ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г. Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "22" июня 2010 г. **г. Киров**

Р Е Ш Е Н И Е

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председателя Комиссии – <.....>. –руководителя управления и членов Комиссии – <.....> – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....> вед. специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы,
в присутствии:
<.....> – представителя ЗАО «ВятКТВ» по доверенности< >,
ИП<.....> – < >,
в отсутствие представителя Управления Роскомнадзора по Кировской области надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела,
протокол вел <.....>. – вед. специалист - эксперт отдела финансовых рынков и рекламы;
рассмотрев дело № 9 по признакам нарушения ЗАО «ВятКТВ» и ИП <.....> ч. 3 ст. 14 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило обращение Управления Роскомнадзора по Кировской области по нарушению ООО «ВятКТВ» ч. 3 ст. 14 Федерального закона «О рекламе» в части превышения общей продолжительности рекламы, распространяемой в телепрограмме на 6 частотном канале в период с 6:00 19.01.2010 по 24:00 22.01.2010.

Факт нарушения был выявлен при проведении в январе, феврале 2010 внеплановой выездной проверки в отношении ООО «ВятКТВ» на предмет выполнения предписаний об устранении выявленных нарушений.

За нарушение требований ч. 3 ст. 14 в соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламораспространитель – ООО «ВятКТВ». В процессе рассмотрения обращения и материалов дела ООО «ВятКТВ» было преобразовано в ЗАО «ВятКТВ». Поэтому в отношении ЗАО «ВятКТВ», являющегося правопреемником прежнего хозяйствующего субъекта и осуществляющего телевизионное вещание на 6 телевизионном (частотном) канале, было возбуждено производство по делу.

Рассмотрение продлевалось в связи с привлечением к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержаться признаки нарушения законодательства о рекламе ИП <.....>, который в соответствии договором от 30.12.2008 о передаче прав Издателя электронного СМИ «Вятское кабельное телевидение» осуществляет подготовку, производство телепрограмм, обеспечивает их выход в эфир, а также заключает договоры на размещение рекламы.

Определение о продлении было направлено по адресу места работы<.....>. заказным письмом с простым уведомлением. На момент заседания Комиссии, назначенного на 17.05.2010, уведомление о вручении почтового отправления не вернулось, документы и сведения ИП <.....> также не были представлены. Кроме того, на Комиссию, лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, не явились, своих представителей не направили, каких либо ходатайств не заявляли. Поэтому рассмотрение дела было отложено на 22.06.2010.

На заседании Комиссии представитель ЗАО «ВятКТВ» <.....>, пояснил, <.....>

Изучив имеющиеся документы и заслушав доводы сторон, Комиссия установила, что ИП<.....> нарушена ч. 3 ст. 14 Федерального закона «О рекламе», а в действиях ЗАО «ВятКТВ» отсутствует нарушение действующего рекламного законодательства.

Выводы Комиссии основаны на следующем:

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованием законодательства РФ.

В соответствии с ч. 3 ст. 14 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, т.е. не более 9 минут.

ЗАО «ВятКТВ» (ранее ООО «ВятКТВ») является учредителем телепрограммы «Вятское кабельное телевидение» (прежнее свидетельство о регистрации СМИ от 21.03.2003 № Эл № 18-1232, новое – ЭЛ № ТУ 43-215 от 31.03.2010) и осуществляет вещание на 6 телевизионном (частотном) канале на основании лицензии серия ТВ № 11478 от 21.02.2007 с приложениями № 1, 2, 3.

В соответствии со свидетельством о регистрации СМИ и лицензией телепрограмма «Вятское кабельное телевидение» имеет рекламно-информационное направление вещания (новости о жизни и деятельности компании, местные новости и репортажи, авторские программы, рекламно-информационные передачи). При этом данное СМИ не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера и объем рекламы в нем должен составлять менее 20 % по прежнему свидетельству, а по новому менее 15 %.

