РЕШЕНИЕ

Дело № 01-Р-2015

17 марта 2015 г. г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 11 марта 2015 г.

Решение изготовлено в полном объеме 17 марта 2015 г.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

«…»

в присутствии:

заявителя - представители Управления контроля и надзора в сфере массовой коммуникации ведущий специалист-эксперт «…»

представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - директора ООО «Альфа Медиа Лэнд» «…»

УСТАНОВИЛА:

в связи с обращением Управления контроля и надзора в сфере массовой коммуникации (вх.05-16/9860 от 26.12.2014 г. с приложением видеоматериалов на диске), Чувашским УФАС России установлено, что 01.12.2014 г. с 13 час. 00 мин. до 14 час. 00 мин. на телеканале «РЕН Чебоксары» общая продолжительность трансляции рекламы (в том числе бегущей строки и спонсорской рекламы) составила **23 минуты**.

В соответствии с частью 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», 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**.

Таким образом, часть 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» устанавливает максимально допустимую продолжительность рекламы в телепрограмме, распространенной любым способом.

В учет продолжительности рекламы попадают все прерывания рекламой телепрограммы, все совмещения рекламы с телепрограммой, а также телемагазины. Таким образом, в силу прямого указания в Федеральном законе «О рекламе» все телемагазины относятся к рекламе. Кроме того, перечень видов рекламы, включаемой в допустимую общую продолжительность распространенной рекламы в телепрограмме, не является закрытым, он не ограничивается упомянутыми в части 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» видами и способами размещения рекламы. Соответственно в учет общего времени трансляции рекламы включается **любая реклама**, размещаемая в телепрограммах.

Общая продолжительность распространенной в телепрограмме рекламы не может превышать 15 процентов времени вещания в течение часа, что составляет **9 минут**.

Поскольку в данной норме объем рекламы определяется исключительно по времени осуществления вещания рекламы без учета занимаемой ею площади кадра, то при расчете объема рекламы, транслируемой способом совмещения рекламы с телепрограммой, одна секунда совмещения телепрограммы с рекламой рассматривается как одна секунда распространения рекламы. Таким образом, например, продолжительность рекламной "бегущей строки" не может превышать 9 минут в течение часа (при отсутствии в течение данного часа другой рекламы в телепрограмме).

Трансляция рекламы телеканалом «РЕН Чебоксары» ООО «Альфа Медиа Лэнд» 01.12.2014 г. с 13 час. 00 мин. до 14 час. 00 мин. составила 23 минуты.

Исходя из вышеизложенного, действия ООО «Альфа Медиа Лэнд» нарушают требования, установленные частью 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».

Часть 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» устанавливает ответственность рекламораспространителя за нарушение требований, определенных частью 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».

Представитель ООО «Альфа Медиа Лэнд» признала нарушение требований, определенных частью 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».

Сообщила, что расписание выхода рекламных роликов составляет трафик-менеджер «…», которая имеет право отклонить рекламный ролик в случае превышения лимита размещаемой рекламы в соответствии с требованиями Федерального закона «О рекламе».

Из объяснительной записки трафик-менеджера «…» следует, что она допустила ошибку при составлении расписания выхода рекламных роликов, при этом следует учесть, что большая часть информации, распространяемой способом «бегущей строки», не является рекламной.

Пояснила, что в настоящее время средневзвешенный объем регионального рекламного времени в час на телеканале РЭН ТВ составляет 3,5 мин. (от 2,5 мин. до 4 мин.), но не более 9 мин. вместе с федеральной рекламой. Количество региональных рекламных блоков и их хронометраж меняется в зависимости от

наличия бегущей строки в этот час. Большая часть бегущих строк (90%) содержит информацию не рекламного характера (частные объявления, информация о вакансиях).

Проинформировала об устранении нарушения части 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», допущенного по вине трафик-менеджера и представила в виде доказательства устранения эфирные справки распространения рекламы за 1, 2, 3 марта 2015 г., а также плей-листы за данный период.

Представители Управления контроля и надзора в сфере массовой коммуникации ведущий специалист-эксперт «…» полностью поддержали заявленное в обращении управления (вх.05-16/9860 от 26.12.2014 г.), при этом сообщили, что при проведении плановой систематической проверки, проводимой в отношении ООО «Альфа Медиа Лэнд» в декабре 2014 г., фактически допустимая продолжительность рекламы в телепрограмме, распространенной любым способом превышалась обществом неоднократно.

На видеоматериалах, представленных в Чувашское УФАС России, зафиксирован случай наибольшего превышения допустимой продолжительности рекламы в телепрограмме со стороны ООО «Альфа Медиа Лэнд».

Комиссия, заслушав представителя ООО «Альфа Медиа Лэнд», представителей Управления контроля и надзора в сфере массовой коммуникации и изучив документы и материалы дела, пришла к выводу о нарушении требований, определенных частью 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», при распространении обществом рекламы 01.12.2014 г. с 13 час. 00 мин. до 14 час. 00 мин. на телеканале «РЕН Чебоксары», в связи с превышением разрешенной общей продолжительности трансляции рекламы.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с прекращением распространения рассматриваемых рекламных листовок на момент рассмотрения дела, Комиссия Чувашского УФАС России решила предписание о прекращении распространения ненадлежащей рекламы ООО «Альфа Медиа Лэнд» не выдавать.

Учитывая вышеизложенное и руководствуясь частью 2 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. В связи с распространением рекламы (в том числе бегущей строки и спонсорской рекламы) 01.12.2014 г. с 13 час. 00 мин. до 14 час. 00 мин. на телеканале «РЕН Чебоксары» в течение 23 минут, признать ООО «Альфа Медиа Лэнд» нарушившим часть 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «Альфа Медиа Лэнд» не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Чувашского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии «...»

Члены Комиссии: «...»