества под размещение средства наружной рекламы, либо которому место размещения средства наружной рекламы передано в доверительное управление;

учрежденческая доска – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) информации о наименовании государственного органа, государственной организации, подчиненной Правительству Республики Беларусь, государственного учреждения, их структурных подразделений, закрепляемое на здании (сооружении) рядом с входом или на двери входа в здание (сооружение), в котором осуществляет деятельность соответствующий государственный орган, организация, их структурное подразделение;

флаговая рекламная конструкция – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на земельном участке, поверхности здания (сооружения), отдельно стоящей опоре или ограждении вне здания (сооружения) и имеющее одно или несколько рекламных полей в виде полотнищ, прикрепленных к флагштоку или флагштокам, составляющим единую композицию;

щит – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на земельном участке и имеющее одно или несколько рекламных полей плоской формы;

электронное табло – техническое средство, специально предназначенное и используемое для размещения (распространения) наружной рекламы, закрепляемое на земельном участке, поверхности здания (сооружения), отдельно стоящей опоре или ограждении вне здания (сооружения) и имеющее рекламное поле в виде табло или экрана.

3. К средствам наружной рекламы относятся также технические средства, специально не предназначенные, но используемые для размещения (распространения) наружной рекламы (зонты, навесы, тенты, ограждения, устанавливаемые в пунктах мелкорозничной торговой сети, иные ограждения, поверхность зданий, сооружений, строительные сетки, витрины, останочные пункты общественного транспорта, воздушные шары и т.д.).

Местный исполнительный и распорядительный орган вправе предусмотреть иные средства наружной рекламы, возможные к размещению на территории, на которой действует местный исполнительный и распорядительный орган.

4. Размещение средства наружной рекламы организацией, индивидуальным предпринимателем, нотариусом, адвокатом либо гражданином, осуществляющим ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкоуризма, допускается при наличии разрешения соответствующего Минского городского, городского (города областного подчинения), районного исполнительного комитета. Данное требование не распространяется на средства наружной рекламы, включенные в перечень согласно приложению 10, за исключением средств наружной рекламы, размещаемых на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны.

5. Наружная реклама изготавливается организациями Республики Беларусь и (или) гражданами Республики Беларусь, а рекламирование товаров осуществляется только с участием граждан Республики Беларусь, если иное не установлено законодательными актами.

6. Размещение средства наружной рекламы без наружной рекламы не допускается. В случае отсутствия у рекламодателя возможности разместить (распространить) наружную рекламу на средстве наружной рекламы данное средство должно размещаться с иной информацией (информацией о социально-культурных или праздничных мероприятиях республиканского или местного значения и т.д.), которая может предоставляться республиканскими органами государственного управления, местными исполнительными и распорядительными органами, юридическими или физическими лицами либо должна изготавливаться за счет рекламодателя. Данное требование не распространяется на средства наружной рекламы, специально не предназначенные, но используемые для размещения (распространения) наружной рекламы.

7. Наружная реклама и ее средства не должны:

находиться в ненадлежащем техническом и эстетическом состоянии, ухудшать архитектурный облик здания (сооружения), застройки территории;

иметь сходство по внешнему виду, изображению, звуковому эффекту с техническими средствами организации дорожного движения или специальными сигналами, ухудшать их видимость, а также создавать впечатление нахождения на дороге транспортного средства, пешехода или какого-либо объекта и снижать уровень безопасности движения;

создавать шум, превышающий допустимые уровни, установленные техническими нормативными правовыми актами или иными актами законодательства;

вызывать ослепление светом потребителей рекламы или создавать иные неудобства в жизнедеятельности граждан;

размещаться (распространяться) в полосе отвода автомобильных и железных дорог;

размещаться (распространяться) с иными нарушениями требований размещения (распространения) наружной рекламы и ее средств в соответствии с настоящим Положением и иным законодательством о рекламе.

Средства наружной рекламы, которые размещаются на недвижимых материальных историко-культурных ценностях, их территориях и в зонах их охраны, не должны создавать препятствия для визуального восприятия объемно-пространственных особенностей, элементов и деталей архитектурного декора этих недвижимых материальных историко-культурных ценностей.

На памятниках архитектуры средства наружной рекламы должны размещаться, как правило, отдельными буквами, знаками и (или) иными изображениями.

8. Исключен.

ГЛАВА 2 ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ (ПЕРЕОФОРМЛЕНИЯ), ВЫДАЧИ, АННУЛИРОВАНИЯ РАЗРЕШЕНИЯ НА РАЗМЕЩЕНИЕ СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ПОРЯДОК РАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

9. Для получения разрешения на размещение средства наружной рекламы (далее – разрешение) рекламодатель представляет в соответствующий местный исполнительный и распорядительный орган заявление по форме согласно приложению 1. К заявлению прилагаются документы, предусмотренные законодательством об административных процедурах.

10. Местный исполнительный и распорядительный орган после получения документов, указанных в пункте 9 настоящего Положения, в течение 10 рабочих дней со дня получения заявления:

предоставляет в качестве собственника рекламодателю право на размещение средства наружной рекламы на объекте коммунальной собственности в установленной им форме или выдает рекламодателю письменный мотивированный отказ в предоставлении такого права;

оформляет паспорт средства наружной рекламы в двух экземплярах по форме согласно приложению 2;

обеспечивает согласование паспорта средства наружной рекламы в органе управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа, в том числе при размещении средства наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «З», на их территории и в зонах их охраны;

направляет эскиз средства наружной рекламы на согласование в Министерство культуры при размещении средства наружной рекламы на недвижимых материальных историко-культурных ценностях категории «0», «1», «2», без категории, на их территории и в зонах их охраны;

направляет паспорт средства наружной рекламы при размещении средства наружной рекламы в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильной дороги, красных линий улиц, дорог и площадей населенных пунктов на согласование в соответствующее управление Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел, управление Государственной автомобильной инспекции главного управления внутренних дел Минского городского исполнительного комитета, управление Государственной автомобильной инспекции управления внутренних дел областного исполнительного комитета или отдел Государственной автомобильной инспекции управления, отдела внутренних дел городского, районного исполнительного комитета, на территории которого размещается средство наружной рекламы.

