

В связи с опубликованием 03.08.2018 на официальном интернет-портале правовой информации по адресу в сети Интернет <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201808030085> и со вступлением в силу с 03.08.2018 Федерального закона от 03.08.2018 № 325-ФЗ «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» ФАС России сообщает.

Данным Федеральным законом вносятся изменения в часть 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», увеличивающие общую допустимую продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы с пятнадцати до двадцати процентов времени вещания в течение часа, но при этом также устанавливается, что продолжительность рекламы, распространяемой в телепрограмме, не должна превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение суток.

Кроме того, в соответствии с частью 7 статьи 14 и частью 6 статьи 15 Федерального закона «О рекламе» в редакции Федерального закона «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» в детских теле- и радиопередачах не допускается распространение рекламы отдельных видов товаров, особенности рекламы которых установлены главой 3 Федерального закона «О рекламе». Данное ограничение не распространяется на спонсорскую рекламу, за исключением спонсорской рекламы алкогольной продукции, продукции военного назначения и оружия, основанных на риске игр, пари, услуг по заключению договоров аренды, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением, деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.

Таким образом, с 03.08.2018 допускается прерывать рекламой детские и образовательные теле- и радиопередачи.

При этом Федеральный закон от 03.08.2018 № 325 «О внесении изменений в статьи 14 и 15 не устанавливает ограничений по продолжительности такой рекламы, при условии соответствия длительности такой рекламы общей продолжительности распространяемой в теле- и радиопередачах рекламы как в течение часа, так и в течение суток.

Однако часть 7 статьи 14 и часть 6 статьи 15 Федерального закона «О рекламе» в редакции Федерального закона «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» устанавливают запрет на распространение в таких передачах рекламы отдельных видов товаров.

С учетом изложенного, обращаем внимание на необходимость руководствоваться указанными изменениями при осуществлении государственного надзора в сфере рекламы.