

# ЗАКОН АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

от 15 мая 2015 года №1281-IVQ

## О рекламе

(В редакции Законов Азербайджанской Республики от 30.09.2016 г. №[320-VQD](#), 28.10.2016 г. №[382-VQD](#), 01.02.2017 г. №[512-VQD](#), 10.03.2017 г. №[542-VQD](#), 14.04.2017 №[616-VQD](#) (вступ. в силу 10.06.2017 г.), 02.05.2017 г. №[662-VQD](#), 30.06.2017 г. №[755-VQD](#))

Настоящий Закон определяет правовые основы отношений в области заказа, производства (изготовления) и распространения рекламы, контроля над ними и их регулирования, а также саморегулирования в области рекламы в соответствии с [пунктами 12 и 26 части I статьи 94](#) Конституции Азербайджанской Республики.

*(В преамбулу внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 30.06.2017 г. №[755-VQD](#) (см. предыдущую [редакцию](#)))*

## Глава 1. Основные положения

### Статья 1. Область применения закона

1.1. Настоящий Закон применяется к отношениям, возникающим в связи с заказом, производством, распространением, потреблением рекламы среди субъектов рекламной деятельности на территории Азербайджанской Республики.

1.2. Настоящий Закон не распространяется на политическую рекламу, информацию, предусмотренную к доведению до сведения потребителей [Законом](#) Азербайджанской Республики "О защите прав потребителей", а также информацию о производителе, импортере или экспортере, наименовании, типе, составе и правилах использования, дате производства и сроке годности, условиях хранения товара, указанных на его упаковке, объявлениях, не связанных с коммерческой деятельностью физических лиц и юридических лиц, редакционно-издательские, информационно-справочные и аналитические материалы, не имеющие целью продажу товара на рынке, и не являющиеся социальной рекламой, информацию государственных органов, муниципалитетов, не носящую рекламный характер и не являющуюся социальной рекламой, щиты и указатели, на которых не размещается информация рекламного характера, научные, литературные произведения и произведения искусства.

### Статья 2. Основные определения

2.0. Для целей настоящего Закона используются нижеследующие определения:

2.0.1. реклама - информация, распространяющаяся для привлечения внимания потребителя рекламы к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса, обеспечения узнаваемости товара на рынке и стимулирования его продаж, используя различные средства и методы;

2.0.2. рекламная деятельность - совокупность действий рекламодателя, рекламосоздателя, рекламопроизводителя, рекламного агента и рекламораспространителя для привлечения внимания потребителя рекламы к объекту рекламирования;

2.0.3. объект рекламирования - рекламируемые товары, работы и услуги (далее - товар), средства его индивидуализации, проводимые мероприятия коммерческого и некоммерческого характера;

2.0.4. субъекты рекламы - рекламодаделец, рекламопроизводитель, рекламосоздатель, рекламный агент, рекламораспространитель и потребитель рекламы;

2.0.5. рекламодаделец - лицо, заказывающее, финансирующее создание, производство, распространение рекламы объекта рекламирования и определяющее содержание рекламы;

2.0.6. рекламосоздатель - физическое лицо, создающее общий дизайн рекламы, включая ее цветовые оттенки, звуковое сопровождение, образы;

2.0.7. рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

2.0.8. рекламный агент - физическое или юридическое лицо, действующее от имени рекламодача, рекламосоздателя и рекламопроизводителя на основании договора с ними;

2.0.9. рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств; в порядке, установленном законом

2.0.10. потребитель рекламы - физическое лицо, внимание которого привлекается к объекту рекламирования;

2.0.11. рекламный носитель - недвижимое и движимое имущество, специализированные стационарные и мобильные рекламные устройства, транспортные средства, средства массовой информации, кино-, видео-, аудио- и печатные материалы, средства телекоммуникаций и почтовые отправления.

### **Статья 3. Законодательство Азербайджанской Республики о рекламе**

3.1. Законодательство Азербайджанской Республики о рекламе состоит из [Конституции](#) Азербайджанской Республики, международных договоров, к которым присоединилась Азербайджанская Республика, нормативно-правовых актов, регулирующих рекламу в соответствии с настоящим Законом, в том числе Гражданского [кодекса](#), Законов Азербайджанской Республики "[О телерадиовещании](#)", "[Общественном телерадиовещании](#)" и настоящего Закона.

3.2. Если в международных договорах, к которым присоединилась Азербайджанская Республика, предусмотрены правила, отличающиеся от указанных в настоящем Законе, то применяются правила, закрепленные в этих договорах.

### **Статья 4. Общие требования к рекламе**

4.1. Реклама должна привлекать внимание потребителей рекламы к товару средствами и способами, не запрещенными настоящим Законом, создавать спрос на товар путем предоставления информации и формирования мнения о нем.

4.2. Реклама должна стимулировать выбор потребителей товара, не обманывать их, не создавать смешанных ощущений, не вредить рыночной репутации производимых конкурентами товаров, сходных с рекламируемым товаром, или других товаров - его заменителей.

4.3. Товары, производство (продажа) которых лицензировано, сертифицированные товары могут рекламироваться только при наличии соответствующих подтверждающих документов. В этом случае в рекламе должны быть указаны номер и лицензия сертификата, дата выдачи и наименование выдавшего его органа.

4.4. Реклама не должна подстрекать к открытым призывам против государства, измене родине, терроризму, насилию, агрессии, действиям, которые могут причинить вред национальным и духовным ценностям, жизни и здоровью, чести и достоинству, религиозным и политическим убеждениям людей, общественной безопасности, окружающей среде. В рекламе не должны допускаться искажение государственных символов и атрибутов, случаи, противоречащие этическим нормам.

4.5. В рекламе не допускается поддержка товаров со стороны государственных органов и органов местного самоуправления, коммерческих и некоммерческих организаций, юридических лиц публичного права, находящихся в государственной собственности или их подчинении, внебюджетных фондов или их должностных лиц.

4.6. Не допускается реклама наркотических средства, психотропных веществ, порнографии, табака и табачных изделий и другой продукции, реклама которых запрещена настоящим Законом.

4.7. В рекламе должны соблюдаться положения [Закона](#) Азербайджанской Республики "О государственном языке". Согласно требованиям рекламодателя в тексте рекламы, размещенной на рекламных конструкциях, наряду с государственным языком могут использоваться и другие языки. В этом случае текст на иностранном языке должен быть размещен после текста на государственном языке, не должен занимать меньше площади, занимаемой текстом на государственном языке и не больше одной трети общей площади, занимаемой рекламой. Товарный знак и географический показатель, в тексте которого содержатся выражения на других языках, должен указываться в форме, зарегистрированной соответствующим органом исполнительной власти.