При отказе местного исполнительного и распорядительного органа в предоставлении рекламодателю права на размещение средства наружной рекламы на объекте коммунальной собственности, выданном в соответствии с абзацем вторым части первой настоящего пункта, рекламодателю возвращается внесенная им плата за оформление паспорта средства наружной рекламы.

В случае, если размещение средства наружной рекламы требует разрытия грунта или выполнения иных земляных работ, местный исполнительный и распорядительный орган осуществляет разработку проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности либо выдает соответствующее задание рекламодателю. При выдаче такого задания рекламодателю местный исполнительный и распорядительный орган обязан обеспечить предоставление рекламодателю необходимой документации для выполнения задания (выкопировки из топоосъемки участка местности с нанесением фактического местоположения инженерных сетей) в течение 25 рабочих дней со дня выдачи задания. Рекламодатель обязан выполнить задание в течение 10 рабочих дней со дня предоставления ему местным исполнительным и распорядительным органом необходимой документации для выполнения задания. Местный исполнительный и распорядительный орган осуществляет согласование указанного проекта привязки с организациями, эксплуатирующими инженерные сети, расположенные в соответствии с проектом в месте размещения средства наружной рекламы, и утверждение данного проекта в течение 10 рабочих дней со дня его получения.

10¹. Местный исполнительный и распорядительный орган вправе организовать проведение торгов на право размещения средства наружной рекламы на объекте коммунальной собственности. Для этих целей местный исполнительный и распорядительный орган устанавливает порядок проведения торгов, в том числе порядок оформления участия в торгах и определения лица, выигравшего торги.

Торги проводятся при условии получения местным исполнительным и распорядительным органом предварительного согласия государственных органов и организаций, участвующих в согласовании эскиза средства наружной рекламы, паспорта средства наружной рекламы и его проекта привязки, на размещение средства наружной рекламы в месте, определенном условиями торгов.

Торги не проводятся, если рекламодатель подал заявление о дальнейшем размещении средства наружной рекламы в соответствии с частью первой пункта 24 настоящего Положения.

Торги проводятся в установленном законодательством порядке не позднее одного месяца со дня извещения об их проведении.

Для участия в торгах рекламодатель представляет в местный исполнительный и распорядительный орган документы, указанные в пункте 9 настоящего Положения, и иные документы, определенные в решении местного исполнительного и распорядительного органа о порядке проведения торгов.

Местный исполнительный и распорядительный орган оформляет и выдает рекламодателю, выигравшему торги, разрешение в порядке, предусмотренном настоящим Положением.

Рекламодателю, не выигравшему торги, по окончании их проведения возвращается внесенная им плата за оформление паспорта средства наружной рекламы.

Если по истечении одного месяца со дня извещения о проведении торгов об участии в торгах заявил только один рекламодатель, торги признаются несостоявшимися и разрешение оформляется на имя такого рекламодателя.

11. Исключен.

12. Исключен.

13. Министерство культуры в течение 5 рабочих дней со дня получения эскиза средства наружной рекламы согласовывает его или направляет в местный исполнительный и распорядительный орган письменный мотивированный отказ в таком согласовании. Министерство культуры производит согласование эскиза средства наружной рекламы путем проставления грифа «СОГЛАСОВАНО», содержащего дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица, заверенную печатью Министерства культуры, либо проставляет штамп, содержащий слово «СОГЛАСОВАНО», дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица. Эскиз средства наружной рекламы является неотъемлемой частью паспорта наружной рекламы.

14. Соответствующее подразделение Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел, орган управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа в течение 5 рабочих дней со дня получения паспорта средства наружной рекламы согласовывает его или представляют в местный исполнительный и распорядительный орган письменный мотивированный отказ в таком согласовании. Соответствующее подразделение Государственной автомобильной инспекции Министерства внутренних дел, орган управления архитектурной, градостроительной и строительной деятельностью местного исполнительного и распорядительного органа производят согласование паспорта средства наружной рекламы путем внесения в соответствующую графу паспорта средства наружной рекламы записи «СОГЛАСОВАНО», содержащей дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица, заверенную печатью соответствующего органа, либо проставления штампа, содержащего слово «СОГЛАСОВАНО», дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица.

15. Исключен.

16. Местный исполнительный и распорядительный орган, собственник (уполномоченное лицо) и рекламодатель в течение 5 рабочих дней со дня последнего согласования (возврата рекламодателем согласованного паспорта средства наружной рекламы в местный исполнительный и распорядительный орган) либо представления рекламодателем в местный исполнительный и распорядительный орган согласованной и утвержденной проектной документации, если рекламодателю выдано задание на разработку, согласование и утверждение такой документации, заключают договор на размещение (распространение) наружной рекламы (далее – договор), к которому применяются правила договора возмездного оказания услуг (за исключением случая безвозмездного размещения средства наружной рекламы). В соответствии с договором собственник (уполномоченное лицо) оказывает рекламодателю содействие в размещении (распространении) наружной рекламы, а местный исполнительный и распорядительный орган предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

Если местный исполнительный и распорядительный орган и собственник (уполномоченное лицо) являются одним лицом, местный исполнительный и распорядительный орган согласно договору оказывает рекламодателю содействие в размещении (распространении) наружной рекламы и предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

Если собственник (уполномоченное лицо) и рекламодатель являются одним лицом, местный исполнительный и распорядительный орган по договору предоставляет рекламодателю право на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

В договоре местный исполнительный и распорядительный орган вправе предусмотреть обязанность рекламодателя по предоставлению ему согласования наружной рекламы до момента ее размещения (распространения), за исключением случаев, когда такое согласование содержится в паспорте средства наружной рекламы.

