



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ  
СЛУЖБА  
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ  
РУКОВОДИТЕЛЯ

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

Руководителям  
территориальных органов  
ФАС России

14.05.2014 № АМ/19317/14  
На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

О социальной рекламе  
о вреде потребления табака

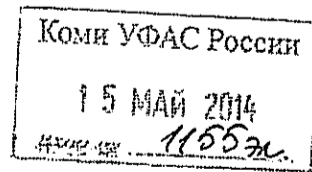
Информируем, что с 01 июня 2014 года вступает в силу норма, содержащаяся в части 3 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее — Федеральный закон № 15-ФЗ), в соответствии с которой 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



2014-46082(5)



22965

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 № 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 № 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 № 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. Кашчеваров