Анализ сетки вещания СМИ телепрограммы «Вятское кабельное телевидение», предоставленного на рассмотрение дела медиа-плана рекламы, и мониторинга записи эфира за период **с 6:00 19.01.2010 по 24:00 22.01.2010** показал, чторекламные блоки, транслируемые в указанное время, составляли **около 5 – 6 минут в течение часа вещания (с 06.00 до 07.00, с 07.00 до 08.00, с 08.00 до 09.00, с 17.00 до 18.00, с 18.00 до 19.00, с 19.00 до 20.00, с 20.00 до 21.00, с 21.00 до 22.00, с 22.00 до 23.00, с 23.00 до 24.00).**

Помимо этого в программах **«Новости», «Рубрика Вакансии», «Киров-OnLine»** в это же время транслировался в левой стороне экрана рекламный модуль следующего содержания: **«Хочешь узнать насколько вы удачная пара? Узнай совместимость ваших имен. Света, Вова. Отправь слово HELLO и ваши имена на номер <...> . 10 р. + НДС».**

Указанный модуль является рекламным, так как предназначен для неопределенного круга лиц, направлен на

привлечение внимания к услугам по исследованию совместимости личностей, формирование и поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке, по своему характеру разовым предложением не является.

Реклама «Хочешь узнать насколько вы удачная пара?...» транслировалась **с 06.00 до 07.00 – 25 минут, с 07.00 до 08.00 – 27 минут, с 08.00 до 09.00 – 27 минут, с 17.00 до 18.00 – 28 минут, с 18.00 до 19.00 – 28 минут, с 19.00 до 20.00 – 28 минут, с 20.00 до 21.00 – 28 минут, с 21.00 до 22.00 – 28 минут, с 22.00 до 23.00 – 28 минут, с 23.00 до 24.00 – 27 минут.**

Таким образом, объем рекламы в телепрограмме «Вятское кабельное телевидение» в период с 19.01.2010 по 22.01.2010 включительно, превышал установленные действующим законодательством о рекламе 9 минут.

За нарушение требований ч. 3 ст. 14 в соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламораспространитель, т.е. лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно договору от 30.12.2008 о передаче прав Издателя электронного СМИ «Вятское кабельное телевидение», издателем программы является ИП <.....>, который осуществляет подготовку, производство телепрограмм, обеспечивает их выход в эфир, а также заключает договоры на размещение рекламы. Поэтому рекламораспространителем в данном случае является ИП<.....>, и нарушение рекламного законодательства произошло по его вине.

Учредитель СМИ Телепрограммы «Вятское кабельное телевидение» ЗАО «ВятКТВ», в рассматриваемом случае, не является рекламораспространителем, поэтому производство по делу в отношении Общества подлежит прекращению.

Так как на момент рассмотрения дела ненадлежащая реклама, размещаемая с превышением установленного объема, не распространяется, Комиссия решила предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

В соответствии с ч. 2 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение порядка прерывания рекламой теле- или радиопрограммы, теле- или радиопередачи либо совмещения рекламы с телепрограммой, **превышение допустимого законодательством о рекламе объема рекламы в теле**- или радиопрограммах, а равно распространение рекламы в теле- или радиопрограммах в дни траура, объявленные в Российской Федерации, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

При этом, новая редакция статьи 14.3 введена в действие **Федеральным законом от 28.12.2009 N 380-ФЗ (вступила в силу 01.04.2010)**.

Правонарушение не является длящимся, и было совершено ИП <.....> до вступления изменений в силу в ст. 14.3 КоАП РФ, т.е. до 01.04.2010.

Поэтому в данном случае следует применять положения прежней редакции ст. 14.3, так как санкция статьи, действующей на момент принятия решения, ухудшает положение правонарушителя (минимальный размер штрафа 10000 (десять тысяч) рублей), а потому обратной силы не имеет.

В соответствии с прежней редакцией ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, нарушение рекламодателем, рекламораспространителем или рекламопроизводителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей, на юридических лиц – от сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях **индивидуальный предприниматель <.....>** несет ответственность как должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь ИП <.....> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 14, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Р Е Ш И Л А:

1. Признать ненадлежащей рекламу, **««Хочешь узнать насколько вы удачная пара? Узнай совместимость ваших имен. Света, Вова. Отправь слово HELLO и ваши имена на номер <...> . 10 р. + НДС»,** размещенную ИП <....>. в телепрограмме «Вятское кабельное телевидение» на 6 телевизионном (частотном) канале **в период с 6:00 19.01.2010 по 24:00 22.01.2010** в программах **«Новости», «Рубрика Вакансии», «Киров-OnLine»**, так как она противоречит требованиям ч. 3 ст. 14 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <.....>арушившим ч. 3 ст. 14 Федерального закона «О рекламе».

3. ИП<.....> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

4. В отношении ЗАО «ВятКТВ» производство по делу прекратить.

5. Передать материалы дела ведущему специалисту - эксперту Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <.....>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в окончательной форме 05.07.2010 года.

Председатель Комиссии **<.....>**

Члены Комиссии **<.....>**

<.....>