

# Развитие государственного регулирования рекламы в средствах массовой информации

А.Б. Кашеваров,  
заместитель руководителя  
ФАС России

Воронеж, 2017 г.

## Реклама в телепрограммах, радиопрограммах

уровень звука рекламы  $\leq$  средний уровень звука передачи

а также уровень громкости звука:

- сообщения о последующей трансляции рекламы,
- анонсов

**разница громкости звука  
не более чем 1,5 дБ**

Аппаратно-  
программный  
комплекс  
«АСК-  
громкость»

Формируется судебная практика по обжалованию решений антимонопольных органов. Решения, принятые ФАС России и территориальными органами, в целом поддерживаются судами

# Громкость звука рекламы

Взаимодействие с представителями СМИ по применению Методики измерений соотношения уровня громкости рекламы и прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы

Собираются предложения по изменению Методики, в том числе по выявление систематичности нарушений

Разработан личный кабинет вещателя на сайте ФАС России для направления видеоматериалов

Запись, сделанная антимонопольным органом, сравнивается с записью телеканала и РТРС (РТПЦ)

В ФАС России в год поступает менее 10 жалоб на громкость звука рекламы

# Смягчение законодательства

**Статья 4.1.1 Кодекса  
Российской Федерации об  
административных  
правонарушениях**

(вступила в силу с 04.07.2016)



**административный штраф  
подлежит замене на  
предупреждение  
(в т.ч. за нарушение ст. 14.3  
КоАП – нарушение  
законодательства о  
рекламе)**

## **ЕСЛИ:**

- ✓ Субъект малого и среднего предпринимательства
- ✓ Правонарушение впервые
- ✓ Нет причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей и т.п.

**Увеличение объёма рекламы в  
печатных СМИ (нерекламного  
характера)  
с 40% до 45%**

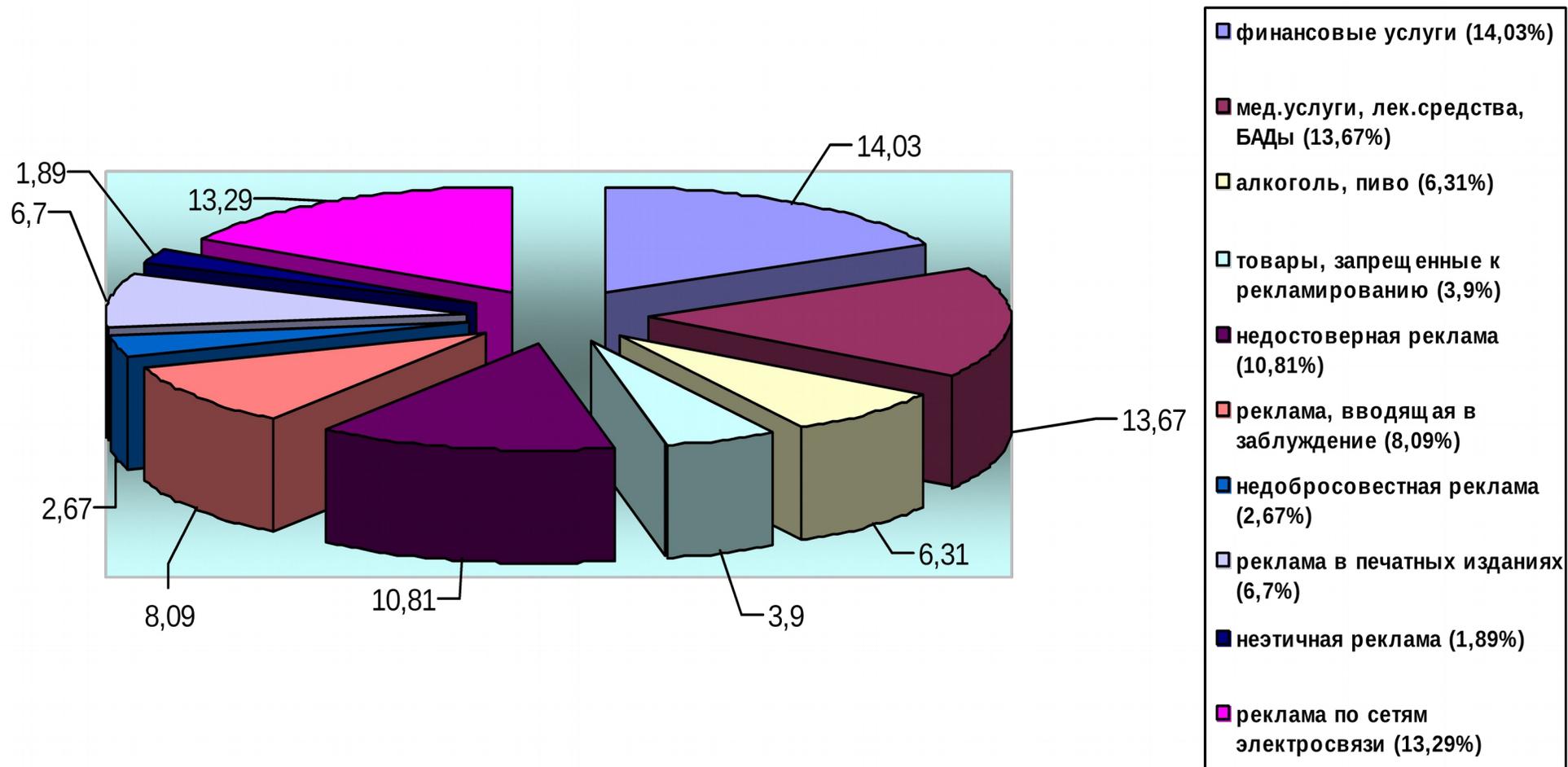
**Закон от 05.12.2016 № 413-ФЗ вступил в силу  
с 01.01.2017**