Местный исполнительный и распорядительный орган вправе в одностороннем порядке отказаться от исполнения договора в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения рекламодателем условий договора.

17. Разрешение выдается местным исполнительным и распорядительным органом путем утверждения паспорта средства наружной рекламы. Паспорт средства наружной рекламы утверждается в течение трех рабочих дней со дня заключения договора путем нанесения на него грифа «УТВЕРЖДЕНО», содержащего дату утверждения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью местного исполнительного и распорядительного органа или его уполномоченного структурного подразделения, и указания срока действия разрешения.

17¹. Срок действия разрешения на размещение технически сложного средства наружной рекламы (надкрышной рекламной конструкции, призматрона, лайтпостера с площадью рекламного поля более 2,16 квадратного метра, щита с площадью рекламного поля более 32 квадратных метров, вращающегося щита, электронного табло и другого), объемно-пространственной рекламной конструкции должен составлять не менее пяти лет, на размещение лайтпостеров с площадью рекламного поля до 2,16 квадратного метра включительно, щитов с площадью рекламного поля до 32 квадратных метров включительно, пилонов и иных средств наружной рекламы, закрепляемых на земельном участке, – не менее трех лет.

18. В утверждении паспорта средства наружной рекламы и выдаче разрешения может быть отказано в случаях:

выявления факта представления рекламодателем документов и (или) сведений, не соответствующих требованиям законодательства, в том числе подложных, поддельных или недействительных документов;

непредоставления местным исполнительным и распорядительным органом в качестве собственника рекламодателю права на размещение средства наружной рекламы на объекте коммунальной собственности;

отсутствия хотя бы одного согласования;

незаключения договора в установленные сроки по вине рекламодателя;

аннулирования разрешений, выданных рекламодателю, в течение последних трех лет по основаниям, указанным в абзацах втором–четвертом, шестом и седьмом части первой пункта 20 настоящего Положения;

размещения рекламодателем в течение последних трех лет средств наружной рекламы без разрешения либо с нарушением требований, предъявляемых к выполнению строительных, монтажных, земляных и иных работ, или проектной документации на средство наружной рекламы и (или) его установку.

19. Местный исполнительный и распорядительный орган выдает рекламодателю разрешение в течение 30 рабочих дней со дня получения заявления, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 18, а также случая, когда рекламодателю выдано задание на разработку, согласование и утверждение проектной документации на средство наружной рекламы и (или) его установку либо задание на разработку проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности. В этот срок не включается срок организации и проведения торгов на право размещения средства наружной рекламы на объекте коммунальной собственности.

20. Разрешение может быть аннулировано местным исполнительным и распорядительным органом при наличии хотя бы одного из следующих оснований:

выявление факта выдачи разрешения на основании представленных рекламодателем документов и (или) сведений, не соответствующих требованиям законодательства, в том числе подложных, поддельных или недействительных документов;

размещение (распространение) наружной рекламы, не согласованной в установленном порядке или изготовленной с нарушением пункта 5 настоящего Положения, либо неоднократное (два и более раз) в течение года нарушение рекламодателем иных требований настоящего Положения или иного законодательства о рекламе;

расторжение договора в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением рекламодателем условий договора;

расторжение договора по иным основаниям или истечение срока его действия;

использование средства наружной рекламы не по назначению;

неразмещение средства наружной рекламы в течение двух месяцев со дня выдачи разрешения, если иное не предусмотрено договором;

в связи с проведением в месте размещения средства наружной рекламы работ по застройке, благоустройству территорий, строительству, реконструкции или ремонту зданий (сооружений), государственных праздничных или иных социально-политических мероприятий, а также в связи с установкой дорожных знаков, светофоров, когда возникает несоответствие размещения средства наружной рекламы требованиям технического нормативного правового акта.

Разрешение аннулируется местным исполнительным и распорядительным органом в 10-дневный срок со дня выявления основания для аннулирования такого разрешения.

Местный исполнительный и распорядительный орган в 3-дневный срок со дня аннулирования такого разрешения письменно информирует об этом рекламодателя.

Если разрешение аннулировано после размещения средства наружной рекламы, такое средство наружной рекламы (наружная реклама, размещенная на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения) подлежит демонтажу (удалению).

Если разрешение аннулировано по основанию, предусмотренному в абзаце восьмом части первой настоящего пункта, местный исполнительный и распорядительный орган по выбору рекламодателя:

предоставляет рекламодателю иное место размещения средства наружной рекламы и выдает ему разрешение в порядке и сроки, установленные настоящим Положением, без взимания платы за оформление паспорта средства наружной рекламы;

по окончании проведения работ по застройке, благоустройству территорий, строительству, реконструкции или ремонту зданий (сооружений), государственных праздничных или иных социально-политических мероприятий и при наличии возможности размещения средства наружной рекламы на прежнем месте выдает рекламодателю соответствующее разрешение в порядке и сроки, установленные настоящим Положением, без взимания платы за оформление паспорта средства наружной рекламы.

21. Рекламодатель производит демонтаж средства наружной рекламы (удаление наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения) в 3-дневный срок со дня получения письменного уведомления местного исполнительного и распорядительного органа об аннулировании разрешения.

Демонтаж средства наружной рекламы (удаление наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения) производится также в случае размещения средства наружной рекламы без разрешения. Такой демонтаж (удаление) производится рекламодателем на основании предписания местного исполнительного и распорядительного органа в сроки, указанные в таком предписании.

В случае невыполнения рекламодателем обязанности по демонтажу средства наружной рекламы (удалению наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения) такой демонтаж (удаление) производится собственником на основании письменного уведомления местного исполнительного и распорядительного органа в сроки, указанные в таком уведомлении. При этом рекламодатель обязан возместить собственнику по его требованию расходы, понесенные в связи с демонтажем средства наружной рекламы (удалением наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения).

В случае отказа собственника от демонтажа средства наружной рекламы (удаления наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения) такой демонтаж (удаление) производится местным исполнительным и распорядительным органом с последующим возмещением за счет рекламодателя понесенных расходов на демонтаж средства наружной рекламы (удаление наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения).