4.8. Рекламные конструкции не должны нарушать спокойствие людей, не создавать опасность движению автотранспорта, должны соответствовать техническим требованиям, установленным соответствующим органом исполнительной власти. Рекламные конструкции могут использоваться только в целях распространения рекламы.

4.9. В рекламе должны использоваться только единицы измерения, применение которых разрешено на территории Азербайджанской Республики, цены товаров должны указываться в денежной единице Азербайджанской Республики (за исключением магазинов беспошлинной торговли).

*(В статью 4 внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 01.02.2017 г. №[512-VQD](#))  
(см. предыдущую [редакцию](#))*

## Статья 5. Авторское право на рекламу

Реклама является объектом авторского права и смежных прав в рамках условий, предусмотренных в [Законе](#) Азербайджанской Республики "Об авторском праве и смежных правах".

## Статья 6. Недобросовестная реклама

6.1. Реклама считается недобросовестной в следующих случаях:

6.1.1. при проведении сравнения между качественными и (или) количественными показателями товаров других производителей или продавцов, выполняющих, или способных выполнять функции, сходные с таковыми рекламируемого товара, с упоминанием имени и (или) указания товара других участников рынка;

6.1.2. при опорочивании чести и достоинства, деловой репутации рыночного соперника различными средствами и (или) способами;

6.1.3. при размещении заведомо ложной рекламы товара;

6.1.4. при попытках сформировать негативное мнение о лицах, не пользующихся рекламируемым товаром или пользующихся товаром конкурентов, высмеивая их;

6.1.5. при незаконном использовании авторских прав и смежных прав, плагиате рекламных материалов других товаров;

6.1.6. когда рекламируемый товар уподобляется товару других производителей и продавцов до степени введения в заблуждение;

6.1.7. при преднамеренном сокрытии информации о неблагоприятных воздействиях рекламируемого товара на здоровье и окружающую среду;

6.1.8. при распространении рекламы запрещенными средствами (или) способами, за пределами мест, установленных соответствующим органом или структурой, созданной после срока, установленного настоящим Законом;

6.1.9. при использовании товара, реклама которого запрещена конкретным способом, в конкретное время и (или) месте, или его товарного знака, или товарного знака, близкого к нему настолько, что может быть спутан с ним.

6.2. Недобросовестная реклама не допускается.

*(В статью 6 внесены изменения в соответствии с Законами Азербайджанской Республики от 10.03.2017 г. №542-VQD, 30.06.2017 г. №755-VQD)  
(см. предыдущую [редакцию](#))*

## Статья 7. Недостоверная реклама

7.1. Недостоверной считается реклама, в которой присутствуют искаженные, не соответствующие действительности сведения в отношении нижеуказанного:

7.1.1. производитель, продавец и происхождение товара;

7.1.2. наличие товара на рынке, возможности его приобретения в указанном количестве, времени и месте;

7.1.3. назначение товара, состав, потребительские свойства, включая условия применения, комплектования, дата производства, крайний срок годности и срок использования;

7.1.4. цена товара на момент рекламирования, ценовая скидка, условия приобретения и оплаты;

7.1.5. условия и срок доставки товара потребителям, предоставления гарантии качества, предоставления услуг послепродажного обслуживания, замены и возврата товара;

7.1.6. наличие лицензии на производство (продажу) товара, сертификата соответствия, присужденные призы;

7.1.7. обладание правом на использование официальных символов стран и международных организаций, товарных знаков юридических лиц, прав интеллектуальной собственности;

7.1.8. результаты применения и испытания товара;

7.1.9. возможность получения дополнительной информации о рекламируемом товаре;

7.1.10. рекламодатель рекламируемого товара, его рекламосоздатель, производитель, агент, распространитель;

7.1.11. условия, правила и сроки лотерей, конкурсов, игр, спортивных азартных игр и других мероприятий, сумма выигрышей и призы, место их выдачи и правила получения, источник, предоставляющий информацию о таких мероприятиях.

7.2. Недостоверная реклама не допускается.

## Статья 8. Скрытая реклама

8.1. Информация, не представленная в качестве рекламы в рекламных носителях с целью привлечения внимания потребителя рекламы, оказывающая воздействие на его сознание, предоставляемая без примечания "реклама" или "на правах рекламы", является скрытой рекламой.

8.2. Скрытая реклама не допускается.

## Статья 9. Опровержение рекламы

9.1. Опровержение рекламы дается субъектом рекламной деятельности, нарушившим требования настоящего Закона для предотвращения и ликвидации негативных последствий недобросовестной, недостоверной и скрытой рекламы.

9.2. Субъект рекламной деятельности, нарушивший требования настоящего Закона, обязан опровергнуть рекламу в срок, установленный соответствующим органом исполнительной власти. Все необходимые для этого расходы оплачиваются субъектом рекламной деятельности, нарушившим закон.

9.3. С целью обеспечения объективности, время трансляции, продолжительность, место, средства опровержения рекламы должны быть аналогичны показателям недобросовестной, недостоверной и скрытой рекламы, содержание должно быть согласовано с соответствующим органом исполнительной власти. Время, продолжительность, средства опровержения рекламы могут быть изменены соответствующим органом исполнительной власти или по согласованию с ним.

9.4. Деятельность субъекта рекламной деятельности, не обеспечившего опровержение рекламы в установленный срок, в сфере рекламы может быть приостановлена на основании решения соответствующего органа исполнительной власти до опровержения рекламы. В этом случае соответствующий орган исполнительной власти информирует все стороны, заключивших договор с этим субъектом рекламной деятельности в этой сфере рекламы.

9.5. Ущерб, причиненный потребителю рекламы недобросовестной, недостоверной и скрытой рекламой, возмещается субъектом рекламной деятельности, признанным виновным по решению суда.

9.6. В случае, установленном настоящим Законом, субъект рекламной деятельности, не опровергнувший рекламу или не соблюдавший условия распространения опровержения, несет ответственность в соответствии с [Кодексом](#) Азербайджанской Республики об административных проступках.

## Статья 10. Социальная реклама

10.1. Социальная реклама - информация некоммерческого характера, направленная на формирование и совершенствование в сознании людей правил поведения, соответствующих общественным нормам, привлечение их внимания к социальным проблемам общества, охране культурного наследия, носящая просветительский и благотворительный характер.

10.2. Заказчиками социальной рекламы являются государственные органы, органы местного самоуправления, юридические и физические лица.

10.3. В социальной рекламе не допускается упоминание имени производителя рекламы, рекламного агента, распространителя рекламы, за исключением имен физических лиц, находящихся в затруднительном положении, или нуждающихся в лечении, а также имени рекламодача, предоставление информации о его просветительской и благотворительной деятельности, товарах, торговых марках и логотипах.

