



УКРАЇНА

# НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ

01601, Київ, вул. Прорізна, 2, тел. (38044) 278-74-90

<https://www.nrada.gov.ua>, E-mail: [nrada@nrada.gov.ua](mailto:nrada@nrada.gov.ua)

20 р. №  
на № 05/11/4018-24 від 16.05.2024

## МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Заступнику Міністра з питань  
європейської інтеграції  
Тарасу ШЕВЧЕНКУ

### Шановний пане Тарасе!

У відповідь на Ваш лист повідомляємо, що відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу», соціальна реклама – вид реклами, що охоплює суспільно корисну інформацію, спрямовану на розвиток особистості та суспільства, на популяризацію загальнолюдських цінностей, здорового способу життя, інклюзивного суспільства, на охорону природи, збереження енергоресурсів профілактику правопорушень, на забезпечення державного суверенітету, безпеки та оборони, патріотичного виховання, освіти, науки, культури, фізичної культури, спорту, історії тощо, розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку та/або не спонукає виборців голосувати за або проти певного суб'єкта виборчого процесу. До соціальної реклами може відноситися інформація про висвітлення державних програм, спрямованих на захист державності, громадського порядку, підвищення обороноздатності держави тощо.

Згідно з частиною першою та другою статті 12 Закону України «Про рекламу», рекламодавцем соціальної реклами може бути будь-яка особа, соціальна реклама не повинна містити прізвищ, імен, по батькові фізичних осіб, які займають посади, визначені пунктами 1, 4 частини першої статті 3 Закону України «Про запобігання корупції», посилянь на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця, на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами.

Заборона зазначення в рекламі посилянь на рекламодавця та/або осіб, зазначених в абзаці першому цієї частини, за замовленням яких діє рекламодавець, а також на належні їм об'єкти права інтелектуальної власності не поширюється на

випадки (крім згадувань у соціальній рекламі прізвищ, імен, по батькові фізичних осіб, які займають посади, визначені пунктами 1, 4 частини першої статті 3 Закону України «Про запобігання корупції» під час виборчого процесу), зазначені в пунктах 1 – 5 частини другої статті 12 Закону України «Про рекламу».

Три відеоролики під умовними назвами «MOTION\_ZAOSHCHAD\_ENERGY\_1\_v2», «MOTION\_ZAOSHCHAD\_ENERGY\_2\_v2», «MOTION\_ZAOSHCHAD\_ENERGY\_3\_v1» хронометражем відповідно 22 с., 27 с. та 27 с., створені з метою надання актуальних порад населенню з питань енергозаощадження, відповідають визначеним законодавством вимогам до соціальної реклами.

З повагою

**Голова**

**Ольга ГЕРАСИМ'ЮК**