



ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Доли федеральных телеканалов при национальном и региональном размещении рекламы

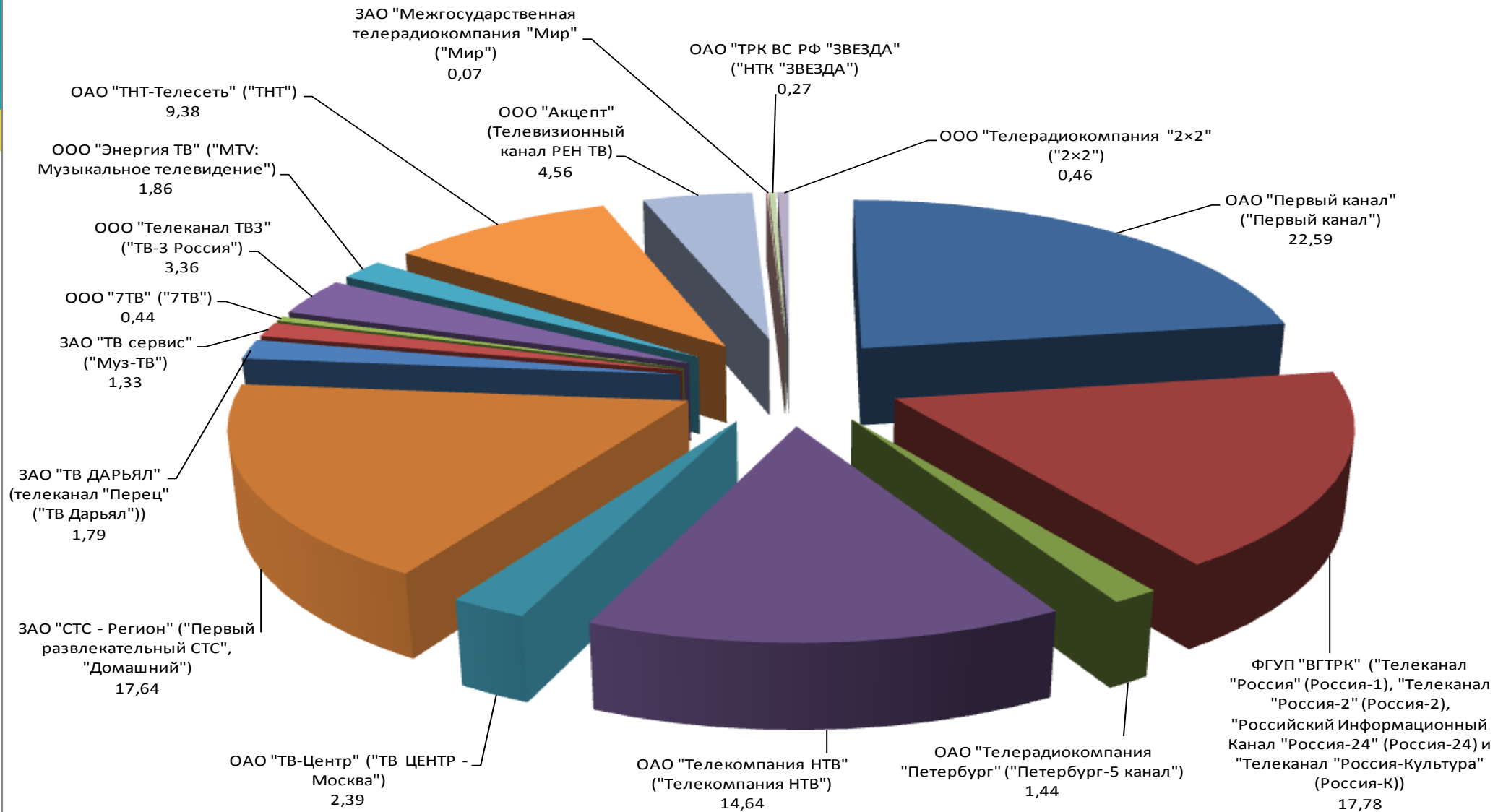
Москва, 2011 г.



Реклама в телепрограммах и телепередачах

Согласно части 3² статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» преимущественным положением лица в сфере распространения телевизионной рекламы на федеральных телеканалах признается положение лица, при котором его доля в этой сфере превышает тридцать пять процентов при национальном либо региональном размещении. Доля лица в сфере распространения телевизионной рекламы определяется как отношение сумм денежных средств, поступивших от рекламодателей по договорам на оказание услуг по распространению рекламы на федеральных телеканалах, заключенным указанным лицом и его аффилированными лицами, к сумме денежных средств, поступивших от рекламодателей по договорам на оказание услуг по распространению рекламы на всех федеральных телеканалах. Суммы денежных средств, поступивших от рекламодателей по договорам на оказание услуг по распространению рекламы, считаются за два года, предшествующих году, в котором заключается каждый такой договор на последующий период.

Доли федеральных телеканалов при национальном размещении рекламы за 2009-2010 годы (в %)



Доли федеральных телеканалов при региональном размещении рекламы за 2009-2010 годы (в%)

