



ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ  
СЛУЖБА  
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ  
РУКОВОДИТЕЛЯ

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>

Президенту Российской  
Академии Радио  
А.Ю. Романченко

ул. Мясницкая, д.25, стр.1,  
г. Москва, 115035

08.10.2015 № 172/34871/15

На № 1098 от 25.09.2015

О порядке расчёта объёма рекламы в  
радиопрограммах

Уважаемый г-н Романченко!

ФАС России рассмотрел обращение Российской Академии Радио относительно порядка расчёта объёма рекламы в радиопрограммах и сообщает.

Как следует из обращения, при применении статьи 15 Федерального закона «О рекламе» возникают проблемы, связанные с порядком расчёта объёма рекламы в радиопрограммах, в случае вещания двух и более радиопрограмм на одной частоте.

Согласно части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе» в радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации и специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение суток.

Понятие радиопрограммы содержится в статье 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», в соответствии с которой под радиопрограммой понимается совокупность периодических аудио сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Согласно той же статьи под радиоканалом понимается сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность радиопрограмм и (или) соответственно иных звуковых сообщений и материалов. Правила, установленные настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации для радиопрограммы, применяются в отношении радиоканала, если иное не установлено настоящим Законом



52173



При этом нормы статьи 31 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» предусматривают возможность осуществления радиовещания на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

В случае вещания на одной частоте двух и более радиопрограмм, на вещание которых выдана соответствующая лицензия, объём рекламы в радиопрограмме рассчитывается для каждой радиопрограммы, исходя из времени вещания данного средства массовой информации в сутки.

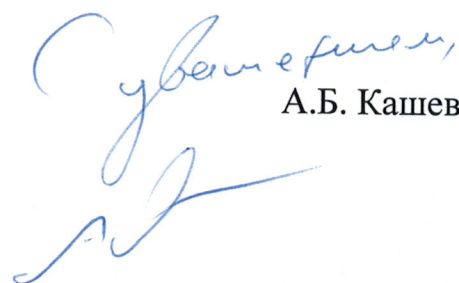
Соответственно, объём рекламы в каждой радиопрограмме, как средстве массовой информации, не должен превышать 20 процентов времени вещания данной радиопрограммы в сутки (за исключением случая, если такая радиопрограмма зарегистрирована как специализирующаяся на сообщениях и материалах рекламного характера).

При этом в объём рекламы, транслирующейся в радиопрограмме, включается любая реклама, распространявшаяся в период трансляции данной радиопрограммы, в том числе региональная реклама, размещавшаяся региональным партнёром в федеральном средстве массовой информации (по соответствующему договору между ними).

Субъекты ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе установлены в статье 38 Федерального закона «О рекламе». При этом к административной ответственности, согласно нормам Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, привлекается лицо, виновное в совершении правонарушения.

Например, в случае превышения установленного объёма рекламы в радиопрограмме ответственность за данное нарушение в силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель. По мнению специалистов ФАС России, таким рекламораспространителем может выступать владелец лицензии на вещание средства массовой информации, объём трансляции рекламы в котором превысил установленную Законом норму.

В случае выявления нарушения законодательства о рекламе, ответственность за совершение которого несёт рекламораспространитель, к ответственности привлекается лицо, виновное в совершении данного правонарушения, исходя из всех обстоятельств распространения ненадлежащей рекламы, в том числе с учётом положений договоров, заключённых в целях распространения рекламы.

  
А.Б. Кашечиков

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