

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО

от 25 октября 2013 г. N АК/42072/13

О РЕКЛАМЕ В ТЕЛЕПРОГРАММАХ

ФАС России рассмотрел обращение о распространении рекламы путем одновременного параллельного показа видеоряда анонса телепрограммы и рекламного баннера и сообщает.

Согласно части 2 статьи 14 Федерального закона "О рекламе" при совмещении рекламы с телепрограммой способом "бегущей строки" или иным способом ее наложения на кадр транслируемой телепрограммы реклама не должна занимать более чем семь процентов площади кадра, а также накладываться на субтитры, а также надписи разъясняющего характера.

Согласно части 3 статьи 14 Федерального закона "О рекламе" 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.

При этом закон ограничивает продолжительность рекламы в телепрограмме, учитывая рекламу, размещенную как во время телепередач, так и в перерыве между телепередачами.

В соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" под радио-, теле-, видео-, кинохроникальной программой понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное название и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Соответственно при подсчете общей продолжительности рекламы необходимо учитывать рекламу, размещенную как внутри телепередач, так и в перерывах между телепередачами.

Вместе с тем в соответствии с пунктом 1 части 16 статьи 14 Федерального закона "О рекламе" требования настоящей статьи не распространяются на размещаемую в телепрограммах информацию о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу.

Учитывая изложенное, по мнению специалистов ФАС России, распространение рекламы путем одновременного параллельного показа видеоряда анонса телепрограммы и рекламного баннера не нарушает положения части 2 статьи 14 Федерального закона "О рекламе".

А.Б.КАШЕВАРОВ