

КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

ПОСТАНОВА

від 26 травня 2004 р. № 693

Київ

Про затвердження Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу

Із змінами і доповненнями, внесеними
постановами Кабінету Міністрів України
від 16 вересня 2009 року № 980,
від 26 грудня 2011 року № 1408,
від 28 березня 2012 року № 256,
від 26 вересня 2012 року № 885

Кабінет Міністрів України **постановляє**:

1. Затвердити Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу (додається).
2. Визнати такими, що втратили чинність:

Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 8 вересня 1997 р. № 997 (Офіційний вісник України, 1997 р., число 37, с. 31);

пункт 50 змін, що вносяться до актів Кабінету Міністрів України, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 25 серпня 1998 р. № 1336 "Про внесення змін до деяких актів Кабінету Міністрів України з питань діяльності державної податкової служби" (Офіційний вісник України, 1998 р., № 34, ст. 1277);

підпункт 1 пункту 8 змін і доповнень, що вносяться до постанов Кабінету Міністрів України з питань визначення джерел фінансування органів державної влади, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 16 березня 2000 р. № 501 (Офіційний вісник України, 2000 р., № 12, ст. 457).

Прем'єр-міністр України

В. ЯНУКОВИЧ

ЗАТВЕРДЖЕНО

постановою Кабінету Міністрів України
від 26 травня 2004 р. № 693

ПОРЯДОК

накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу

(У тексті Порядку слова "Голова Держспоживстандарту" і "Держспоживстандарт і його територіальні органи" в усіх відмінках замінено відповідно словами "Голова Держспоживінспекції" і "Держспоживінспекція та її територіальні органи" у відповідному відмінку, слова "Держспоживстандарт або його територіальний орган" у всіх відмінках і формах числа — словами "Держспоживінспекція або її територіальний орган" у відповідному відмінку і числі, а слово "Комітету" — словом "Держспоживінспекції" згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 26 грудня 2011 року № 1408)

(У тексті Порядку слова "Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку" в усіх відмінках замінено словом "НКЦПФР" згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 28 березня 2012 року № 256)

1. Цей Порядок регулює питання накладення уповноваженими особами Держспоживінспекції та її територіальних органів в Автономній Республіці Крим, областях, м. 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).

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: замовленні реклами продукції, виробництво та/або обіг якої заборонено законом; наданні виробнику реклами недостовірної інформації, необхідної для її виготовлення; замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом; недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами; порушенні порядку розповсюдження реклами, якщо вона розповсюджується ними самостійно; п'ятикратної вартості виготовлення реклами — на виробників реклами, винних у порушенні прав третіх осіб під час її виготовлення; п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами — на розповсюджувачів реклами, винних у порушенні порядку її розповсюдження та розміщення;

(абзац дев'ятого пункту 2 із змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

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.

Повторне винення порушень, передбачених у цьому пункті, протягом року тягне за собою накладення штрафу в подвійному розмірі.

У разі неможливості встановлення вартості реклами, розповсюдженої з порушенням вимог законодавства про рекламу, на рекламодавців і розповсюджувачів реклами накладається штраф у розмірі до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

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;

цілительства на масову аудиторію;

(підпункт 1 пункту 3 доповнено абзацом згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

нових методів профілактики, діагностики, реабілітації та лікарських засобів, які перебувають на розгляді в установленому порядку, але ще не допущені до застосування;

(підпункт 1 пункту 3 доповнено абзацом згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

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

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;

(абзац другий підпункту 2 пункту 3 із змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

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, 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.

(підпункт 2 пункту 3 доповнено новим абзацом десятиєм згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980,

у зв'язку з цим абзац десятий вважати абзацом одинадцятим)

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:

рекламуванні лікарських засобів таким чином, що не зрозуміло, чи є наведене повідомлення рекламою, а рекламований товар лікарським засобом;

рекламуванні послуг народної медицини (цілительства) та осіб, які їх надають без спеціального дозволу на заняття народною медициною (цілительством), виданого МОЗ або уповноваженим ним органом.

(абзац одинадцятий підпункту 2 пункту 3 замінено абзацами згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

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:

1) на рекламодавців, винних у:

наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;

недотриманні встановлених законом вимог до змісту реклами, а саме:

— залучення до реклами осіб віком до 18 років як фотомоделей;

— зображення процесу паління тютюнових виробів або споживання алкогольних напоїв;

— формування думки, що вживання алкоголю або паління 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 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;

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 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;

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, спортивного характеру та розважальних заходів, призначених для неповнолітніх осіб;

розміщення безпосередньо на тютюнових виробах 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;

розповсюдження реклами тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються, шляхом спонсорвання 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 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 спонсорвання 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 та алкогольні напої;

проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну тютюнових виробів на будь-які інші товари, роботи та послуги;

використання тютюнових виробів з метою отримання товарів, робіт, послуг; пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання тютюнових виробів;

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;

продаж тютюнових виробів у наборі з будь-якими іншими товарами;

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:

— одного плаката розміром не більше ніж 40 x 30 сантиметрів 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 роздрібно 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.

