

Об изменениях в Законе «О рекламе»

Федеральная антимонопольная служба письмом от 7 августа 2018 г. N РП/61734/18 сообщает, что Федеральным законом от 03.08.2018 N 325-ФЗ "О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона "О рекламе" 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 ренты, 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 N 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.

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 ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением, деятельности медиаторов по обеспечению проведения процедуры медиации.