10.4. Отношения рекламодателя социальной рекламы с рекламопроизводителем, рекламораспространителем и рекламным агентом, или рекламного агента с рекламораспространителем регулируются договором. Социальная реклама бесплатно транслируется государственными и общественными вещателями.

10.5. Независимо от форм собственности, каждый рекламораспространитель во время теле- и радиовещания обязан выделить, как минимум, восемь процентов эфирного времени, выделенного для рекламы, рекламного места в издании и общей площади рекламных конструкций на социальную рекламу. В соответствии с социальным содержанием реклама должна транслироваться в период с 9.00 до 00.00.

10.6. Продолжительность социальной рекламы, которая транслируется на телевидении и радио, не включается в эфирное время, выделенное для рекламы.

## **Статья 11. Товары, реклама которых запрещена**

11.1. Запрещается реклама товаров, нахождение которых в гражданском обороте (выведенных из гражданского оборота) не допускается, а также товаров и действий, негативно воздействующих на мораль, физическое и психологическое здоровье потребителя рекламы, прививающая ему вредные привычки, несущая потенциальную угрозу общественной безопасности, окружающей среде.

11.2. Список товаров, реклама которых запрещена, определяются соответствующим органом исполнительной власти, и публикуется в периодической печати.

## **Статья 12. Защита несовершеннолетних в рекламе**

12.1. В целях предотвращения вредного психического и физического воздействия на несовершеннолетних, в рекламе запрещается следующее:

12.1.1. предоставление информации, наносящей ущерб репутации родителей, опекунов, попечителей, воспитателей и других лиц, подрывающей доверие к ним;

12.1.2. прививание грубости, ненависти, агрессии, вредных привычек по отношению к другому лицу;

12.1.3. информация, направленная на побуждение родителей и других лиц к покупке товара, создавая у них возможность приобретения товара независимо от финансового положения семьи путем использования усилительных и отличительных слов;

12.1.4. демонстрируя действия, опасные для жизни или здоровья, побуждение к их повторению;

12.1.5. размещение рекламы товара, не имеющего отношения к несовершеннолетним, в средствах массовой информации, телерадиопрограммах (передачах), предназначенных для них;

12.1.6. использование элементов, наносящих ущерб интересам детей в рекламах, адресованных несовершеннолетним или транслирующихся с их участием;

12.1.7. показ несовершеннолетних в ситуациях, которые могли бы создать психологическое напряжение.

12.2. Реклама, способная оказать морально и физически вредное влияние на несовершеннолетних, не может размещаться ближе расстояния до территории дошкольных и общеобразовательных заведений, установленного соответствующим органом исполнительной власти.

## **Статья 13. Спонсор и спонсорская реклама**

13.1. Спонсор - лицо, добровольно выделяющее финансовые средства и (или) иные средства, или обеспечивающее их выделение для организации и (или) проведения спортивных, культурно-массовых и прочих мероприятий, создания и (или) трансляции программы (передачи) в электронных средствах массовой информации, а также использования в других результатах интеллектуальной деятельности.

13.2. Спонсорская реклама - распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре. В спонсорской рекламе может предоставляться информация только об имени, сфере деятельности, товаре спонсора с указанием товарного знака, логотипа компании, бегущей строкой визуальными или звуковыми средствами. В спонсорской рекламе, распространяемой на телевидении и радио, общий объем такой информации в каждой программе (передаче), не должен превышать 2-х минут.

13.3. Лица, занимающиеся производством и (или) продажей алкогольных напитков крепостью более 5 процентов спирта, могут упоминаться в качестве спонсора с учетом временных ограничений, указанных в [статье 27.1.9](#) настоящего Закона.

13.4. Лица, занимающиеся производством и (или) продажей товаров, продажа которых запрещена настоящим Законом, не могут быть спонсорами.

13.5. Товары не могут упоминаться в качестве спонсора.

13.6. Спонсорская реклама изготавливается и (или) представляется на основе договора, заключенного между спонсором и рекламопроизводителем, рекламным агентом и (или) рекламораспространителем.

13.7. В спонсорской рекламе не допускается замена слова "спонсор" другими понятиями.

## **Статья 14. Реклама товаров при дистанционном способе их продажи**

14.1. В рекламе товара при дистанционном способе их продажи, без непосредственного контакта между продавцом и покупателем, без предоставления возможности покупателю ознакомиться с товаром (каталоги, проспекты, буклеты, средства электронной торговли) должна предоставляться следующая информация о его продавце:

14.1.1. наименование, адрес, и идентификационный номер налогоплательщика юридического лица;

14.1.2. имя, фамилия, отчество и идентификационный номер налогоплательщика физического лица, занимающегося предпринимательской деятельностью;

14.1.3. контактная информация (телефон, факс, адрес электронной почты).

14.2. До подписания договора с покупателем продавец должен сообщать покупателю информацию, установленную Гражданским [кодексом](#) Азербайджанской Республики и настоящим Законом.

14.3. Если при дистанционной продаже товар предлагается по скидочной цене, в рекламе до сведения потребителя рекламы должны быть доведены сведения о ценах до и после скидки.

## **Статья 15. Реклама о мерах по стимулированию продажи товаров**

15.1. Реклама о мерах по стимулированию продажи товаров представляет собой информацию о лотерее, конкурсе, игре и других мероприятиях среди покупателей, приобретших определенный товар.

15.2. В рекламе о мерах по стимулированию продажи товаров должна отражаться или озвучиваться информация об условиях проведения, времени и продолжительности лотереи, конкурса, игры и других мероприятий, призовом фонде, месте и времени выдачи, условиях получения выигрышей, их организаторе.

15.3. На мероприятиях по стимулированию продажи товаров, лицу, купившему определенный товар в качестве подарка, не могут быть предложены алкогольные напитки крепостью выше 5 процентов, табак и табачные изделия.

15.4. Лицам, купившим алкогольные напитки крепостью выше 5 процентов, табак и табачные изделия, запрещено предлагать другие товары в качестве подарка.

## **Статья 16. Реклама об изменении цены товара**

16.1. В рекламе об изменении цены товара должны быть указаны следующие сведения:

16.1.1. дата начала, срок кампании об изменении цены;

16.1.2. список товаров, цена которых изменяется;

16.1.3. текущая цена товара, цена которого изменяется.

16.2. В рекламе должно быть отмечено изменение цены товара по сравнению с предыдущей ценой в абсолютном или относительном выражении.

## **Статья 17. Открытое предложение (оферта) о заключении договора в рекламе**

17.1. Открытое предложение о заключении договора (оферта), а также его результаты, отношения между оферентом и акцептантом регулируются Гражданским [кодексом](#) Азербайджанской Республики.