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.

(пункт 4 із змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р.

№ 980, у редакції постанови Кабінету Міністрів України від 26.09.2012 р. № 885)

5. За порушення законодавства про рекламу зброї (стаття 23 Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, якщо реклама розповсюджується ними самостійно, і на розповсюджувачів реклами, винних у порушенні встановленого законом порядку розповсюдження та розміщення реклами.

6. За порушення законодавства про рекламу послуг, пов'язаних із залученням коштів населення (стаття 24 Закону), штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:

1) наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для її виготовлення, про спеціальний дозвіл, ліцензію, що підтверджує право рекламодавця на провадження такого виду діяльності;

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

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;

у рекламі послуг відсутня інформація про номер дозволу, ліцензії, дату видачі та найменування органу, який їх видав.

7. За порушення законодавства про рекламу цінних паперів (стаття 25 Закону) штрафи накладаються на рекламодавців, винних у:

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";

(підпункт 1 пункту 7 із змінами, внесеними згідно з

постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

2) 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;

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;

4) використанні відомостей, відсутніх в інформації про емісію цінних паперів, зареєстрованій у НКЦПФР.

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

рекламування цінних паперів до опублікування інформації про випуск цінних паперів та їх реєстрацію відповідно до законодавства про цінні папери, нормативно-правових актів НКЦПФР;

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;

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.

(пункт 7 доповнено підпунктом 5 згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

7 1. За порушення законодавства про рекламу об'єктів будівництва з метою продажу житлових або нежитлових приміщень, зокрема пов'язаних із залученням коштів населення, 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.

(Порядок доповнено пунктом 7 1 згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

8. Накладати штрафи на рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами мають право Голова Держспоживінспекції, його заступники, начальники територіальних органів Держспоживінспекції та їх заступники.

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу в розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян приймається виключно уповноваженою посадовою особою Держспоживінспекції.

(абзац другий пункту 8 із змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 26.12.2011 р. № 1408)

9. Підставою для розгляду справи про порушення законодавства про рекламу (далі — справа) є відповідний протокол, складений уповноваженою посадовою особою Антимонопольного комітету, Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, Мінфіну, НКЦПФР або Держспоживінспекції та її територіальних органів.

(пункт 9 із змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 16.09.2009 р. № 980)

10. Протокол про порушення законодавства про рекламу подається Держспоживінспекції або її територіальним органам за місцем вчинення порушення.

Протокол розглядається у місячний строк.

11. За наявності ознак порушення законодавства про рекламу приймається рішення про початок розгляду справи.

12. справа розглядається у місячний строк з дня прийняття рішення про початок її розгляду.

До строку розгляду справи не зараховується час на отримання необхідних доказів і проведення експертизи.

Строк розгляду справи може бути продовжений Головою Держспоживінспекції, його заступниками, начальниками територіальних органів Держспоживінспекції, їх заступниками не більше ніж на три місяці.

13. Посадові особи Держспоживінспекції та її територіальних органів, які розглядають справу:

перевіряють відповідність реклами вимогам законодавства до змісту та достовірності реклами, порядку її виготовлення і розповсюдження;

отримують документи, усні чи письмові пояснення, відео — та звукозаписи, а також іншу інформацію, що стосується порушень законодавства про рекламу;

готують попередні висновки і вносять їх на розгляд Голови Держспоживінспекції, його заступників, начальників територіальних органів Держспоживінспекції, їх заступників.

(абзац четвертий пункту 13 із змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 26.12.2011 р. № 1408)

14. Держспоживінспекція та її територіальні органи повідомляють рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами про розгляд справи не пізніше як за три дні до дати розгляду, а у невідкладних випадках — не пізніше як за один день.

15. З метою з'ясування обставин, що мають значення для справи і потребують спеціальних знань, Головою Держспоживінспекції, начальниками територіальних органів Держспоживінспекції, їх заступниками може бути призначена експертиза.

16. справа розглядається за участю представника особи, щодо якої порушено справу. В разі його відсутності справу може бути розглянуто, якщо незважаючи на своєчасне повідомлення про місце і час розгляду справи не надійшло обґрунтоване клопотання про відкладення розгляду справи.

17. Проведення у справі припиняється, якщо в діях рекламодавця, виробника та розповсюджувача реклами не виявлено ознак порушення законодавства про рекламу або не доведено факт вчинення порушення.

18. За результатами розгляду справи приймається рішення, що оформляється у двох примірниках, один з яких залишається у Держспоживінспекції або її територіальному органі, другий — у 10-денний строк надсилається особі, стосовно якої було прийнято рішення, або видається її представникові під розписку.

19. Рішення у справі може бути оскаржено в установленому порядку.

20. Сума штрафів за порушення законодавства про рекламу сплачується добровільно або стягується в судовому порядку відповідно до законодавства.