Документ предоставлен [КонсультантПлюс](http://www.consultant.ru)

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**ПИСЬМО**

**от 1 октября 2014 г. N АК/39552/14**

**О ЗАПРЕТЕ**

**РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ НА ПЛАТНЫХ ИЛИ КОДИРОВАННЫХ КАНАЛАХ**

ФАС России в связи с вступлением в силу с 1 января 2015 года Федерального [закона](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD43489A0B7F20412F509E371619D4o4B) от 21.07.2014 N 270-ФЗ "О внесении изменений в статью 14 Федерального закона "О рекламе" с учетом позиции, изложенной в письме Минкомсвязи России, поступившем по соответствующему запросу ФАС России, сообщает.

Согласно новой [части 14.1 статьи 14](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD434899017A28412F509E37161944C3B7AFB9A05931D7o6B) Федерального закона "О рекламе", введенной указанным Федеральным [законом](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD43489A0B7F20412F509E371619D4o4B), 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](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD434898027D29412F509E37161944C3B7AFB9A059327EE5E4D7oBB) общероссийских обязательных общедоступных телеканалов определен Указом Президента Российской Федерации от 24.06.2009 N 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 [статьей 31](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD434A97047321412F509E37161944C3B7AFB9A059327EE4EED7o1B) Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" телевизионное вещание осуществляется 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 [статьей](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD434A97047321412F509E37161944C3B7AFB9A059327EE4EED7o1B) 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](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD434899017A28412F509E37161944C3B7AFB9A05931D7o6B) 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](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD434899017A28412F509E37161944C3B7AFB9A05931D7o6B) 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](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD43489C0A7D2A412F509E371619D4o4B) "О рекламе", в том числе [части 3 статьи 14](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD43489C0A7D2A412F509E37161944C3B7AFB9A059327EE4E5D7o0B) 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 ее 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](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD43489C0A7D2A412F509E37161944C3B7AFB9A059327EE4E3D7oFB) Федерального закона "О рекламе" не является рекламой и не подпадает под запреты, установленные [статьей 14](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD43489C0A7D2A412F509E37161944C3B7AFB9A059327EE4E3D7oBB) Федерального закона "О рекламе", в том числе [частью 14.1](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD434899017A28412F509E37161944C3B7AFB9A05931D7o6B) данной статьи, размещаемая в телепрограммах информация о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу (анонсы). Так же в силу [части 2 статьи 2](consultantplus://offline/ref=836426CF109B1FFA4216C698A56434BD43489C0A7D2A412F509E37161944C3B7AFB9A059327EE5E6D7oAB) 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