

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 14 мая 2014 г. N АК/19317/14

О СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ О ВРЕДЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТАБАКА

Информируем, что с 1 июня 2014 года вступает в силу норма, содержащаяся в части 3 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака" (далее - Федеральный закон N 15-ФЗ), в соответствии с которой при демонстрации аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса потребления табака, вещатель или организатор демонстрации должен обеспечить трансляцию социальной рекламы о вреде потребления табака непосредственно перед началом или во время демонстрации такого произведения, такой программы.

Пунктом 11 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" установлено, что социальная реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

При этом в соответствии с частью 1 статьи 10 Федерального закона "О рекламе" рекламодателями социальной рекламы могут выступать физические лица, юридические лица, органы государственной власти, иные государственные органы и органы местного самоуправления, а также муниципальные органы, которые не входят в структуру органов местного самоуправления.

Учитывая изложенное, рекламодателями социальной рекламы в том числе о вреде потребления табака могут выступать любые лица, в частности непосредственно телеканалы, транслирующие аудиовизуальные произведения.

Также обращаем внимание территориальных органов на тот факт, что статьей 3 Федерального закона "О рекламе" предусмотрены различные виды информации: реклама и социальная реклама. При этом социальная реклама не является разновидностью рекламы. Порядок распространения социальной рекламы регулируется исключительно статьей 10 Федерального закона "О рекламе" и иные нормы данного закона, в том числе положения статьи 14 Федерального закона "О рекламе", не распространяются на социальную рекламу.

Следовательно, при подсчете продолжительности общего объема распространяемой в телепрограмме, телепередаче рекламы, социальная реклама в данный объем не учитывается.

Стоит отметить, что Федеральным законом N 15-ФЗ не определена форма социальной рекламы о вреде потребления табака, а также ее продолжительность.

Учитывая изложенное, по мнению ФАС России, соблюдением требования части 3 статьи 16 Федерального закона N 15-ФЗ является размещение социальной рекламы о вреде потребления табака непосредственно перед началом или в любой момент времени в период демонстрации аудиовизуального произведения в любой форме (например, в виде самостоятельного аудиовизуального произведения (видеоряда) или путем наложения на кадр аудиовизуального произведения способом "бегущей строки" или иным способом).

Вместе с тем ФАС России обращает внимание территориальных органов, что несмотря на отсутствие законодательного закрепления продолжительности и размера

шрифта, используемого при размещении социальной рекламы о вреде потребления табака, такая информация должна быть доведена до потребителей в воспринимаемой форме (в частности, читаемым шрифтом, имеющим достаточный для восприятия текста с телеэкрана размер и контрастность).

Ответственность за неисполнение данной обязанности предусмотрена частью 5 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Так, несоблюдение требования части 3 статьи 16 Федерального закона N 15-ФЗ влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до двухсот тысяч рублей.

При этом полномочия по рассмотрению дел за нарушение части 5 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях закреплены как за антимонопольными органами, так и за Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций и ее территориальными органами. Соответственно, в случае если при рассмотрении антимонопольным органом дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 5 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении, будет выявлено, что за данное нарушение лицо уже было привлечено к административной ответственности Роскомнадзором или его территориальным органом, такое дело подлежит прекращению.

А.Б.КАШЕВАРОВ