Письменное уведомление или предписание местного исполнительного и распорядительного органа направляется заказным письмом с уведомлением о получении по месту нахождения (месту жительства или месту пребывания) рекламодателя, указанному в разрешении, или по последнему сообщенному рекламодателем месту нахождения (месту жительства или месту пребывания). Письменное уведомление или предписание считается полученным по истечении пяти дней со дня такого направления.

22. Собственник (уполномоченное лицо) вправе аннулировать согласие на размещение средства наружной рекламы, если рекламодателю отказано в утверждении паспорта средства наружной рекламы или разрешение аннулировано.

23. Основанием для переоформления разрешения являются:

требование законодательства об изменении и (или) дополнении информации, содержащейся в разрешении, если иное не предусмотрено законодательством;

передача права собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления на средство наружной рекламы иному лицу;

реорганизация рекламодателя в форме слияния, преобразования, разделения или выделения, если в результате такой реорганизации право владения, пользования и распоряжения средством наружной рекламы переходит к другому лицу.

Для переоформления разрешения рекламодатель, под которым в случаях, указанных в абзацах третьем и четвертом части первой настоящего пункта, понимается лицо, к которому перешло право владения, пользования и распоряжения средством наружной рекламы, представляет в местный исполнительный и распорядительный орган не позднее одного месяца со дня наступления основания для переоформления разрешения, указанного в части первой настоящего пункта, заявление по форме согласно приложению 1. К заявлению прилагаются документы, предусмотренные законодательством об административных процедурах.

Местный исполнительный и распорядительный орган переоформляет разрешение в 10-дневный срок со дня получения заявления путем перенесения необходимых данных из ранее выданного разрешения в новый паспорт средства наружной рекламы, нанесения на этот паспорт штампа, содержащего слово «ПЕРЕОФОРМЛЕН», и утверждения его путем нанесения на него грифа «УТВЕРЖДЕНО», содержащего дату утверждения и подпись уполномоченного должностного лица с указанием его фамилии и инициалов, заверенную печатью местного исполнительного и распорядительного органа или его структурного подразделения, уполномоченного на утверждение паспорта средства наружной рекламы.

Перенесение согласований из ранее выданного разрешения в новый паспорт средства наружной рекламы осуществляется местным исполнительным и распорядительным органом путем проставления в графах, содержащих наименование органов, осуществляющих согласование, штампа, содержащего слово «СОГЛАСОВАНО», дату перенесения согласований и подпись уполномоченного должностного лица.

Рекламодатель в случае изменения наименования или фамилии, собственного имени, отчества (если таковое имеется), места нахождения или места жительства (места пребывания) не позднее одного месяца со дня наступления такого события письменно уведомляет об этом местный исполнительный и распорядительный орган, который прилагает данное уведомление к ранее выданному разрешению.

24. Если рекламодатель намерен продолжать размещение средства наружной рекламы после окончания срока действия разрешения, до окончания такого срока (не ранее чем за 2 месяца и не позднее чем за 20 дней до его окончания) он должен подать заявление в местный исполнительный и распорядительный орган в порядке, предусмотренном пунктом 39 настоящего Положения.

Если рекламодатель не подаст заявление в установленный срок, средство наружной рекламы (наружная реклама, размещенная и (или) распространенная на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения) подлежит демонтажу (удалению) рекламодателем в 3-дневный срок со дня окончания срока действия разрешения.

Если рекламодатель не осуществит демонтаж средства наружной рекламы (удаление наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения) в установленный срок, такой демонтаж (удаление) производится в порядке, предусмотренном частями третьей и четвертой пункта 21 настоящего Положения.

25. Рекламодатель должен разместить средство наружной рекламы не позднее двух месяцев со дня получения разрешения, если иное не предусмотрено договором. Оператор наружной рекламы должен разместить на средстве наружной рекламы информацию о своем наименовании (фирменном наименовании) или фамилии и инициалах и номере телефона.

26. Разрешения, выданные до вступления в силу настоящего Положения, за исключением разрешений, в которых не указан срок их действия, не подлежат переоформлению в связи со вступлением в силу настоящего Положения.

27. К отношениям, возникающим при продлении действия разрешений либо при размещении средств наружной рекламы в социально значимых местах, положения, предусмотренные настоящей главой, применяются, если иное не установлено настоящим Положением.

ГЛАВА 3 ИСКЛЮЧЕНА

28–36. Исключены.

ГЛАВА 4 ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ РАЗРЕШЕНИЙ НА РАЗМЕЩЕНИЕ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫХ МЕСТАХ И РАЗМЕЩЕНИЯ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В ТАКИХ МЕСТАХ

37. Местный исполнительный и распорядительный орган вправе определить на территории соответствующей административно-территориальной единицы социально значимые места размещения средств наружной рекламы, а также технические характеристики и характеристики внешнего вида средств наружной рекламы для размещения в таких местах.

38. При размещении средств наружной рекламы в социально значимых местах паспорта на размещение таких средств наружной рекламы утверждаются решениями местного исполнительного и распорядительного органа.

39. Объем размещения (распространения) в социально значимых местах наружной рекламы товаров, производимых на территории Республики Беларусь, и социальной рекламы должен составлять не менее 50 процентов от объема размещения (распространения) наружной рекламы на таких местах в течение одного месяца. Местный исполнительный и распорядительный орган вправе определить в договоре иные условия размещения (распространения) наружной рекламы и ее средств на таких местах.

ГЛАВА 4¹ ПРОДЛЕНИЕ ДЕЙСТВИЯ РАЗРЕШЕНИЯ

39¹. Действие разрешения может быть продлено в случае реализации рекламодателем права, предоставленного ему в соответствии с частью первой пункта 24 настоящего Положения.

