

В дополнение к информации о расчете долей федеральных телеканалов при национальном и региональном размещении рекламы за 2012-2013 годы разъясняем следующее.

В соответствии со статьей 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» федеральные телеканалы не вправе заключать договоры на оказание услуг по распространению рекламы с лицом, занимающим преимущественное положение в сфере распространения телевизионной рекламы.

При этом закон о рекламе не устанавливает требования по определению долей федеральных телеканалов в сфере распространения телевизионной рекламы и опубликованию этих сведений на официальном сайте ФАС России в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ([www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru)).

Вместе с тем, в целях проверки соблюдения положений статьи 14 Закона о рекламе, а также методической помощи хозяйствующим субъектам, осуществляющим свою деятельность в сфере распространения телевизионной рекламы на федеральных телеканалах, ФАС России на основании информации, запрашиваемой у федеральных телеканалов и их агентов, может осуществлять расчет долей федеральных телеканалов при национальном и региональном размещении рекламы и опубликовывать эти сведения на официальном сайте ведомства.

Так, в целях проверки соблюдения положений частей 3.1-3.3 статьи 14 Закона о рекламе ФАС России на основе информации, полученной от федеральных телеканалов и агентов, осуществляющих размещение рекламы на федеральных телеканалах (ЗАО «Группа Компаний «Видео Интернешнл», ООО РА «Алькасар», ООО «Газпром-Медиа», ЗАО «РТР-Медиа» и ЗАО «Эверест-С») о суммах рекламных бюджетов за 2012-2013 годы произвела расчет долей федеральных телеканалов при федеральном и региональном размещении рекламы за 2012-2013 годы.

Также ФАС России на основе информации, полученной от федеральных телеканалов и ЗАО «Группа Компаний «Видео Интернешнл» в 2014 году, рассчитала долю ЗАО «Группа Компаний «Видео Интернешнл» в сфере распространения телевизионной рекламы на федеральных телеканалах за 2012-2013 годы, которая составила:

при национальном размещении рекламы – 34,6%;

при региональном размещении рекламы – 27,98%.

Таким образом, в соответствии с частью 3.2 статьи 14 Закона о рекламе в 2012-2013 годах ЗАО «Группа Компаний «Видео Интернешнл» не занимало преимущественное положение в сфере распространения телевизионной рекламы на федеральных телеканалах, поскольку его доля в этой сфере не превышала 35% при национальном и при региональном размещении рекламы.

Специалисты ФАС России производили расчеты доли ЗАО «Группа Компаний «Видео Интернешнл» в соответствии с частью 3.2 статьи 14 Закона о рекламе, а именно: рассчитали отношение сумм денежных средств, поступивших от рекламодателей по договорам на оказание услуг по распространению рекламы на федеральных телеканалах, заключенным ЗАО «Группа Компаний «Видео Интернешнл» и его аффилированными лицами к сумме денежных средств, поступивших от рекламодателей по договорам на оказание услуг по распространению рекламы на всех федеральных телеканалах.

При этом ФАС России считает необходимым обратить внимание на следующий

факт, что размер долей агентов, осуществляющих размещение рекламы на федеральных телеканалах, в большинстве случаев отличается от суммарного размера долей телеканалов, обслуживаемых соответствующими агентами федеральных телеканалов на основании заключенных ими агентских договоров, так как агенты привлекают на федеральные телеканалы не весь объем рекламных бюджетов, а большую их часть. Оставшаяся часть рекламных бюджетов (в том числе спонсорство) привлекается телеканалами напрямую, или через собственные рекламные агентства/службы.