

РЕШЕНИЕ

20 февраля 2013г.

г. Биробиджан

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

Председатель Комиссии:

Русанова Е.Н. – заместитель руководителя - начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы;

Члены Комиссии:

Балобанов П.В. - специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

Павельева Л.В. – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

в присутствии: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представителя ООО «Стратегия плюс» ФИО (доверенность от 27.01.2014г.),

рассмотрев материалы дела № 1/04-р по признакам нарушения требований части 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»), выразившегося в превышении объема телевизионной рекламы в течении часа вещания,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Еврейского УФАС России поступило письмо от Хабаровского УФАС России о рассмотрении заявления жительницы г. Биробиджана. Заявитель обратилась в антимонопольный орган с просьбой оценить соответствие продолжительности рекламы, распространяемой на канале «СТС-Биробиджан», требованиям и ограничениям, установленным ФЗ «О рекламе» для телепрограмм.

Для оценки рекламы на соответствие требованиям части 3 статьи 14 ФЗ «О рекламе», регламентирующей продолжительность телевизионной рекламы в течении часа вещания, проведен мониторинг рекламы, распространенной на телеканале «СТС-Биробиджан» 24 сентября и 09 октября 2013года с 19-00 до 20-00 часов местного времени.

Основные способы распространения рекламы:

- рекламные ролики (блоки), состоящие из региональной и сетевой рекламы;

- реклама в тематических передачах: «Школа для родителей», «Дегустация», «Прошу к столу»;
- рекламная передача «Деловой экспресс»;
- реклама спонсоров.

Видеосюжеты, распространенные в названных тематических передачах, привлекают внимание к конкретным объектам рекламирования для продвижения их на рынке, следовательно, данная информация не относится к аналитическим материалам, касающимся информационных обзоров внутреннего рынка. На такую информацию распространяются требования ФЗ «О рекламе».

В частности, в передаче «Школа для родителей» в течение 4-х минут 7 секунд распространяется реклама ассортимента товаров, предлагаемых магазином детской одежды «Феникс». Демонстрация новинок детской одежды на всем протяжении сопровождается изображением логотипа магазина, а также адресов магазина «Феникс», по которым можно приобрести рекламируемые товары.

Данное коммерческое обозначение демонстрируется методом наложения в нижней части телевизионного экрана, занимая 17% площади кадра.

Таким образом, по совокупности признаков видеосюжет об ассортименте детской одежды в магазине «Феникс» является рекламным.

В передаче «Дегустация» на протяжении 2 минут акцентировано внимание к конкретному предприятию рыбной гастрономии - ООО «Рыбная компания».

Указанный материал, транслируемый в форме тематической рубрики, является рекламным, поскольку предлагает потребителям дегустацию рыбы в отдельно взятом торговом предприятии.

Сюжет передачи, вышедшей под рубрикой «Прошу к столу», посвящен рекламе товаров собственного производства торговой сети «Самбери» (хлеба, мясных деликатесов, колбасок, десертов и проч.), хронометраж составляет 1 минуту 12 секунд.

Все перечисленные сюжеты о потребительских свойствах объектов рекламирования, сопровождаемые изображением товарных знаков, логотипов, адресов и телефонов, являются рекламой, поскольку имеют в качестве основной цели продвижение товара (услуги) на рынке.

В целом посекундный хронометраж эфира канала «СТС» - Биробиджан с 19-00 до 20-00 часов местного времени 24 сентября 2013 года показывает следующее:

- реклама спонсора передачи «Осенний деньгопад» - 36 сек. (компания «Атлант», ИП Кушнир, магазин «INCITY»);
- реклама боевых искусств - **17 сек**;
- реклама «Дром Ру» - **15 сек**;
- реклама магазина «Талис» - **9 сек**;

- передача «Деловой экспресс» - реклама **3 мин. 12 сек.** (гостиница «Восток», магазин «Ариадна», медицинский центр «Лотос»);

- рекламный блок – **1 мин. 27 сек.** («Отличные наличные», магазин «Рассвет», «Шик купе», магазин «Муравей», магазин «Техноцентр», магазин «Глянец»);

- бегущая строка: бассейн – **10 сек.**;

- рекламный блок - **1 мин. 22 сек.** («Теле 2», автостекло, магазин «Клумба», газета «Газета объявлений», кирпич, «Росток»);

- сетевой рекламный блок – **3 мин. 14 сек.** (техника «Занусси», «М-Видео», «Доктор Мом», каши «Быстров», компания «AVON», «Линекс», «Агуша», «Кока-Кола»).

Таким образом, установлено, что 24 сентября 2013 года в период с 19-00 до 20-00 часов местного времени общая продолжительность распространенной рекламы составила 642 секунды или 10 минут 7 секунд, что составляет **17,8 %** времени вещания в течение часа.