39². Для продления действия разрешения рекламодатель представляет в соответствующий местный исполнительный и распорядительный орган заявление по форме согласно приложению 1. К заявлению прилагаются документы, предусмотренные законодательством об административных процедурах.

39³. Местный исполнительный и распорядительный орган после поступления документов, указанных в пункте 39² настоящего Положения, в течение 12 рабочих дней со дня получения заявления:

предоставляет в качестве собственника рекламодателю право на размещение средства наружной рекламы на объекте коммунальной собственности в установленной им форме или выдает рекламодателю письменный мотивированный отказ в предоставлении такого права;

продлевает действие разрешения путем указания в разрешении нового срока его действия, заверенного печатью местного исполнительного и распорядительного органа или его структурного подразделения, уполномоченного на продление действия разрешения.

39⁴. Срок действия ранее заключенного договора продлевается на срок действия разрешения.

39⁵. В продлении действия разрешения может быть отказано в случаях:

выявления факта представления рекламодателем документов и (или) сведений, не соответствующих требованиям законодательства, в том числе подложных, поддельных или недействительных документов;

непредоставления местным исполнительным и распорядительным органом в качестве собственника рекламодателю права на размещение средства наружной рекламы на объекте коммунальной собственности.

В случае отказа местного исполнительного и распорядительного органа в продлении действия разрешения рекламодателю возвращается внесенная им плата за оформление паспорта средства наружной рекламы.

39⁶. Местный исполнительный и распорядительный орган продлевает действие разрешения либо принимает решение об отказе в таком продлении в течение 15 рабочих дней со дня получения заявления.

ГЛАВА 5 ИСКЛЮЧЕНА

40-57. Исключены.

ГЛАВА 6 ОСОБЕННОСТИ ВЗИМАНИЯ ПЛАТЫ ЗА ОФОРМЛЕНИЕ, ПЕРЕОФОРМЛЕНИЕ ПАСПОРТА СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ И ПОРЯДОК ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПЛАТЫ ЗА РАЗМЕЩЕНИЕ (РАСПРОСТРАНЕНИЕ) НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

58. Плата за оформление, переоформление паспорта средства наружной рекламы не взимается при оформлении и выдаче разрешения на размещение технического средства, специально предназначенного и (или) используемого исключительно для размещения социальной рекламы.

59. Плата за размещение (распространение) наружной рекламы (далее – плата) определяется и взимается в соответствии с договором:

собственником (уполномоченным лицом) – за содействие в размещении (распространении) наружной рекламы;

местным исполнительным и распорядительным органом – за предоставление права на использование городской среды (среды населенного пункта или иных территорий) в рекламных целях.

Местным исполнительным и распорядительным органом также взимается плата за содействие в размещении (распространении) наружной рекламы, если собственник и местный исполнительный и распорядительный орган являются одним лицом.

Плата, взимаемая местным исполнительным и распорядительным органом, зачисляется в бюджет соответствующей административно-территориальной единицы.

60. Плата не взимается при размещении (распространении) на средстве наружной рекламы:

социальной рекламы;

рекламы мероприятия в сфере культуры, физической культуры и спорта, в число организаторов которого входят государственные органы, или информации о государственных праздниках, праздничных днях, памятных датах.

Местные исполнительные и распорядительные органы и собственники (уполномоченные лица) при определении порядка расчета платы, указанной в пункте 59 настоящего Положения, вправе предусмотреть применение понижающих и (или) повышающих коэффициентов и случаи безвозмездного размещения средств наружной рекламы, не предусмотренные в части первой настоящего пункта.

При отсутствии рекламы на средстве наружной рекламы (за исключением периода замены рекламы продолжительностью не более 1 суток) или размещении наружной рекламы игровых заведений, азартных игр, средств индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, используемых также для обозначения иных товаров, ограниченных или запрещенных к рекламированию, а также в иных случаях, определенных собственником (уполномоченным лицом), плата взимается без применения понижающих коэффициентов.

61. Исключен.

62. Плата взимается в установленном порядке со дня размещения средства наружной рекламы, если иное не предусмотрено договором.

ГЛАВА 7 УЧЕТ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ, ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ ПО ОФОРМЛЕНИЮ, ВЫДАЧЕ РАЗРЕШЕНИЙ, ДЕМОНТАЖУ (УДАЛЕНИЮ) И УЧЕТУ СРЕДСТВ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ

63. Учет средств наружной рекламы осуществляет местный исполнительный и распорядительный орган, выдавший соответствующие разрешения.

64. Исключен.

65. Местный исполнительный и распорядительный орган вправе определить структурные подразделения или подчиненные организации, уполномоченные на прием заявлений, оформление (переоформление) паспортов средств наружной рекламы, их согласование, разработку и согласование проекта привязки средства наружной рекламы к участку местности, оформление договоров, оформление продления действия разрешений, оформление предписаний на демонтаж (удаление) средств наружной рекламы (наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения), демонтаж (удаление) средств наружной рекламы (наружной рекламы, размещенной и (или) распространенной на техническом средстве, специально не предназначенном, но используемом для ее размещения и (или) распространения), ведение учета средств наружной рекламы.

Приложение 1

к Положению о
порядке
размещения средств
наружной рекламы

(местный исполнительный и распорядительный орган)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу на основании данного заявления:

выдать разрешение на размещение средства наружной рекламы	
продлить действие разрешения на размещение средства наружной рекламы	
переоформить разрешение на размещение средства наружной рекламы	

Сведения о рекламодателе:

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

оператор наружной рекламы (да/нет) _____

учетный номер плательщика _____

организация, индивидуальный предприниматель, нотариус, адвокат либо гражданин, осуществляющий ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма (нужное подчеркнуть)

контактный телефон (код) _____

Сведения о собственнике места размещения средства наружной рекламы (уполномоченном лице):

наименование (фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

учетный номер плательщика _____

контактный телефон (код) _____

форма собственности имущества (республиканская, коммунальная, частная) _____

Сведения о средстве наружной рекламы:

средство наружной рекламы _____

адрес места его размещения _____

площадь рекламного поля (при его наличии) _____

Регистрационный номер, дата выдачи и срок действия ранее выданного разрешения (для целей продления действия, переоформления) _____

Сведения о внесении платы за оформление (продление действия, переоформление) паспорта средства наружной рекламы, если такая плата внесена посредством использования автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства:

дата внесения платы _____

размер платы _____

Перечень прилагаемых документов: _____

(подпись)

(инициалы, фамилия)

(дата подачи заявления)

Форма

УТВЕРЖДЕНО

_____/_____
(подпись, фамилия и инициалы должностного
лица местного исполнительного и
распорядительного органа, уполномоченного на
утверждение паспорта средства наружной
рекламы)

М.П.

