ЗМІСТ

Закон України "Про рекламу". Юрінком Інтер

Подивитись анотацію та купити на **jurkniga.ua**

Анотація

Цей Закон визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

Закони звірені з текстом нормативно-правових актів бази даних Верховної Ради України «Законодавство України».

ЗАКОН УКРАЇНИ
Про рекламу

Чинне законодавство зі змінами та доповненнями
станом на 09 листопада 2026 року

Офіційний текст

ЮРІНКОМ ІНТЕР
Київ – 2026

УДК 659.1:34](477)(094.5)
3-19

Джерело документа –
https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text

Увага! Копіювання вбиває книгу

Закон України «Про рекламу». Офіційний текст. Київ : Юрінком Інтер, 3-19 2026. 72 с.

ISBN 978-617-8799-62-5

Цей Закон визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

Закони звірені з текстом нормативно-правових актів бази даних Верховної Ради України «Законодавство України».

УДК 659.1:34](477)(094.5)

Видавництво «Юрінком Інтер» прагне сталого майбутнього для нашого бізнесу, наших читачів і нашої планети. Ця книга виготовлена з паперу, сертифікованого Forest Stewardship Council®

ISBN 978-617-8799-62-5

© Юрінком Інтер, 2026

Розділ I
ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

1. У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

1) аудіовізуальна комерційна комунікація — реклама в аудіовізуальних медіа, а саме зображення із звуком або без нього, яка створюється для прямого або опосередкованого просування особи, ідеї та/або товару та розповсюджується за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами. До форм аудіовізуальної комерційної комунікації, зокрема, належать пряма реклама (рекламні ролики), спонсорство, телепродаж та розміщення товару (продакт-плейсмент);

2) афілійована особа суб'єкта у сфері аудіальних чи аудіовізуальних медіа — будь-яка юридична особа, що має істотну участь у суб'єкті у сфері аудіальних чи аудіовізуальних медіа або в якій такий суб'єкт має істотну участь, або з якою такий суб'єкт перебуває під спільним контролем третьої юридичної або фізичної особи;

3) виробник реклами — особа, яка повністю або частково здійснює виробництво реклами;

4) внутрішня реклама — реклама, що розміщується всередині будинків, споруд, у тому числі в кінотеатрах і театрах під час, до і після демонстрації кінофільмів та вистав, концертів, а також під час спортивних заходів та спортивних змагань, що проводяться у закритих приміщеннях, крім місць торгівлі (у тому числі буфетів, кіосків, яток), в яких може розміщуватися інформація про товари, що безпосередньо в цих місцях продаються;

5) дискримінаційна реклама — реклама, що містить чи використовує твердження та/або зображення, які є дискримінаційними за ознакою раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного чи соціального походження, громадянства, сімейного чи майнового стану, місця проживання, за мовною або іншими ознаками стосовно особи та/або групи осіб;

6) дискримінаційна реклама за ознакою статі — реклама, що містить твердження та/або зображення щодо інтелектуальної, фізичної, соціальної чи іншої переваги однієї статі над іншою та/або щодо стереотипних ролей чоловіка та жінки, яка пропагує принизливе та зневажливе ставлення; принижує гідність людини за ознакою статі; демонструє насильство за ознакою статі; використовує зображення тіла людини (частини тіла) виключно як сексуального об'єкта з метою привернення уваги споживача та/або посилання (слова, звуки, зображення) на сексуальні стосунки, що не стосуються рекламованого продукту чи способу його споживання;

7) заходи рекламного характеру — заходи з розповсюдження реклами, які передбачають безоплатне поширення зразків товарів, що рекламуються, та/або їх обмін споживачам однієї кількості чи одного виду товарів, що рекламуються, на інший;

8) знижка — тимчасове зменшення ціни товару, яке надається покупцям (споживачам);

9) зовнішня реклама — реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях — рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;

10) користувацький контент — інформація (у тому числі користувацьке відео), що створюється та/або поширюється особами на платформах спільного доступу до відео та на платформах спільного доступу до інформації або з використанням електронних комунікацій;

11) недобросовісна реклама — реклама, що вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження;

