



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ  
СЛУЖБА  
(ФАС России)  
ЗАМЕСТИТЕЛЬ  
РУКОВОДИТЕЛЯ

Руководителям  
территориальных органов  
ФАС России

Садовая Кудринская, 11  
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993  
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24  
[delo@fas.gov.ru](mailto:delo@fas.gov.ru) <http://www.fas.gov.ru>

20.08.2015 № АК/43752/15

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

О применении приказа ФАС России  
от 01.08.2015 № 405/15

ФАС России в связи с вступлением в силу с 11.08.2015 Приказа ФАС России от 01.06.2015 № 405/15 «Об утверждении Порядка подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе «О рекламе» (зарегистрирован Минюстом России 28.07.2015, регистрационный № 38226) (далее — Порядок) сообщает.

Приказ ФАС России от 01.08.2015 № 405/15 принят во исполнение нормы части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» и подлежит применению при оценке продукции средства массовой информации (СМИ), распространяемой по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, на предмет отнесения ее к национальной продукции средства массовой информации для целей осуществления государственного надзора за соблюдением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

При этом обращаем внимание территориальных органов, что Федеральный закон «О рекламе» не содержит запрета на размещение рекламы для иных телеканалов, не являющихся телеканалами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств. Разъяснение относительно того, какие телеканалы подпадают под понятие телеканалов, телеканалов, не являющихся телеканалами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств являющихся телеканалами, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических



устройств, было направлено в территориальные органы письмом ФАС России № АК/39552/14 от 01.10.2014.

Согласно части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» не допускается распространение рекламы в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств. Распространение рекламы допускается по указанным телеканалам в случае распространения не менее чем семидесяти пяти процентов национальной продукции средства массовой информации.

Критерии отнесения продукции СМИ к национальной определены в части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе»: к такой продукции относится продукция на русском языке или других языках народов Российской Федерации либо на иностранном языке (в случае, если данная продукция предназначена для российского средства массовой информации), которая произведена гражданами Российской Федерации, и (или) зарегистрированными в установленном порядке на территории Российской Федерации организациями, и (или) по заказу российского средства массовой информации и российские инвестиции в производство которой составляют не менее чем пятьдесят процентов. В качестве национальной продукции СМИ признается также продукция средства массовой информации, созданного в соответствии с международными договорами Российской Федерации.

Согласно пункту 4 Порядка оценка продукции СМИ на предмет отнесения ее к национальной продукции СМИ осуществляется антимонопольным органом в рамках проведения плановых или внеплановых проверок соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Соответственно, в случае поступления в антимонопольный орган заявления о нарушении части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» (о распространении рекламы в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств) либо в случае самостоятельного выявления сотрудниками антимонопольного органа фактов распространения рекламы на таких телеканалах, для целей выявления признаков нарушения законодательства о рекламе антимонопольный орган проводит проверку (выездную или документальную) с тем, чтобы выявить объем национальной продукции СМИ в эфире указанных телеканалов.

При этом в силу пункта 5 Порядка при проведении проверки оценка процентного содержания национальной продукции СМИ в общем эфире телеканала происходит исходя из времени фактического вещания телеканала в течение суток, то есть в расчет принимается время вещания телеканала в течение календарных суток (с 00 часов 00 минут до 24 часов 00 минут). Если телеканал в проверяемый период (одни или несколько суток) вещает 24 часа в сутки, то 75% составляет 18 часов, если телеканал в проверяемый период

вещает 12 часов в сутки, то 75% составляет 9 часов.

Соответственно, если национальная продукция СМИ составляет 75 и более процентов времени фактического вещания телеканала в сутки, то на таком телеканале может распространяться реклама.

При проведении проверки антимонопольный орган вправе определить проверяемый период отдельными датами или диапазоном дат, однако исчисление объема времени трансляции национальной продукции СМИ осуществляется для каждого суток.

В пункте 6 Порядка указаны сведения и материалы, которые могут быть исследованы антимонопольными органами в рамках проведения проверки в целях отнесения продукции СМИ к национальной. К таким сведениям и материалам относятся:

- регистрационный журнал с перечнем передач, вышедших в эфир;
- запись телепрограмм, телепередач и иной продукции средства массовой информации, вышедших в эфир в проверяемый период;
- сведения о производителях продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период, включая сведения, подтверждающие гражданство физических лиц, и место регистрации юридических лиц;
- сведения о лицах, предоставивших средства для производства продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период, в том числе подтверждающие гражданство физических лиц, и место регистрации юридических лиц, в случае производства продукции средства массовой информации по заказу российского средства массовой информации;
- сведения об отнесении лица, заказавшего производство продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период, к средству массовой информации, зарегистрированному в Российской Федерации;
- договоры, финансовые документы, в том числе платежные поручения, подтверждающие объем инвестиций граждан России, СССР, РСФСР или юридических лиц, зарегистрированных на территории Российской Федерации (учрежденных в установленном порядке на территории СССР, РСФСР), в общем объеме инвестиций в производство продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период (в случае, если продукция средства массовой информации произведена лицом, не являющимся гражданином России, СССР, РСФСР или юридическим лицом, зарегистрированным на территории Российской Федерации (учрежденным в установленном порядке на территории СССР, РСФСР), по заказу средства массовой информации, зарегистрированного в России, СССР, РСФСР);
- сведения о создании телеканала, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, в соответствии с международными договорами Российской Федерации.

Стоит отметить, что производителями продукции СМИ могут быть различные лица, в том числе телестудии, киностудии, телекомпании, кинокомпании.

В пункте 8 Порядка приводится перечень продукции СМИ, приобретенная телеканалом, на котором данная продукция распространяется, у другого лица, которая в любом случае относится к национальной продукции СМИ, а также указывается, что к национальной продукции СМИ может быть отнесена также и иная продукция СМИ, приобретенная телеканалом, на котором данная продукция распространяется, у другого лица, в случае если такая продукция СМИ будет отвечать признакам национальной продукции СМИ, установленным в Федеральном законе «О рекламе».

При этом согласно пункту 9 Порядка к национальной продукции СМИ относится любая продукция СМИ, произведенная непосредственно телеканалом, на котором данная продукция распространяется, если данный телеканал зарегистрирован в качестве средства массовой информации в Российской Федерации, в том числе:

- прямой эфир;
- программы в студии или вне студии телеканала, в том числе новости, интервью, развлекательные передачи, а также трансляции спортивных соревнований при сопровождении оригинальным комментарием данного телеканала.

Таким образом, в случае если при проведении проверки телеканала, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, на предмет соблюдения требований части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», будет установлен факт того, что реклама на таком телеканале размещалась в те сутки, когда объем национальной продукции СМИ в эфире телеканала составлял менее 75% времени вещания, данный факт является основанием для возбуждения дела по признакам нарушения части 14.1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе». По итогам рассмотрения дела такая реклама может быть признана ненадлежащей, нарушающей требования указанной нормы.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение статьи 14 данного закона несет рекламораспространитель.

  
А.Б. Кашечиков

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