_____ 20__ г.

(местный исполнительный и распорядительный орган)

ПАСПОРТ СРЕДСТВА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ № ____

Сведения о рекламодателе:

наименование фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

учетный номер плательщика _____

контактный телефон (код) _____

Сведения о средстве наружной рекламы и адресе места его размещения _____

Разработка, согласование и утверждение проектной документации на средство наружной
рекламы и (или) его установку:

требуется ;

не требуется .

Подключение средства наружной рекламы к инженерному оборудованию или
коммуникациям:

требуется ;

не требуется .

Разрытие грунта для размещения средства наружной рекламы:

требуется ;

не требуется .

Фотография с обозначением места размещения средства наружной рекламы.

Выкопировка из топогеоъемки участка местности (ситуационный план) с обозначением
места размещения средства наружной рекламы (М 1:500 или 1:5000).

Согласования:

1. Графа для согласования органом управления
архитектурной, градостроительной и строительной
деятельностью местного исполнительного и
распорядительного органа

2. Графа для согласования подразделением
Государственной автомобильной инспекции
Министерства внутренних дел

Разрешение выдано _____ 20__ г.

Действует до _____ 20__ г.

Примечания:

1. Выкопировка из топогеоъемки участка местности (ситуационный план) с
обозначением места размещения средства наружной рекламы не требуется в случае
оформления разрешения на размещение средства наружной рекламы на здании
(сооружении).

2. Паспорт средства наружной рекламы может содержать пометку о наличии согласования
наружной рекламы.

Приложение 3

исключено

Приложение 4

исключено

Приложение 5

исключено

Приложение 6

исключено

Приложение 7

исключено

Приложение 8

исключено

Приложение 9

исключено

Приложение 10

к Положению о
порядке
размещения средств
наружной рекламы

ПЕРЕЧЕНЬ

средств наружной рекламы, на размещение которых не требуется получение разрешения

1. Вывески.
2. Совмещенные с рекламой зонты, навесы, тенты, роллеты, ограждения, используемые при организации работы мелкорозничной торговой сети (мини-кафе, летних, сезонных кафе, палаток, киосков и другого), навесы над оконными проемами на зданиях (сооружениях).
3. Совмещенные с рекламой передвижные средства развозной и разносной торговли и размещенное снаружи оборудование торговых объектов и объектов обслуживания, включая банкоматы.
4. Витрины торговых объектов и объектов обслуживания, в которых размещены образцы реализуемых в этих объектах товаров, результатов работ, услуг и (или) информация об этих товарах, работах, услугах, за исключением витрин, в которых размещена информация о скидках на такие товары, работы, услуги, игорных заведениях, азартных играх, товарных знаках или знаках обслуживания, используемых для обозначения алкогольных напитков, пива, слабоалкогольных напитков, табачных изделий или иных товаров, работ, услуг, ограниченных или запрещенных к рекламированию.
5. Плакатницы и иные выносные рекламные конструкции с площадью рекламного поля до 1 квадратного метра, иные средства наружной рекламы с площадью рекламного поля до 0,5 квадратного метра, за исключением кронштейнов и средств наружной рекламы, располагаемых в пределах придорожной полосы (контролируемой зоны) автомобильных дорог, красных линий улиц, дорог и площадей населенных пунктов.
6. Средства наружной рекламы на территории рынков, за исключением средств наружной рекламы, размещаемых операторами наружной рекламы, и щитов с площадью рекламного поля 18 квадратных метров и более.
7. Средства наружной рекламы, размещаемые в границах территории, отведенной под выездные ярмарки, передвижные аттракционы, цирки, зоопарки, театры и иные культурно-зрелищные мероприятия вне зданий, срок проведения которых не превышает 15 дней, и содержащие рекламу этих мероприятий.

8. Средства наружной рекламы, размещаемые на зданиях (сооружениях) объектов придорожного сервиса.

9. Технические средства на автозаправочных станциях с информацией о цене топлива, содержащие помимо предусмотренной законодательством информации наименование, логотип, товарный знак или знак обслуживания владельца автозаправочной станции.

10. Технические средства с информацией о юридических лицах, ведущих лесное хозяйство, размещаемые на землях лесного фонда.

УТВЕРЖДЕНО

Постановление

Совета Министров

Республики Беларусь

12.11.2007 № 1497

(в редакции постановления

Совета Министров

Республики Беларусь

09.07.2013 № 603)

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке размещения (распространения) и согласования наружной рекламы, рекламы на автомобилях, трамваях, троллейбусах, колесных тракторах, автопоездах

1. Настоящее Положение разработано в соответствии с абзацем шестым статьи 7 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 года «О рекламе» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 119, 2/1321). Настоящим Положением регулируются отношения, возникающие в процессе размещения (распространения) и согласования наружной рекламы, рекламы на автомобилях, трамваях, троллейбусах, колесных тракторах, автопоездах (далее – транспортное средство).

Настоящим Положением не регулируются отношения, возникающие в процессе:

размещения (распространения) на транспортном средстве рекламы об организации или индивидуальном предпринимателе, осуществляющих на данном транспортном средстве перевозку пассажиров и (или) грузов в соответствии с законодательством, либо о собственнике данного транспортного средства, товарных знаков и (или) знаков обслуживания, используемых для обозначения продукции, товаров, работ, услуг (далее – товар) организации и (или) индивидуального предпринимателя, изображения товаров указанных лиц, а также информации о продаже данного транспортного средства;

ретрансляции на электронных табло телевизионных программ, содержащих рекламу.

