

03 сентября 2019 года
127

г. Пенза, ул. Урицкого,

Резолютивная часть решения объявлена 02 сентября 2019 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 058/05/15-373/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту продолжительности распространения рекламы на радиоканале, с нарушением части 2 статьи 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Пензенское УФАС России 03.07.2019 вх. № 2119 поступили материалы, представленные Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пензенской области (далее – Управление «Роскомнадзор»).

Из представленных материалов следует, что в период с 17.06.2019 по 23.06.2019 Управлением «Роскомнадзор» проведена проверка в отношении ООО, осуществляющего услуги радиовещания на радиоканале. В результате анализа записи радиоканала на частоте 99,0 МГц за период с 17.06.2019 по 23.06.2019 было выявлено нарушение законодательства о рекламе, а именно объем рекламы на радиоканале превышал предельно допустимый объем – 20% времени вещания в течение суток.

Пензенским УФАС России определением от 03.07.2019 по факту продолжительности распространения рекламы на радиоканале возбуждено дело №058/05/15-373/2019 по признакам нарушения части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено общество с ограниченной ответственностью.

Определением Пензенского УФАС России от 06.08.2019 № 2998-3

рассмотрение дела № 058/05/15-373/2019 откладывалось, срок рассмотрения дела был продлен до 03.10.2019.

Изучив представленные документы, заслушав и исследовав доводы лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

На радиоканале с 17.06.2019 по 23.06.2019 распространялись информационные блоки с предваряющимся сообщением о последующей трансляции рекламы.

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

-предназначаться для неопределенного круга лиц;

-привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

-способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правонарушения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» в целях настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия: товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в вышеуказанных блоках на радиоканале, содержит все определяющие правовые признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым

соответствующим рекламодателем.

В соответствии с частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе» в радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации и специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение суток.

В ходе рассмотрения дела установлено, что деятельность по эфирному радиовещанию на радиоканале осуществляет ООО .

В соответствии с лицензией от 19.03.2015 серии РВ № 26465, выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, ООО осуществляет радиовещание на радиоканале. Объем вещания 1 ч. 02 мин. в неделю. Редакция СМИ находится по адресу:

Согласно Свидетельству о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ТУ, выданному ООО Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Пензенской области, примерной тематикой и (или) специализацией является – «информационная (местные новости, обзор региональных событий, прогноз погоды). Реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе».

Таким образом, указанный радиоканал не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера, в связи с чем, продолжительность рекламы не должна превышать двадцать процентов времени вещания в течении суток.

Из представленной Управлением «Роскомнадзор» сетки вещания радиоканала 17.06.2019 следует, что реклама распространялась 7:34:58 (продолжительность 0:02:10), 8:34:54 (продолжительность 0:02:10), 9:35:56 (продолжительность 0:02:10), 10:35:51 (продолжительность 0:02:01), 13:35:28 (продолжительность 0:02:22), 16:35:35 (продолжительность 0:01:21), 20:36:00 (продолжительность 0:02:06).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 14 мин. 20 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 22 мин. 50 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале 17.06.2019 составила ≈62,77%, что на 42,77% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

18.06.2019 реклама распространялась 7:35:02 (продолжительность 0:02:40), 8:36:31 (продолжительность 0:02:44), 9:37:17

(продолжительность 0:02:26), 10:36:34 (продолжительность 0:02:06), 13:36:40 (продолжительность 0:02:31), 16:36:37 (продолжительность 0:01:21), 20:35:46 (продолжительность 0:02:00).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 15 мин. 48 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 26 мин. 13 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале 18.06.2019 составила ≈60,27%, что на 40,27% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

19.06.2019 реклама распространялась 7:35:42 (продолжительность 0:02:42), 8:35:33 (продолжительность 0:02:39), 9:36:55 (продолжительность 0:02:26), 10:36:58 (продолжительность 0:02:30), 13:36:19 (продолжительность 0:02:22), 16:35:41 (продолжительность 0:01:21), 20:35:29 (продолжительность 0:02:06).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 16 мин. 06 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 25 мин. 25 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале 19.06.2019 составила ≈63,34%, что на 43,34% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

20.06.2019 реклама распространялась 7:36:21 (продолжительность 0:02:40), 8:35:43 (продолжительность 0:02:23), 9:35:49 (продолжительность 0:02:26), 10:37:09 (продолжительность 0:02:08), 13:36:05 (продолжительность 0:02:11), 16:36:21 (продолжительность 0:01:30), 20:35:18 (продолжительность 0:02:00).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 15 мин. 18 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 24 мин. 54 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале 20.06.2019 составила ≈61,45%, что на 41,45% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

21.06.2019 реклама распространялась 7:34:57 (продолжительность 0:02:15), 8:35:54 (продолжительность 0:02:16), 9:36:23 (продолжительность 0:02:21), 10:36:37 (продолжительность 0:02:30), 13:36:15 (продолжительность 0:01:56), 16:36:29 (продолжительность 0:01:22), 20:34:43 (продолжительность 0:02:05).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 14 мин. 45 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 24 мин. 35 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале 21.06.2019 составила

≈60,00%, что на 40,00% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

23.06.2019 реклама распространялась 7:35:03 (продолжительность 0:02:30), 8:36:10 (продолжительность 0:02:42), 9:35:58 (продолжительность 0:02:42), 10:35:35 (продолжительность 0:02:40), 13:35:35 (продолжительность 0:02:27), 16:35:13 (продолжительность 0:01:42), 20:36:08 (продолжительность 0:02:06).

Суммарная продолжительность рекламных блоков составляет 16 мин. 49 сек. в сутки от общей продолжительности вещания радиоканала 23 мин. 58 сек. в сутки.

Продолжительность рекламы на радиоканале 23.06.2019 составила ≈70,17%, что на 50,17% превышает установленную частью 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

Таким образом, общая продолжительность рекламы, распространяемой ООО на радиоканале, превысила двадцать процентов времени вещания в течение суток, что противоречит требованиям части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 15 законодательства Российской Федерации о рекламе несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В ходе рассмотрения дела установлено, что одним из видов деятельности ООО является деятельность в области радиовещания на радиоканале.

Таким образом, рекламораспространителем рекламных блоков на радиоканале является ООО.

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ООО нарушило требования части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе», которое выразилось в размещении рекламных блоков на радиоканале суммарная продолжительность которых превысила двадцать процентов времени вещания в течение суток.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о

рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России доказательств устранения нарушения требований части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе» ООО представлено не было.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать предписания о прекращении нарушения требований законодательства о рекламе.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исходя из вышесказанного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую на радиоканале 17.06.2019, 18.06.2019, 19.06.2019, 20.06.2019, 21.06.2019, 23.06.2019 с превышением предельно допустимого объема – 20% времени вещания в течении суток, поскольку в ней нарушены требования части 2 статьи 15 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 2 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 03 сентября 2019 года.