17.2. Срок действия рекламы, соченной офертой, определяется в договоре, подписанном между рекламодателем, рекламосоздателем, рекламопроизводителем или рекламным агентом и рекламораспространителем.

## **Статья 18. Срок хранения рекламных материалов**

Рекламные материалы (копии), а также внесенные в них изменения, договоры о производстве, размещении и распространении рекламы должны храниться у рекламодателя, рекламосоздателя, рекламопроизводителя, рекламного агента в течение как минимум одного года, начиная со дня последней трансляции рекламы или истечения срока договора.

## **Статья 19. Представление документов рекламодателем**

19.1. Рекламодатель обязан представить документы, подтверждающие подлинность данных, которые будут отражаться (распространяться) рекламосоздателем, рекламопроизводителем, рекламным агентом по их требованию.

19.2. Если рекламодатель не представляет необходимые документы в соответствии со статьей 19.1 настоящего Закона, рекламосоздатель, рекламопроизводитель, рекламный агент и рекламораспространитель отказываются подписывать с ним договор.

19.3. Рекламодатель при рекламе товара, по деятельности которого необходимо специальное разрешение (лицензия), по требованию рекламосоздателя, рекламопроизводителя, рекламного агента и рекламораспространителя обязан представить копию специального разрешения (лицензии) этим лицам.

19.4. За соответствие заказываемой рекламы требованиям настоящего Закона, несут ответственность рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель.

## Глава 2. Особенности средств распространения рекламы

### Статья 20. Реклама в телерадиопрограммах (передачах)

20.1. Реклама, распространяющаяся, в телерадиопрограммах (передачах), должна быть легко понятной и не отличаться от элементов этих программ (передач), визуальной (видео), и (или) акустической (звуковой) формой.

20.2. Телерадиопрограмма (передача) может прерываться для трансляции рекламы (за исключением спонсорской рекламы) после предупреждения о ее начале. Предел громкости рекламы, а также предупреждения о ее начале не должен превышать предел громкости транслируемой программы (передачи). Предел громкости определяется в соответствии с техническими правилами.

20.3. Во время вещания одной программы реклама может демонстрироваться с учетом требования пунктов 20.4 и 20.5 настоящего Закона. Реклама должна включаться в виде блока между отдельными программами.

20.4. В телерадиопрограммах (передачах), состоящих из независимых частей, в спортивных программах, трансляции мероприятий и спектаклей с перерывом, реклама может даваться только между независимыми частями и перерывами. В отдельных программах временной отрезок между окончанием одного рекламного блока и началом следующего рекламного блока не должен быть меньше 15 минут.

20.5. Если художественные и телевизионные фильмы длятся более 45 минут, они могут быть прерваны рекламой только через 45 минут. Если фильмы продлятся как минимум, на 20 минут больше одних или нескольких 45 минут разрешается еще одна рекламная пауза.

20.6. Новостные программы, религиозные и детские программы, а также сериалы продолжительностью менее 30 минут, развлекательные программы, политические программы и документальные фильмы не могут прерываться рекламой. Если эти программы и передачи продлятся более 30 минут, к ним применяются требования статьи 20.4 настоящего Закона, на 20 минут больше одних или нескольких 45 минут, то положения статьи 20.5 настоящего Закона.

20.7. Общий объем рекламы не может превышать 12 минут в час.

20.8. В дни траура, объявленные соответствующим органом исполнительной власти, реклама в телерадиопрограммах (передачах) запрещена.

20.9. Нижеуказанные не считаются рекламой:

20.9.1. анонсирование рекламораспространителем своей продукции;

20.9.2. объявления, транслируемые организациями коммунальных услуг и благотворителями.

20.10. Выступления с сессий Милли Меджлиса, официальных государственных мероприятий, Президента Азербайджанской Республики, Премьер-министра Азербайджанской Республики, Председателя Милли Меджлиса Азербайджанской Республики и Председателя Конституционного Суда Азербайджанской Республики не могут прерываться с целью представления рекламных материалов, а также рекламные материалы не могут транслироваться посредством бегущей строки.

## **Статья 21. Размещение рекламы с помощью бегущей строки**

21.1. Бегущая строка - это размещение рекламы с помощью электронных средств в виде текста и (или) графика в движущемся виде.

21.2. Порядок представления рекламы с помощью бегущей строки определяется соответствующим органом исполнительной власти.

## **Статья 22. Реклама в периодических печатных изданиях, письменных уведомлениях, печатной и аудиовизуальной продукции**

22.1. Реклама, размещенная в периодических печатных изданиях, не носящих рекламный характер, должна размещаться с пометкой "реклама" или "на правах рекламы" соответственно. Реклама, размещаемая в такого рода изданиях, не должна превышать 30 процентов от общего объема периодического печатного издания (передней и задней обложке периодического печатного издания, за исключением рекламы, размещаемой на первой странице газет).

22.2. В рекламе периодических печатных изданий, предназначенных для несовершеннолетних, запрещена реклама товаров, не имеющих к ним отношения.

22.3. В письменных уведомлениях, направляемых населению (за исключением уведомлений с официально утвержденной формой), реклама (за исключением информации, размещенной этим предприятием о нем самом) может быть размещена в договоре, заключенном между отправляемым его предприятием и рекламодателем (рекламопроизводителем, рекламным агентом).

22.4. Реклама не может размещаться в учебнике, учебном пособии, учебных материалах, школьном дневнике, тетради, альбоме, книге, предназначенной для несовершеннолетних.

22.5. Размещение, товарного знака, имени спонсора, рекламодателя, логотипа в объявлениях (анонсах), распространяемых в периодических печатных изданиях, считается рекламой.

22.6. На упаковке (коробке) аудиовизуальной продукции должны содержаться пометки "с рекламой" или "без рекламы".

## **Статья 23. Реклама, распространяемая посредством телекоммуникационных конструкций и почтовых отправок**

23.1. Телекоммуникационный оператор и провайдер могут распространять рекламу на основе договора, заключаемого с рекламодателем. Телекоммуникационный оператор и провайдер могут распространять рекламу абоненту в индивидуальном порядке только если в письменном договоре, заключенном с абонентом, согласована рассылка рекламы. Телекоммуникационный оператор и провайдер должен предоставить абоненту возможность в любое время отказаться от рассылки рекламы или распространения абоненту только той рекламы, которую он пожелает. За рассылку рекламы без согласия абонента или противоречащей положениям настоящего Закона несут ответственность телекоммуникационный оператор и провайдер.

23.2. Реклама может транслироваться до получения ответа на запрос абонента, обращающегося за получением информации к телекоммуникационному оператору и (или) провайдеру. Если информационные услуги являются платными, трансляция рекламы не может быть включена в стоимость справки.

