

Об утверждении Порядка подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе "О рекламе"

Приказ · № 405/15 · от 01.06.2015 · Федеральная антимонопольная служба · Действует без изменений

ПРИКАЗ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

от 1 июня 2015 г. N 405/15

Об утверждении Порядка подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе "О рекламе"

Зарегистрирован Минюстом России 28 июля 2015 г.

Регистрационный N 38226

В соответствии с частью 14.1 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 12, ст. 1232; 2009, N 52, ст. 6430; 2011, N 30, ст. 4566; 2014, N 30, ст. 4265, 4271; N 45, ст. 6148; 2015, N 6, ст. 883) приказываю:

1. Утвердить Порядок подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе "О рекламе", согласно приложению к настоящему приказу.
2. Контроль исполнения настоящего приказа возложить на заместителя руководителя Федеральной антимонопольной службы А.Б.Кашеварова.

Руководитель И.Ю.Артемьев

Приложение

ПОРЯДОК подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе "О рекламе"

1. Настоящий Порядок разработан в соответствии с частью 14.1 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 12, ст. 1232; 2009, N 52, ст. 6430; 2011, N 30, ст. 4566; 2014, N 30, ст. 4265, 4271; N 45, ст. 6148; 2015, N 6, ст. 883) (далее - Федеральный закон "О рекламе") и используется при оценке продукции средства массовой информации, распространяемой по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, на предмет отнесения ее к национальной продукции средства массовой информации для целей осуществления государственного надзора за соблюдением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Оценке подлежит продукция телеканала, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, - отдельный выпуск телеканала, телепрограммы, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража видеозаписи программы.
3. Национальной продукцией средства массовой информации признается продукция на русском языке или других языках народов Российской Федерации либо на иностранном языке (в случае если данная продукция предназначена для российского средства массовой информации), которая произведена гражданами Российской Федерации, и (или) зарегистрированными в установленном порядке на территории Российской Федерации организациями, и (или) по заказу российского средства массовой информации и российские инвестиции в производство которой составляют не менее чем пятьдесят процентов.

В качестве национальной продукции средства массовой информации признается также продукция средства массовой информации, созданного в соответствии с международными договорами Российской Федерации.

Не признается производством национальной продукции средства массовой информации деятельность по переводу, дублированию, субтитрованию продукции зарубежного средства массовой информации.

4. Оценка продукции средства массовой информации на предмет отнесения ее к национальной продукции средства массовой информации осуществляется антимонопольным органом в рамках проведения плановых или внеплановых проверок соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со статьей 35.1 Федерального закона "О рекламе", постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 N 1346 "Об утверждении Положения о государственном надзоре в области рекламы" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2012, N 52, ст. 7519), приказом ФАС России от 04.06.2012 N 360 "Об утверждении административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по надзору за соблюдением законодательства о рекламе путем проведения проверок соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе" (зарегистрирован Минюстом России 25.07.2012, регистрационный N 25019) с изменениями, внесенными приказом ФАС России от 10.04.2013 N 241/13 (зарегистрирован Минюстом России 30.05.2013, регистрационный N 28588).

5. Объем национальной продукции средства массовой информации в эфире телеканала, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, за проверяемый период рассчитывается исходя из времени фактического вещания телеканала в течение суток. Проверяемый период определяется антимонопольным органом при проведении проверки соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе в целых сутках. Проверяемый период определяется отдельными датами или диапазоном дат.

6. В целях проведения оценки продукции средства массовой информации на предмет отнесения ее к национальной продукции средства массовой информации, при проведении проверки соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган исследует следующие документы и материалы:

- регистрационный журнал с перечнем передач, вышедших в эфир;
- запись телепрограмм, телепередач и иной продукции средства массовой информации, вышедших в эфир в проверяемый период;
- сведения о производителях продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период, включая сведения, подтверждающие гражданство физических лиц, и место регистрации юридических лиц;
- сведения о лицах, предоставивших средства для производства продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период, в том числе подтверждающие гражданство физических лиц, и место регистрации юридических лиц, в случае производства продукции средства массовой информации по заказу российского средства массовой информации;
- сведения об отнесении лица, заказавшего производство продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период, к средству массовой информации, зарегистрированному в Российской Федерации;
- договоры, финансовые документы, в том числе платежные поручения, подтверждающие объем инвестиций граждан России, СССР, РСФСР или юридических лиц, зарегистрированных на территории Российской Федерации (учрежденных в установленном порядке на территории СССР, РСФСР), в общем объеме инвестиций в производство продукции средства массовой информации, вышедшей в эфир в проверяемый период (в случае если продукция средства массовой информации произведена