12) особа — фізична особа, у тому числі фізична особа — підприємець, юридична особа незалежно від форми власності, представництво нерезидента в Україні;

13) порівняльна реклама — реклама, що містить порівняння з іншими особами та/або товарами (діяльністю) іншої особи, прямо чи опосередковано ідентифікує конкурента або товари чи послуги, що пропонуються конкурентом;

14) прихована реклама — інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду у програмі аудіального чи аудіовізуального медіа, матеріалах в іншому медіа, за допомогою інших рекламних засобів, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може ввести в оману споживачів реклами щодо справжньої мети таких програм чи інших матеріалів;

15) реклама — інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформувати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару;

16) реклама на транспорті — реклама, що розміщується на території підприємств транспорту загального користування, метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів та споруд підприємств транспорту загального користування і метрополітену;

17) рекламний ролик — форма розповсюдження реклами, що становить сюжетно завершений аудіальний, візуальний або аудіовізуальний твір;

Зміст

Розділ I
ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів 5
Стаття 2. Сфера застосування Закону 8
Стаття 3. Законодавство про рекламу. 9
Стаття 3[1]. Спільне регулювання
та саморегулювання у сфері реклами 9
Стаття 4. Використання об'єктів
права інтелектуальної власності в рекламі 11
Стаття 5. Спонсорство. 11
Стаття 5[1]. Телепродаж. 13
Стаття 5[2]. Розміщення товару (продакт-плейсмент)
в аудіовізуальних медіа,
на платформах спільного доступу до відео
та на платформах спільного доступу до інформації 14
Стаття 6. Мова реклами 15

Розділ II
ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО РЕКЛАМИ

Стаття 7. Принципи реклами 16
Стаття 8. Загальні вимоги до реклами 16
Стаття 9. Ідентифікація реклами 21
Стаття 10. Недобросовісна реклама 22
Стаття 11. Порівняльна реклама 22
Стаття 12. Соціальна реклама. 23
Стаття 13. Рекламні ролики, телепродаж
в аудіальних та аудіовізуальних медіа 25
Стаття 13[1]. 27
Стаття 14. Реклама у друкованих медіа 27
Стаття 14[1]. Реклама в онлайн-медіа 28
Стаття 14[2]. Реклама на платформах спільного доступу до відео
та платформах спільного доступу до інформації 28
Стаття 14[3]. Реклама з використанням електронних комунікацій 29
Стаття 15. Реклама послуг, що надаються
з використанням електронних комунікацій 30
Стаття 16. Зовнішня реклама 30
Стаття 17. Внутрішня реклама. 31
Стаття 18. Реклама на транспорті 32

Стаття 19. Реклама під час демонстрування кіно- та відеофільмів 32
Стаття 20. Реклама і діти 32

Розділ III
ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМУВАННЯ ДЕЯКИХ ВИДІВ ТОВАРУ

Стаття 21. Реклама лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації 33
Стаття 21[1]. Реклама ветеринарних лікарських засобів та лікувальних кормів 37
Стаття 22. Реклама алкогольних напоїв, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, та заборона реклами тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісні вироби для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням. 38
Стаття 22[1]. Реклама азартних ігор, організаторів азартних ігор. 45
Стаття 23. Реклама зброї 49
Стаття 24. Реклама у сфері фінансових послуг. 49
Стаття 24[1]. Реклама послуг із працевлаштування 51
Стаття 25. Реклама фінансових інструментів, ринків капіталу та організованих товарних ринків 52
Стаття 25[1]. Реклама об'єктів будівництва, будівель, приміщень 57
Стаття 25[2]. Реклама дитячого харчування. 58

Розділ IV
КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО РЕКЛАМУ

Стаття 26. Контроль за дотриманням законодавства про рекламу 59
Стаття 27. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу. 61

Стаття 27[1]. Тимчасове обмеження для юридичних осіб виробляти та розповсюджувати рекламу про власну діяльність 64
Стаття 28. Публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами 64
Стаття 29. Права громадських об'єднань, об'єднань підприємств у галузі реклами 65

Розділ V
ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ 65

ЮРКНИГА
від теорії до практики

Перейти на сайт →