23.3. Для размещения рекламы на почтовой посылке между оператором почтовой связи и рекламодателем (рекламопроизводителем, рекламным агентом) должен быть заключен договор.

23.4. На заключение этого договора между оператором почтовой связи и рекламодателем (рекламопроизводителем, рекламным агентом) должно иметься согласие соответствующего органа исполнительной власти.

## **Статья 24. Реклама, транслируемая во время предоставления услуг театральных спектаклей, фильмов, концертов и других массовых мероприятий**

24.1. При оказании услуг театрального спектакля и кино реклама может транслироваться в фойе театра или кинотеатра, а в залах, где проводятся концерты и другие массовые мероприятия, до их начала.

24.2. В ходе театральных спектаклей, во время демонстрации кинофильмов (за исключением начала), концертов и других мероприятий трансляция рекламы запрещена.

## **Статья 25. Реклама на транспортных средствах**

25.1. Размещение рекламы на транспортном средстве осуществляется на основании договора, заключаемого собственником транспортного средства или лицом, обладающим правом распоряжения им с рекламодателем или рекламным агентом, на транспортных средствах или их салоне.

25.2. Для размещения рекламы на транспортных средствах необходимо согласие соответствующего органа исполнительной власти.

25.3. Реклама на транспортных средствах размещается на основе норм, установленных соответствующим органом исполнительной власти в рамках технических ограничений, не препятствующих обзору с точки зрения творчества, дизайна, качества печати. Согласие на размещение рекламы на транспортных средствах предоставляется на основании паспорта технических спецификаций на рекламу, подготовленного соответствующим органом исполнительной власти. Реклама может быть размещена после выдачи собственнику паспорта технических спецификаций на рекламу. Форма паспорта технических спецификаций на рекламу на транспорте утверждается соответствующим органом исполнительной власти.

25.4. Размещение рекламы запрещено на следующих транспортных средствах:

25.4.1. транспортных средствах оперативного и специального назначения;

25.4.2. транспортных средствах, предназначенных для перевозки опасных грузов.

25.5. Размещение на транспортных средствах отличительных знаков, указывающих на их принадлежность каким-либо лицам, не является рекламой.

25.6. Реклама на транспортных средствах, должна размещаться только на его боковых сторонах и не создавать угрозу безопасности движения.

25.7. Распространение звуковой рекламы с использованием транспортных средств запрещено.

## **Статья 26. Наружная реклама**

26.1. Наружная реклама размещается на земельных участках автомобильных дорог, на рекламных носителях, расположенных в городах, деревнях, поселках и других населенных пунктах. Разрешение на строительство, установку наружных рекламных носителей, независимо от их размеров, а также на внесение конструктивных изменений в них выдает структура, созданная соответствующим органом исполнительной власти, в случаях и в порядке, предусмотренных Строительным и градостроительным кодексом Азербайджанской Республики.

26.2. Для размещения наружной рекламы рекламораспространитель должен получить разрешение структуры, созданной соответствующим органом исполнительной власти. Разрешение выдается на срок, отвечающий потребностям рекламораспространителя, но не более чем на один год. За выдачу разрешения взимается государственная пошлина в порядке и в размере, установленных [Законом](#) Азербайджанской Республики "О государственной пошлине". При выдаче разрешения структура, созданная соответствующим органом исполнительной власти, подготавливает и вручает

рекламораспространителю паспорт технических спецификаций на рекламу, и заключает с рекламораспространителем договор о разрешении. При отсутствии договора о разрешении, разрешение, выданное на размещение наружной рекламы, и паспорт технических спецификаций не создают юридических последствий.

26.2-1. Порядок выдачи разрешения на размещение наружной рекламы и порядок осуществления контроля в этой сфере, а также формы разрешения и паспорта технических спецификаций на рекламу, форма и порядок заключения договора о разрешении устанавливаются соответствующим органом исполнительной власти.

26.2-2. Для получения разрешения на размещение наружной рекламы рекламораспространитель также должен заключить договор с владельцем рекламного носителя, на котором будет размещена реклама, или с собственником (либо с распорядителем) недвижимого имущества, на котором будет размещен рекламный носитель.

26.3. На территории исторических и культурных памятников и зоне их охраны, крыше архитектурных памятников (зданий) рекламные носители могут размещаться только с согласия соответствующего органа или структуры, созданной соответствующим органом исполнительной власти на основании заключения художественных советов при рекламно-информационных организациях и при условии, что они не окажут отрицательного влияния на устойчивость этих зданий.

26.4. Реклама, размещенная на жилом здании, не должна препятствовать его безопасной эксплуатации, вентиляции, естественному освещению квартир, нарушать комфорт жителей, представлять угрозу окружающей среде.

26.5. Наружная реклама должны отвечать требованиям безопасности дорожного движения, не создавать угрозу участникам дорожного движения, не препятствовать и не затруднять оценку дорожных условий водителями, не быть похожими на дорожные знаки и надписи. Размещение рекламы на поверхности дорожного покрытия, знаках дорожного движения, столбах и других регулировочных средствах, дорожных сооружениях запрещается.

26.6. Стандарты размещения рекламы на обочине дорог устанавливаются соответствующим органом исполнительной власти.

26.7. Размещение наружной рекламы алкогольных напитков крепостью более 5 процентов запрещено.

26.8. Щиты, размещенные на входе, стене объектов обслуживания, торговли или других объектов, к которым имеют непосредственное отношение, и доводящие до сведения потребителя название, принадлежность, род деятельности, адрес и режим работы упомянутых объектов, а также плакаты, политическая реклама, объявления, не связанные с коммерческой деятельностью неправительственных организаций, юридических и физических лиц, размещаемые на городских информационных стендах с некоммерческой целью, независимо от размера, а также щиты, относящиеся к государственным органам, не считаются рекламными носителями.

26.9. Размещение рекламных носителей, создающие помехи участникам дорожного движения, представляющие угрозу для их жизни и здоровья, запрещено.

26.10. На территориях, где в соответствии с настоящим Законом размещение рекламы не допускается, размещение рекламы может предусматриваться на конкретный период времени только в государственные праздники, на международных и государственных мероприятиях с учетом требований статьи 26.3 настоящего Закона.