# Статистика выявленных нарушений

сфера нарушений	1 п-г 2013	2013	1 п-г 2014	2014	1 п-г 2015	2015	1 п-г 2016	2016
финансовые услуги	12,02	14	11,09	11,16	8,24	12,24	15,43	14,03
мед.услуги, лек.средства, БАДы	29,51	21,38	8,37	6,8	6,9	7,61	9,38	13,67
алкоголь, пиво, табак	9,4	9,54	3,36	4,04	3,96	4,87*	6,58*	6,31*
товары, запрещенные к рекламированию	1,97	2,05	1,64	1,85	2,05	2,15	3,96	3,9
недостоверная реклама	7,09	8	6,68	6,28	7,75	9,75	11,72	10,81
реклама, вводящая в заблуждение	6,96	7,8	6,85	6,13	5,65	7,48	8,32	8,09
недобросовестная реклама	1,55	1,51	0,82	1,09	1,69	1,98	2,27	2,67
азартные игры	0,04		0,1	0,1	0,05	0,04	1,1	0,45
стимулирующие мероприятия	1,44	1,36	1,13	0,81	0,41	0,71	0,81	0,56
реклама в печатных изданиях	6,12	5,6	2,7	3,42	6,08	6,28	6,41	6,7
неэтичная реклама	1,1	1,51	1,39	1,25	1,47	1,65	2,41	1,89
реклама по сетям электросвязи	10,35	13,15	45,37	47,17	42,32	31,4	15,72	13,29
кол-во дел по признакам	2495	5612	2991	7245	3583	6598	2114	4805
кол-во постановлений	2123	4342	1642	3562	1750	3984	1825	2945
сумма штрафа	79 269 400	153 276 200	65 168 300	151 819 800	79 124 800	199 597 600	79 745 800	129 543 800

# Статистика выявленных нарушений в 2016

## Статистика нарушений за 2016 г. (в процентах)



## **Дополнительное время для рекламы в виде «бегущей строки» на ТВ**

-Для региональных телеканалов (менее 1/2 субъектов РФ) +5% от времени вещания в час

-В информационных и информационно-развлекательных передачах региональных телеканалов +15% от времени вещания в час

## **Отмена плановых проверок по рекламе**

останутся иные формы контроля:

-Наблюдение за соблюдением Закона о рекламе

-Внеплановые проверки

-Дела по признакам нарушения законодательства о рекламе

# Спасибо за внимание!



[www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru)

FAS-book

frus\_fas

fas\_rf (eng)

fasovka