2. Для целей настоящего Положения под термином «заявитель» понимается рекламодатель, рекламодатель, иная организация или гражданин, уполномоченные рекламодателем или рекламодателем на согласование наружной рекламы или рекламы на транспортном средстве, а также применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом Республики Беларусь «О рекламе».

3. Наружная реклама должна быть согласована организацией, индивидуальным предпринимателем, нотариусом, адвокатом либо гражданином, осуществляющим ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма, получившими разрешение на размещение средства наружной рекламы, с соответствующим Минским городским, городским (города областного подчинения) или районным исполнительным комитетом. При наличии такого согласования последующее размещение (распространение) наружной рекламы допускается без повторного согласования.

4. Реклама на транспортном средстве до ее размещения (распространения) должна быть согласована организацией, индивидуальным предпринимателем, нотариусом, адвокатом либо гражданином, осуществляющим ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма, с соответствующим Минским городским, городским (города областного подчинения), районным исполнительным комитетом, на территории которого зарегистрировано данное транспортное средство. Такое согласование осуществляется после получения указанным местным исполнительным и распорядительным органом согласования рекламы с соответствующим управлением Государственной автомобильной инспекции главного управления внутренних дел Минского городского исполнительного комитета или управлением Государственной автомобильной инспекции управления внутренних дел областного исполнительного комитета, на территории которого зарегистрировано данное транспортное средство (далее – подразделение ГАИ).

Реклама на транспортном средстве не должна:

занимать более половины площади окрашенной поверхности кузова транспортного средства, на которое она нанесена, препятствовать визуальному восприятию цвета транспортного средства, обозначенного в регистрационных документах;

размещаться (распространяться) на стеклах транспортного средства;

перекрывать внешние световые приборы, регистрационные знаки, информационные надписи, символы, а также ограничивать обзорность с места водителя и видимость в направлении движения;

иметь сходство в части изображения, цвета, места расположения с цветографическими схемами окраски специальных транспортных средств или транспортных средств оперативного назначения, а также с изображениями дорожных знаков или опознавательных знаков транспортных средств;

размещаться (распространяться) с использованием покрытия и (или) элементов, обладающих световозвращающим и светоотражающим (зеркальным) эффектом;

сопровождаться звуком, за исключением размещения (распространения) такой рекламы внутри салонов транспортных средств;

угрожать безопасности движения;

размещаться (распространяться) с иными нарушениями требований размещения (распространения) рекламы на транспортном средстве в соответствии с настоящим Положением и иными актами законодательства о рекламе.

Не допускается:

размещение (распространение) рекламы на специальном транспортном средстве (транспортном средстве для коммунального хозяйства и содержания дорог, перевозки детей, перевозки денежной выручки и ценных грузов), транспортном средстве оперативного назначения, транспортном средстве, перевозящем опасные грузы, бортах транспортного средства с наклонной белой полосой;

установка на транспортном средстве в целях рекламы внешних световых приборов, не предусмотренных изготовителем транспортного средства, а также использование в этих целях внешних световых приборов, установленных на транспортном средстве в соответствии с техническими нормативными правовыми актами;

переоборудование транспортного средства и (или) установка на нем дополнительного оборудования в целях рекламы.

5. Для согласования наружной рекламы или рекламы на транспортном средстве заявитель представляет в местный исполнительный и распорядительный орган заявление по форме согласно приложению. К заявлению прилагаются документы, предусмотренные законодательством об административных процедурах.

Местный исполнительный и распорядительный орган направляет макет рекламы на транспортном средстве в трех экземплярах на бумажном носителе в формате А4, выполненный в цвете, и одну фотографию транспортного средства с обозначением места размещения рекламы в соответствующее подразделение ГАИ.

При размещении на средстве наружной рекламы или транспортном средстве рекламы лекарственных средств, методов оказания медицинской помощи, работ и (или) услуг, составляющих медицинскую деятельность, изделий медицинского назначения или медицинской техники, биологически активных добавок к пище, о трудоустройстве граждан за пределами Республики Беларусь, об учебе граждан за пределами Республики Беларусь согласование такой рекламы с соответствующими государственными органами в соответствии с законодательством запрашивается местным исполнительным и распорядительным органом самостоятельно.

6. Подразделение ГАИ согласовывает рекламу на транспортном средстве или принимает решение об отказе в таком согласовании в течение 10 дней со дня получения соответствующих документов.

При согласовании рекламы на транспортном средстве два согласованных экземпляра макета рекламы на транспортном средстве направляются подразделением ГАИ в местный и распорядительный орган.

При принятии решения об отказе в согласовании рекламы на транспортном средстве письменный мотивированный отказ и два экземпляра макета рекламы на транспортном средстве направляются подразделением ГАИ в местный исполнительный и распорядительный орган.

7. Местный исполнительный и распорядительный орган согласовывает наружную рекламу или выдает письменный мотивированный отказ в таком согласовании в течение 10 дней со дня получения заявления, а в случае направления запроса о согласовании в другие государственные органы в соответствии с частью третьей пункта 5 настоящего Положения – одного месяца.

Местный исполнительный и распорядительный орган согласовывает рекламу на транспортном средстве или выдает письменный мотивированный отказ в таком согласовании в течение 5 дней со дня получения согласования или письменного мотивированного отказа в согласовании такой рекламы от подразделения ГАИ, но не позднее 20 дней со дня получения заявления, а в случае направления запроса о согласовании в другие государственные органы в соответствии с частью третьей пункта 5 настоящего Положения – одного месяца.