*(В статью 26 внесены изменения в соответствии с Законами Азербайджанской Республики от 10.03.2017 г. №542-VQD, 30.06.2017 г. №755-VQD)  
(см. предыдущую [редакцию](#))*

### Глава 3. Особенности рекламы различных товаров

## **Статья 27. Реклама алкогольных напитков**

27.1. В рекламе алкогольных напитков запрещено следующее:

27.1.1. формирование мнения о завоевании авторитета в обществе, личных достижений в профессии, спорте или других областях, улучшении физического или эмоционального состояния в результате использования алкогольного напитка;

27.1.2. дискредитации лиц, не употребляющих алкоголь;

27.1.3. формирование мнения о безвредности или пользе для человеческого здоровья, лечебных свойствах употребления алкоголя;

27.1.4. создание мнения о том, что с повышением крепости, повышается качество алкогольных напитков, представление их в качестве средства утоления жажды;

27.1.5. обращение к несовершеннолетним в связи с употреблением алкогольных напитков;

27.1.6. прерывание детских и религиозных программ (передач) рекламой алкогольных напитков;

27.1.7. использование образов лиц, известных в обществе, героев анимационных фильмов и животных;

27.1.8. демонстрация процесса употребления алкогольных напитков;

27.1.9. трансляция рекламы алкогольных напитков крепостью выше 5 процентов в телерадиопрограммах (передачах) с 7.00 до 23.00 часов.

27.2. Реклама алкогольных напитков не может размещаться в нижеуказанных рекламных носителях:

27.2.1. алкогольных напитков крепостью выше 5 процентов на передней и задней обложке печатного издания, домашней странице информационных интернет-ресурсов;

27.2.2. печатных изданиях, аудио- и видео материалах, предусмотренных для несовершеннолетних;

27.2.3. на телекоммуникационных сооружениях (алкогольных напитков крепостью выше 5 процентов);

27.2.4. проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей и дегустацией образцов алкогольных напитков, разрешается только в местах их розничной продажи, дегустационных залах специализированных выставок. В ходе этих рекламных акций запрещена свободная раздача алкогольных напитков несовершеннолетним, предложение образцов алкогольных напитков для дегустации.

27.3. Реклама алкогольных напитков крепостью выше 5 процентов должна сопровождаться предупреждением о вреде их чрезмерного употребления для здоровья. Этому предупреждению должно быть выделено место, занимающее не менее 10 процентов от рекламной площади.

27.4. Размещения рекламы алкогольных напитков запрещено на транспортных средствах, а также на и внутри зданий, сооружений, обеспечивающих их деятельность (за исключением мест проведения розничной продажи алкогольных напитков).

## **Статья 28. Реклама табака, табачных изделий и их принадлежностей**

Реклама табака, табачных изделий и их принадлежностей, а также трубок, кальянов, электронных сигарет, папиросной бумаги, зажигалок запрещена.

## **Статья 29. Реклама лекарственных средств, техники и изделий медицинского назначения, медицинских услуг**

29.1. В Азербайджанской Республике могут рекламироваться только лекарственные средства, отпускающиеся без рецепта врача, техника медицинского назначения, методы лечения, профилактики, диагностики и реабилитации, использование (применение) которых разрешено аккредитованной структурой по оценке соответствия соответствующего органа исполнительной власти или аккредитованными структурами по оценке соответствия.

Аккредитация структур по оценке соответствия, предусмотренных вторым абзацем настоящей статьи, осуществляется в порядке, установленном [Законом](#) Азербайджанской Республики "Об аккредитации в области оценки соответствия".

29.2. Рекламодатель лекарственных средств, отпускающихся без рецепта врача, техники медицинского назначения, методов лечения, профилактики, диагностики и реабилитации представляет рекламопроизводителю и рекламораспространителю, по их требованию, копии сертификата, выданного соответствующим органом исполнительной власти, свидетельства о регистрации, подтверждающего государственную регистрацию лекарственного средства, инструкции по применению лекарственного средства, в случаях, когда в инструкции не указан порядок отпуска лекарственного средства, документа, содержащего соответствующую информацию, сертификата происхождения, при упоминании в рекламе, документа, подтверждающего результаты исследований.

29.2. В рекламе лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача, не допускается нижеследующее:

29.2.1. обращаться к несовершеннолетним;

29.2.2. ссылаться на конкретные случаи выздоровления, улучшения здоровья человека в результате использования рекламируемого лекарственного средства;

29.2.3. демонстрировать благодарность физических лиц в связи с рекламируемыми лекарственными средствами;

29.2.4. создавать у здорового человека представление о необходимости применения рекламируемого лекарственного средства;

29.2.5. создавать мнение о ненужности обращения к врачу;

29.2.6. гарантировать положительный эффект, натуральное происхождение, безопасность, эффективность и отсутствие побочных эффектов рекламируемого лекарственного средства;

29.2.7. представлять рекламируемое лекарственное средство в качестве биологически активной пищевой добавки, или в качестве другого товара (продукта), не являющегося лекарственным средством.

29.3. Если прием лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача, и использование медицинской техники сопровождается побочными эффектами, в рекламе должна содержаться информация об этом, отмечаться важность консультаций с врачом или специалистом.

29.4. С учетом требований [статьи 29.1](#) настоящего Закона, реклама лекарственных средств, медицинской техники, использование которых требует специальной подготовки, о трансплантации человеческих органов (или) тканей может распространяться только в печатных изданиях, специализирующихся в области медицины, мероприятиях, проводимых для медицинских работников и фармацевтов.

29.5. Реклама медицинской услуги об искусственном прерывании беременности и искусственном оплодотворении запрещена.

29.6. Бесплатная раздача, продажа лекарств, проведение рекламных акций, сопровождающихся демонстрацией платных или бесплатных медицинских услуг, запрещены.

29.7. Требования статей 29.2.2 и 29.2.3 настоящего Закона не распространяются на рекламу, транслируемую в местах проведения выставок, семинаров и конференций, посвященных медицине или фармацевтике.

29.8. Не допускается реклама массовых лечебных сеансов, методы гипноза, лечебных свойств психических и биологических эффектов.  
*(В статью 29 внесены изменения в соответствии с Законами Азербайджанской Республики от 02.05.2017 г. №662-VQD, 14.04.2017 №616-VQD)  
(см. предыдущую редакцию)*

## **Статья 30. Реклама биологически активных пищевых добавок, продуктов искусственного питания для младенцев и детей младшего возраста**