лицом, не являющимся гражданином России, СССР, РСФСР или юридическим лицом, зарегистрированным на территории Российской Федерации (учрежденным в установленном порядке на территории СССР, РСФСР), по заказу средства массовой информации, зарегистрированного в России, СССР, РСФСР);

- сведения о создании телеканала, доступ к которому осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств, в соответствии с международными договорами Российской Федерации.

7. Оценка продукции средства массовой информации на предмет отнесения ее к национальной продукции средства массовой информации осуществляется как в отношении продукции средства массовой информации, приобретенной телеканалом, на котором данная продукция распространяется, у другого лица, в том числе в случае производства такой продукции средства массовой информации по заказу российского средства массовой информации, так и в отношении продукции средства массовой информации, произведенной непосредственно телеканалом, на котором данная продукция распространяется.

8. К национальной продукции средства массовой информации относится следующая продукция средства массовой информации, приобретенная телеканалом, на котором данная продукция распространяется, у другого лица:

- фильм, на который выдано удостоверение национального фильма в соответствии с Административным регламентом Министерства культуры Российской Федерации по предоставлению государственной услуги по выдаче удостоверений национального фильма, утвержденным приказом Минкультуры России от 20.04.2012 N 356 (зарегистрирован Минюстом России 30.05.2012, регистрационный N 24378), с изменениями, внесенными приказом Минкультуры России от 04.09.2014 N 1521 (зарегистрирован Минюстом России 12.11.2014, регистрационный N 34663);

- фильм, в прокатном удостоверении на который, выданном в порядке, определенном в Правилах оформления и выдачи прокатных удостоверений на кино- и видеофильмы, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 28.04.1993 N 396 (Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации, 1993, N 18, ст. 1607; Собрание законодательства Российской Федерации, 2000, N 48, ст. 4689; 2007, N 6, ст. 760) (далее - Правила), в качестве страны производства указаны Россия, СССР или РСФСР;

- фильм на русском языке или других языках народов Российской Федерации либо на иностранном языке (в случае если данный фильм предназначен для российского средства массовой информации), в прокатном удостоверении на который, выданном в порядке, определенном в Правилах, в качестве страны производства указано две и более страны, одна из которых Россия, СССР или РСФСР.

К национальной продукции средства массовой информации относится иная продукция средства массовой информации на русском языке или других языках народов Российской Федерации либо на иностранном языке (в случае если данная продукция предназначена для российского средства массовой информации), приобретенная телеканалом, на котором данная продукция распространяется, у другого лица, в случае представления сведений, подтверждающих: производство такой продукции средства массовой информации гражданином России, СССР, РСФСР, в том числе индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом, зарегистрированным на территории Российской Федерации (учрежденным в установленном порядке на территории СССР, РСФСР), или производство такой продукции средства массовой информации по заказу средства массовой информации, зарегистрированного в России, СССР, РСФСР, и инвестиции не менее пятидесяти процентов в производство данной продукции средства массовой информации гражданином России, СССР, РСФСР, в том числе индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом, зарегистрированным на территории Российской Федерации (учрежденным в установленном порядке на территории СССР, РСФСР).

9. К национальной продукции средства массовой информации относится продукция средства

массовой информации, произведенная непосредственно телеканалом, на котором данная продукция распространяется, если данный телеканал зарегистрирован в качестве средства массовой информации в Российской Федерации, в том числе:

- прямой эфир;
 - программы в студии или вне студии телеканала, в том числе новости, интервью, развлекательные передачи, а также трансляции спортивных соревнований при сопровождении оригинальным комментарием данного телеканала.
-