8. Согласование наружной рекламы или рекламы на транспортном средстве осуществляется путем нанесения на представленных макетах наружной рекламы или рекламы на транспортном средстве слова «СОГЛАСОВАНО», даты согласования и подписи уполномоченного должностного лица согласующего государственного органа, заверенной печатью согласующего государственного органа, либо штампа, содержащего слово «СОГЛАСОВАНО», дату согласования и подпись уполномоченного должностного лица согласующего государственного органа.

Согласование наружной рекламы, представленной на электронном носителе, осуществляется путем выдачи заявителю письма о согласовании такой рекламы, подписанного уполномоченным должностным лицом согласующего государственного органа.

9. Местный исполнительный и распорядительный орган вправе отказать в согласовании наружной рекламы или рекламы на транспортном средстве, а подразделение ГАИ – в согласовании рекламы на транспортном средстве в случаях, если:

заявителем представлены документы и (или) сведения, не соответствующие требованиям законодательства, в том числе подложные, поддельные или недействительные документы;

наружная реклама или реклама на транспортном средстве не соответствует требованиям настоящего Положения и иного законодательства, в том числе технических нормативных правовых актов.

В случае выдачи заявителю письменного мотивированного отказа в согласовании наружной рекламы или рекламы на транспортном средстве заявитель вправе после устранения причин отказа повторно обратиться в местный исполнительный и распорядительный орган для получения согласования.

10. Местный исполнительный и распорядительный орган при выявлении факта размещения (распространения) наружной рекламы, не соответствующей согласованному макету, или иной несогласованной наружной рекламы либо получении информации о таком факте от государственного органа выносит рекламодателю предписание о демонтаже такой наружной рекламы.

Местный исполнительный и распорядительный орган при выявлении факта размещения (распространения) на транспортном средстве рекламы, не соответствующей согласованному макету, или иной несогласованной рекламы на транспортном средстве либо получении информации о таком факте от подразделения ГАИ или иного государственного органа выносит рекламодателю предписание о демонтаже (удалении) такой рекламы с транспортного средства.

Рекламодатель (рекламодатель) обязан выполнить предписание в течение трех рабочих дней со дня его получения, если более длительный срок не предусмотрен в предписании.

В случае невыполнения рекламодателем предписания в установленный срок местный исполнительный и распорядительный орган выносит соответствующее предписание собственнику транспортного средства или лицу, уполномоченному на содержание транспортного средства законодательством и (или) договором.

В случаях невыполнения рекламодателем (рекламодателем), собственником транспортного средства или лицом, уполномоченным на содержание транспортного средства законодательством и (или) договором, предписания в установленный срок либо отсутствия таких лиц размещение (распространение) ненадлежащей рекламы прекращается местным исполнительным и распорядительным органом, который вправе возместить понесенные расходы за счет соответствующего рекламодателя, рекламодателя, собственника транспортного средства или уполномоченного лица. При этом рекламодатель, рекламодатель, собственник транспортного средства или уполномоченное лицо несут предусмотренную законодательством ответственность за невыполнение предписания.

Приложение

к Положению о порядке размещения (распространения) и согласования наружной рекламы, рекламы на автомобилях, трамваях, троллейбусах, колесных тракторах, автопоездах

Форма

_____ (местный исполнительный и распорядительный орган)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу на основании данного заявления обеспечить:

согласование наружной рекламы	
согласование рекламы на транспортном средстве	

Сведения о рекламодателе (рекламодателе):

наименование (фамилия, имя, отчество (если таковое имеется)) _____

место нахождения (место жительства или место пребывания) _____

оператор наружной рекламы (да/нет) _____

учетный номер плательщика _____

организация, индивидуальный предприниматель, нотариус, адвокат либо гражданин, осуществляющий ремесленную деятельность или деятельность по оказанию услуг в сфере агротуризма (нужное подчеркнуть)

контактный телефон (код) _____

Перечень прилагаемых документов:

(подпись)

(инициалы, фамилия)

(дата подачи заявления)

Приложение
к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
12.11.2007 № 1497

ПЕРЕЧЕНЬ

утративших силу постановлений Правительства Республики Беларусь

1. Постановление Кабинета Министров Республики Беларусь от 12 июля 1996 г. № 458 «Об утверждении Временного положения о порядке осуществления рекламной деятельности на территории Республики Беларусь» (Собрание указов Президента и постановлений Кабинета Министров Республики Беларусь, 1996 г., № 20, ст. 499).
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 апреля 1999 г. № 572 «Об утверждении Положения о порядке размещения наружной рекламы» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 1999 г., № 35, 5/691).
3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 марта 2003 г. № 349 «Об утверждении Положения о порядке размещения рекламы алкогольных напитков и табачных изделий в средствах массовой информации и наружной рекламы алкогольных напитков и табачных изделий» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003 г., № 34, 5/12147).
4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 марта 2003 г. № 350 «Об изменениях и признании утратившими силу некоторых постановлений Правительства Республики Беларусь» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003 г., № 34, 5/12148).
5. Подпункт 1.4 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 20 октября 2003 г. № 1389 «О внесении изменений и дополнений в некоторые постановления Правительства Республики Беларусь и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Беларусь по вопросам лицензирования» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003 г., № 128, 5/13369).
6. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29 января 2004 г. № 94 «О внесении дополнений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 марта 2003 г. № 349» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2004 г., № 19, 5/13748).
7. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 февраля 2005 г. № 184 «О внесении изменений и дополнений в постановления Совета Министров Республики Беларусь от 22 апреля 1999 г. № 572 и от 31 октября 2001 г. № 1594» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2005 г., № 36, 5/15629).
8. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24 марта 2006 г. № 399 «О внесении изменений и дополнений в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 апреля 1999 г. № 572» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 53, 5/22093).
9. Подпункт 1.3 пункта 1 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 23 февраля 2007 г. № 228 «О мерах по реализации Декрета Президента Республики Беларусь от 26 декабря 2006 г. № 20» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 55, 5/24780).
10. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 5 июля 2007 г. № 870 «О внесении изменения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 апреля 1999 г. № 572» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2007 г., № 170, 5/25473).