- 30.1. В рекламе биологически активных пищевых добавок запрещается следующее:
- 30.1.1. создавать представление как о лекарственном средстве или обладании лечебными свойствами;
  - 30.1.2. давать рекомендации о пользе использования со ссылкой на конкретные случаи выздоровления, улучшения здоровья использующих их лиц, результаты исследования этих продуктов;
  - 30.1.3. побуждать к отказу от питания здоровыми и натуральными продуктами, путем предоставления информации об их преимуществах;
  - 30.1.4. выражать благодарность пользователей.
- 30.2. В рекламе продуктов искусственного питания для младенцев и детей младшего возраста запрещается нижеследующее:
- 30.2.1. предоставлять информацию о сходстве этих продуктов с грудным молоком, способности их полной замены, преимуществах искусственного питания по сравнению с вскармливанием грудных детей материнским молоком;
  - 30.2.2. распространять рекламу этих продуктов среди беременных женщин и матерей, в медицинских учреждениях.
- 30.3. В рекламе продуктов искусственного питания для младенцев и детей младшего возраста должны содержаться информация о возрастных ограничениях их использования, необходимость консультации со специалистами, отмечаться преимущество материнского молока.
- 30.4. Информация о составе биологически активных пищевых добавок, продуктов искусственного питания для младенцев и детей младшего возраста, материалы образовательного и научного характера текста должны ограничиваться научным текстом, публиковаться в медицинских изданиях, а также специализирующихся на вопросах ухода за ребенком.
- 30.5. Наружная реклама биологически активных пищевых добавок, продуктов искусственного питания для младенцев и детей младшего возраста запрещена.
- 30.6. Заказчик рекламы биологически активных пищевых добавок, продуктов искусственного питания для младенцев и детей младшего возраста по требованию рекламопроизводителя и рекламораспространителя представляет копии сертификата соответствия, гигиены и происхождения, инструкции по применению упомянутых продуктов, в случаях, когда в этой инструкции не указан порядок отпуска лекарственного средства, документа, содержащего соответствующую информацию, в случае ссылки в рекламе, документа, подтверждающего результаты исследования.
- 30.7. В рекламе биологически активных пищевых добавок должна быть указана информация о том, что они не являются лекарственным средством.  
*(В статью 30 внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 02.05.2017 г. №662-VQD)  
(см. предыдущую редакцию)*

## **Статья 31. Реклама оружия, военной техники, пиротехнических средств**

31.1. На территории Азербайджанской Республики запрещена реклама всех видов оружия военного назначения, их комплектных частей, боеприпасов, взрывчатых веществ и устройств, техники (за исключением охотничьих и спортивных ружей, разрешенных к хранению и использованию).

31.2. На мероприятиях и выставках, проводимых в рамках международного и межгосударственного военно-технического сотрудничества, может размещаться реклама оружия и техники военного назначения.

31.3. Реклама охотничьих и спортивных ружей, разрешенных к хранению и использованию, разрешается только в специализированных печатных изданиях, в специально отведенных местах для продажи, демонстрации и испытаний данных видов оружия.

31.4. Реклама пиротехнических средств запрещена.

## **Статья 32. Реклама спортивных азартных игр, лотерей**

32.1. Заказчик спортивных азартных игр, лотерей (за исключением стимулирующей лотереи) выступает в качестве оператора спортивных азартных игр, аккредитованного соответствующим органом исполнительной власти или органом надзора над финансовыми рынками определенного организатора лотереи. Реклама может размещаться на билетах и купонах.

32.2. В рекламе названия "Национальный олимпийский комитет" и "Национальная олимпийская команда", производные от них слова и словосочетания могут использоваться только на основе договора, заключенного с Национальным олимпийским комитетом.

32.3. Для размещения рекламы в месте проведения спортивного мероприятия, спортивных азартных игр рекламодатель или рекламный агент или рекламодатель распространитель заключают договор с организатором спортивного мероприятия, или оператором спортивных азартных игр.

32.4. Имя лица, победившего в спортивной азартной игре или лотереи, не может оглашаться в рекламе без его письменного согласия.

32.5. В рекламе спортивных азартных игр, лотерей запрещено следующее:

32.5.1. обращаться к несовершеннолетним;

32.5.2. формировать мнение о том, что участие в таких играх, лотереях является средством завоевания авторитета в обществе;

32.5.3. давать гарантии заработка от игр и лотерей, предоставлять информацию, связанную с повышением вероятности выигрыша одной из сторон спортивных состязаний;

32.5.4. дискредитировать тех, кто не принимает участия в играх или лотереях.

32.6. Реклама спортивных азартных игр, лотерей может размещаться в средствах телекоммуникации, средствах массовой информации, транспортных средствах наружных рекламных носителях. Наружная реклама спортивных азартных игр, лотерей размещается на рекламных носителях, расположенных на расстоянии, как минимум, 100 метров от детских и образовательных учреждений.

32.7. Не допускается реклама спортивных азартных игр, проведение которых запрещено [Законом](#) Азербайджанской Республики "О физической культуре и спорте" и лотерей, проведение которых запрещено [Законом](#) Азербайджанской Республики "О лотереях".

*(В статью 32 внесены изменения в соответствии с [Законом](#) Азербайджанской Республики от 28.10.2016 г. №382-VQD) (см. предыдущую [редакцию](#))*

## **Статья 33. Реклама финансовых, банковских, страховых, инвестиционных услуг, ценных бумаг**

33.1. В рекламе финансовых, банковских, страховых, инвестиционных услуг, ценных бумаг, должны быть упомянуты юридическое название, юридический адрес лица, предлагающего такие услуги, имя, фамилия, отчество, адрес, контактная информация физических лиц, эмитент ценных бумаг.

33.2. В рекламе этих услуг и рекламе ценных бумаг запрещается следующее:

33.2.1. содержать гарантии или обещания получения выгоды в будущем, основанные на показателях в прошлом, если такая эффективность использования услуги не может быть определена на момент заключения договора;

33.2.2. сокрытие от потребителя рекламы существующих или ожидающихся рисков, условий договора, влияющих на доходы;

33.2.3. реклама ценных бумаг, выпуск которых не прошел регистрацию в соответствующем органе исполнительной власти;

33.2.4. реклама ценных бумаг до принятия решения о выставлении их на продажу;

33.2.5. противоречие предоставленных данных информации, содержащейся в проспекте об эмиссии.

33.3. Реклама, связанная с привлечением средств на строительство жилых зданий на основе долевого участия и других объектов недвижимости, может транслироваться после получения разрешения на их строительство со стороны соответствующих органов исполнительной власти.

33.4. Если в рекламе о потребительском кредите предоставляется информация о каких-либо расходах по кредиту, потребители должны быть также проинформированы о следующем:

33.4.1. любых расходах, включенных в общую стоимость кредита, в том числе годовой процентной ставке, прочих расходах, включенных в расчет фактической годовой ставки в порядке, установленном законодательством;

33.4.2. сроке кредита;

33.4.3. если кредит выдается для покупки определенного товара или предоставления услуг, об указанном товаре или услуге, его наличной цене и суммы предварительной оплаты;

33.4.4. в случае если для заключения кредитного договора обязательно заключение дополнительных договоров об услугах, и невозможно заранее определить стоимость упомянутой услуги, обязательство о заключении упомянутого договора;

33.4.5. сведения, предусмотренные статьями 33.4.1-33.4.4 настоящего Закона, и другие сведения должны распространяться в не меньших, чем другие сведения, и четко читаемых размерах.

