



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям
территориальных органов
ФАС России

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-5, 123995
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru http://www.fas.gov.ru

01.10.2014 № АК/39552/14

На № _____ от _____

О запрете размещения рекламы на платных
или кодированных каналах

ФАС России в связи с вступлением в силу с 1 января 2015 года Федерального закона от 21.07.2014 № 270-ФЗ «О внесении изменений в статью 14 Федерального закона «О рекламе» с учётом позиции, изложенной в письме Минкомсвязи России, поступившем по соответствующему запросу ФАС России, сообщает.

Согласно новой части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», введённой указанным Федеральным законом, не допускается распространение рекламы в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств. Не признаются телеканалами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, общероссийские обязательные общедоступные телеканалы, а также телеканалы, распространяемые на территории Российской Федерации с использованием ограниченного радиочастотного ресурса посредством наземного эфирного вещания в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

Перечень общероссийских обязательных общедоступных телеканалов определён Указом Президента Российской Федерации от 24.06.2009 № 715 «Об общероссийских обязательных общедоступных телеканалах и радиоканалах». К таким телеканалам относятся:

1. Первый канал (открытое акционерное общество «Первый канал»),
2. Телеканал «Россия» (Россия-1) (федеральное государственное



унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания»),

3. Телеканал «Россия-2» (Россия-2) (федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания»),

4. Телекомпания НТВ (открытое акционерное общество «Телекомпания НТВ»),

5. Петербург - 5 канал (открытое акционерное общество «Телерадиокомпания «Петербург»),

6. Телеканал «Россия - Культура» (Россия-К) (федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания»),

7. Российский информационный канал «Россия-24» (Россия-24) (федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания»),

8. Детско-юношеский телеканал «Карусель» (закрытое акционерное общество «Карусель»),

9. Телеканал «Общественное телевидение России» (автономная некоммерческая организация «Общественное телевидение России»),

10. ТВ ЦЕНТР - Москва (открытое акционерное общество «ТВ Центр»).

В соответствии со статьёй 31 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» телевизионное вещание осуществляются вещателем на основании лицензии на вещание. Вещатель, являющийся редакцией телеканала или радиоканала, в соответствии с лицензией на вещание вправе осуществлять распространение телеканала или радиоканала на всей территории Российской Федерации в любых средах вещания, в том числе осуществлять наземное эфирное вещание, спутниковое вещание, кабельное вещание (универсальная лицензия). Вместе с тем, для распространения телеканалов с использованием ограниченного радиочастотного ресурса в соответствии с указанной статьёй Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» установлен специальный порядок, предусматривающий, в том числе, проведение конкурсов, которые проводит Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию. Конкурс проводится на получение права осуществлять наземное эфирное аналоговое вещание в административных центрах (столицах) субъектов Российской Федерации и (или) городах с численностью населения 100 тыс. и более человек либо наземное эфирное цифровое вещание, либо спутниковое вещание с использованием орбитально-частотного ресурса.

Таким образом, помимо указанных общероссийских обязательных общедоступных телеканалов не признаются телеканалами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, телеканалы, распространяемые на основании лицензии на вещание посредством наземного эфирного вещания, в

лицензии на вещание которых указаны сведения об используемых радиочастотах и (или) о позиции телеканала в мультиплексе, если выделение соответствующих радиочастот и (или) позиций в мультиплексе осуществлялось на основании решения Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию.

При этом вещатель для целей расширения территории распространения или аудитории своего телеканала может договориться об изменении концепции вещания с другим лицом — владельцем лицензии на вещание, предусматривающей распространение телеканала посредством наземного эфирного вещания, либо обратиться в Роскомнадзор с заявлением об уступке лицензии на вещание, предусматривающей распространение телеканала посредством наземного эфирного вещания. В этом случае на телеканале такого вещателя возможно будет распространение рекламы, если Федеральной конкурсной комиссией по телерадиовещанию будет принято решение о смене концепции вещания или о даче согласия на уступку лицензии на вещание в отношении лицензии, в которой указаны сведения об используемых радиочастотах и (или) позиций в мультиплексе.

Кроме того, ввиду установленного для Крымского федерального округа переходного периода для гармоничной интеграции Крымского федерального округа в общероссийское правовое пространство, к телевизионным каналам, имеющим право на распространение рекламы, также относятся все телеканалы, распространяемые на территории Крымского федерального округа посредством эфирной наземной трансляции, как в аналоговом формате, так и в составе цифровых мультиплексов, вне зависимости от наличия решения Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию.

Следует учитывать, что в настоящее время имеет место практика распространения телеканалов в различных технических (SD, HD, Ultra HD) и региональных (муниципальных) версиях. Указанные версии с содержательной точки зрения являются выпусками одного и того же средства массовой информации — идентичного с точки зрения базового контента. Таким образом, различные технические и/или региональные (муниципальные) версии одних и тех же средств массовой информации следует расценивать как единый объект регулирования части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».

Перечень телеканалов, имеющих право на основании решения Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию осуществлять наземное эфирное аналоговое вещание в административных центрах (столицах) субъектов Российской Федерации и (или) городах с численностью населения 100 тыс. и более человек, либо наземное эфирное цифровое вещание, Минкомсвязь России и Роскомнадзор планируют разместить на своих сайтах.

Таким образом, норма 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» о запрете распространения рекламы в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной

основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, не распространяется на указанные телеканалы.

При этом реклама, размещаемая на указанных телеканалах, должна соответствовать положениям Федерального закона «О рекламе», в том числе части 3 статьи 14 данного закона, согласно которой общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» или иным способом её наложения на кадр телепрограммы не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа.

Вместе с тем необходимо заметить, что в соответствии с частью 16 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» не является рекламой и не подпадает под запреты, установленные статьёй 14 Федерального закона «О рекламе», в том числе частью 14.1 данной статьи, размещаемая в телепрограммах информация о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу (анонсы). Также в силу части 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» не являются рекламой и не подпадают под действие норм Федерального закона «О рекламе»:

- информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;

- справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;

- сообщения органов государственной власти, иных государственных органов, сообщения органов местного самоуправления, сообщения муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;

- объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;

- упоминания о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

Соответственно, такая информация может распространяться на телеканалах, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств.


А.Б. Кашеваров

Никитина Т.Е. (499) 755-2323 (доб. 088-346)