

Телемагазины как разновидность рекламы

13 ноября 2013, 17:27

Законодательством о рекламе установлены требования к общей продолжительности распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины). Такая реклама не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа (9 минут в течение часа).

Однако на телеканале «Перец» (ЗАО «ТВ Дарьял») в нарушение этих требований транслируются две рекламные передачи – телемагазины «Полезное утро» и «Удачное утро», продолжительность которых составляет тридцать минут эфирного времени в течение часа вещания каждая.

Комиссия ФАС России признала рекламораспространителя - ЗАО «ТВ Дарьял» - нарушившим требования законодательства о рекламе при трансляции на телеканале «Перец» рекламных телемагазинов, предписала прекратить нарушения. Также в отношении нарушителя готовится возбуждение дела об административном правонарушении для определения размера штрафа.

Справка

1. В соответствии с частью 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "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.