*(В статью 33 внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 30.09.2016 г. №[320-VQD](#))  
(см. предыдущую [редакцию](#))*

## **Глава 4. Контроль и саморегулирование в сфере рекламы**

*(В название внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 30.06.2017 г. №[755-VQD](#))  
(см. предыдущую [редакцию](#))*

### **Статья 34. Контроль в сфере рекламы**

34.1. Целью контроля за рекламной деятельностью является обеспечение интересов субъектов рекламы и выполнение требований настоящего Закона, в том числе прекращение трансляции рекламы, не соответствующей требованиям, дача указаний субъектам рекламной деятельностью, подлежащих обязательному исполнению, связанных с требованием настоящего Закона.

34.2. Государственный контроль за рекламной (за исключением наружной рекламы) деятельностью в Азербайджанской Республике осуществляется соответствующим органом, а контроль в сфере наружной рекламы — структурой, созданной соответствующим органом исполнительной власти исполнительной власти.

34.3. Приобретение и защита информации, составляющих коммерческую тайну, регулируются [Законом](#) Азербайджанской Республики "О коммерческой тайне".

34.4. Правила выдачи разрешения (согласия) на трансляцию рекламы утверждаются соответствующим органом исполнительной власти.  
*(В статью 34 внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 30.06.2017 г. №[755-VQD](#))  
(см. предыдущую [редакцию](#))*

## Статья 35. Регулирование цен в сфере рекламы

35.1. Цены в сфере рекламы регулируются договором в соответствии с рыночными отношениями.

35.2. Порядок расчета соответствующей суммы, если договор в соответствии со [статьей 26.2-2](#) настоящего Закона заключается с собственником (либо с распорядителем) недвижимого имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, определяется соответствующим органом исполнительной власти.

*(В статью 35 внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 30.06.2017 г. №[755-VQD](#))  
(см. предыдущую [редакцию](#))*

## Статья 36. Саморегулирование в сфере рекламы

Основной целью саморегулирования в сфере рекламы является защита интересов субъектов рекламного рынка и других лиц, обеспечения выполнения требований настоящего Закона. Для саморегулирования в сфере рекламной деятельности могут создаваться объединения, советы, ассоциации, союзы и другие неправительственные организации.

## Статья 37. Обязанности по саморегулированию в сфере рекламы

37.0. Обязанности по саморегулированию в сфере рекламы приводятся ниже:

37.0.1. ведение реестра членов организации по саморегулированию;

37.0.2. регулярный мониторинг рекламного рынка, разработка рекомендаций для субъектов рекламы, выдача кодов для внутреннего пользования;

37.0.3. информирование соответствующего органа, а в части, относящейся к сфере наружной рекламы, — структуры, созданной соответствующим органом исполнительной власти исполнительной власти о нарушениях, выявленных в результате мониторинга рекламного рынка;

37.0.4. сотрудничество по вопросам, касающимся рекламной сферы с соответствующими организациями зарубежных стран и международными учреждениями в соответствии с Законом Азербайджанской Республики "О правилах заключения, исполнения и аннулирования международных договоров Азербайджанской Республики".

37.0.5. координация деятельности членов в сфере рекламы;

37.0.6. рассмотрение споров, возникающих между членами на основании их обращения, осуществление мер по их предотвращению и устранению;

37.0.7. проведение просветительской работы среди участников рекламного рынка, организация конференций, семинаров, тренингов и других мероприятий в целях изучения международного опыта.

*(В статью 37 внесены изменения в соответствии с Законом Азербайджанской Республики от 30.06.2017 г. №755-VQD)  
(см. предыдущую редакцию)*

## **Статья 38. Права по саморегулированию в сфере рекламы**

38.0. Права по саморегулированию в сфере рекламы приводятся ниже:

38.0.1. представление законных интересов своих членов в отношениях с государственными органами и органами местного самоуправления;

38.0.2. выступление в качестве специалиста на судах, связанных с нарушением настоящего Закона;

38.0.3. рассмотрение обращений о действиях членов саморегулируемой организации;

38.0.4. ведение статистики рекламного рынка, получение информации о рекламной деятельности членов саморегулируемой организации;

38.0.5. на основании обращения субъектов рекламного рынка выдача заключения о законности, качестве заказываемых, производимых, распространяемых рекламных материалов, и паспорте технических спецификаций на рекламу;

38.0.6. оказание консультационных услуг субъектам рекламного рынка;

38.0.7. на основании обращения субъектов рекламного рынка проведение анализа их деятельности;

38.0.8. обращение в суд на решения и (или) действия фактического характера (бездействия) государственных органов в отношении члена саморегулируемой организации.

## **Статья 39. Ответственность за нарушение настоящего Закона**

39.1. Рекламодатель несет ответственность за содержание и точность представляемой им информации, рекламопроизводитель - за изготовление этой рекламы в соответствии с требованиями настоящего Закона, рекламораспространитель - за распространение рекламы в месте, во время, средствами и способами, установленными настоящим Законом в соответствии с [Кодексом](#) Азербайджанской Республики об административных проступках, Уголовным [кодексом](#) Азербайджанской Республики и Гражданским [кодексом](#) Азербайджанской Республики.

39.2. Рекламодатель, рекламосоздатель, рекламораспространитель, рекламопроизводитель и рекламный агент, допустившие недобросовестную, недостоверную и скрытую рекламу, несут ответственность в соответствии с [Кодексом](#) Азербайджанской Республики об административных проступках.

39.3. В случае, когда рекламозаказчик является хозяйствующим субъектом зарубежной страны, ответственность за ее содержание и подлинность несет импортер рекламируемого товара.

## **Статья 40. Заключительные положения**

С даты вступления в силу настоящего Закона аннулируется [Закон](#) Азербайджанской Республики "О рекламе" от 3 октября 1997 года №376-IQ (Собрание законодательства Азербайджанской Республики, 1998, №1, статья 12, 1999, №4, статья 225; 2000, №8, книга III, статья 587; 2001 г., №3, статьи 142, 145, №5, статьи 295, 298, №11, статья 683; 2004 г., №1, статьи 6, 13, №2, статьи 57, 58; 2005, №2, статья 61, №12, статья 1083, 2006 г., №3, статья 224; 2007 г., №8, статья 749, №12, статья 1218 2009 г.; №12, статья 948; 2010 г., №7, статья 600; 2013, №3, статья 219; 2014 г., №11, статья 1337).

**Президент Азербайджанской Республики**

**Ильхам Алиев**