

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ПИСЬМО
от 25 февраля 2014 г. N АК/6531/14

О ДАЧЕ РАЗЪЯСНЕНИЙ

ФАС России рассмотрел обращение о даче разъяснений и сообщает.

Согласно части 1 статьи 2 Федерального закона "О рекламе" данный федеральный закон применяется к отношениям в сфере рекламы независимо от места ее производства, если распространение рекламы осуществляется на территории Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Таким образом, одним из признаков рекламы является факт распространения информации, то есть создание таких условий, когда информация является доступной для восприятия потребителем.

Частью 1 статьи 18 Федерального закона "О рекламе" установлено, что распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

При этом словосочетание "распространение рекламы" неоднократно употребляется в Федеральном законе "О рекламе". Так, например, в соответствии с частью 10.2 статьи 5 данного закона не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей; согласно части 3 статьи 14 Федерального закона "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; частью 6 статьи 15 Федерального закона "О рекламе" установлено, что в детских и образовательных радиопередачах, продолжительность которых составляет не менее чем пятнадцать минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале радиопередачи продолжительностью одна минута и непосредственно перед окончанием радиопередачи продолжительностью одна минута.

При этом слово "распространение" в контексте Федерального закона "О рекламе" не означает направление электросигнала, транслирующего рекламу, к приемному устройству, а означает момент, когда реклама становится доступной для восприятия потребителя (распространенной).

Так, например, в случае если устройство, направляющее электросигнал, расположено в Москве, однако реклама, передаваемая данным устройством, распространяется на территории какого-либо субъекта Российской Федерации, **местом совершения правонарушения** будет являться территория данного субъекта Российской Федерации, поскольку распространение рекламы (доведение ее до потребителя) было осуществлено на территории данного субъекта.

При этом определение субъекта Российской Федерации, на территории которого совершено правонарушение, должно осуществляться путем установления принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации. Информацию о принадлежности абонентского номера к диапазону номеров, выделенному оператору сотовой связи на территории конкретного субъекта Российской Федерации, можно получить на сайте Россвязи по адресу http://rossvyaz.m/activity/num_resurs/registerNum/

А.Б.КАШЕВАНОВ