Посекундный хронометраж эфира канала «СТС» - Биробиджан в период с 19-00 до 20-00 часов 09 октября 2013 года показывает следующее:

- реклама спонсоров эфира - 15 сек. (туристическая компания «Атлант-Тур», компания «Столичный квартал»);

- передача «Школа для родителей» (общий хронометраж - 13,5 минут): реклама спонсора - **5 сек.** (магазин «Феникс»);

- реклама новинок детской одежды в магазине «Феникс» - 4 мин. 07 сек.;

- рекламный блок - **2 мин. 25 сек.** (бутик «Мадемуазель», компания «Энергосистема», компания «Теле-2», магазин «Муравей», компания «ТТК», ООО «Отличные наличные», компания «Шик-Купе»);

- реклама спонсора прогноза погоды - 35 сек. (салон одежды «салон одежды «Glance»);

- передача «Дегустация» - реклама 2 мин.;

- реклама спонсора прогноза погоды методом наложения - 58 сек. (туристические компании «Амсунг-Тур» и «Пегас Туристик»);

- передача «Прошу к столу»: реклама спонсоров - 17 сек. (обувная компания «Росток», компания «Пластик плюс»);

- блок внутри передачи - 30 сек. (кухни от «Пластик полюс», компания «Росток»);

- реклама о продуктах собственного производства от «Самбери» в торговом центре «Великан» - 1 мин. 12 сек.;

- рекламный блок - 3 мин. 9 сек. (ДВ строительная дружина, кухни «Идея», пельмени «Цезарь», магазин обуви «Comforto», компания «Азбука», компания «Квартирный вопрос», ООО «Рыбная компания», компания «Drom.ru», газета «Биробиджанская звезда», компания «Столичный квартал», туристическая компания «Атлант-Тур»);
- рекламный блок - 1 мин. 25 сек. (обувь «Монарх», магазин «Азбука», жилищная компания «Столичный квартал», компания «Drom.ru»(зимняя резина);
- сетевой рекламный блок - 3 мин. 20 сек. (крем «L'OREALE», напиток «Спрайт», средство от насморка «Отривин», шампунь «Palmolive», средство от насморка ИРС-19», шампунь «Фрутис», майонез «Мистер «Risso», крем-краска для волос «Gamier»).

Таким образом, во время трансляции программного блока телеканала 09 октября 2013 года с 19-00 до 20-00 часов продолжительность распространения рекламы составила 1216 секунд или 20 минут 26 секунд, что составляет **33,8%** от объема вещания в течение часа.

В соответствии с частью 3 статьи 14 ФЗ «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, то есть 9 минут.

В эфире канала «СТС-Биробиджан» 24 сентября 2013 года с 19-00 до 20-00 часов время распространения рекламы составило 10 минут 7 секунд, 9 октября 2013 года с 19-00 до 20-00 – 20 минут 26 секунд, что превышает установленное законом время.

Установлено, что рекламораспространителем рекламы на канале «СТС-Биробиджан» является Общество с ограниченной ответственностью «Стратегия плюс» (адрес: АДРЕС).

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований статьи 14 несет рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

ООО «Стратегия плюс» имеет Свидетельство о государственной регистрации юридического лица от 20 июля 2005 года (ОГРН), Свидетельство о постановке на учет юридического лица в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации (ИНН), Лицензию на осуществление телевизионного вещания № 22170 от 30.10.2012. Приказом о назначении на должность от 25.11.2013

директором ООО «Стратегия плюс» назначен ФИО. Согласно штатному расписанию общества от 10.01.2013 в штате организации состоит один сотрудник – директор ФИО

В заседании Комиссии представитель ООО «Стратегия плюс» признал факт нарушения законодательства о рекламе, но выразил мнение о том, что передача «Деловой экспресс» не является рекламной.

Данный довод не принимается Комиссией, поскольку передача «Деловой экспресс» (эфир от 24.09.2013 г.) представляет собой рекламный блок, который состоит из рекламных материалов.

В частности, сюжет о медицинском центре «Лотос» помимо предложения услуг конкретного лечебного учреждения, содержит информацию о противопоказаниях, скидках отдельным категориям граждан, адресе, телефонах предприятия, администратора. Демонстрируется место нахождения объекта рекламирования, вывеска, штендер возле входа в здание.

То есть, данный сюжет содержит все неотъемлемые атрибуты рекламы и соответственно является таковым по своему содержанию и оформлению.

Другой сюжет о гостинице «Восток» также является рекламным, поскольку формирует интерес к конкретному объекту рекламирования, как к месту проведения свадеб и торжеств, предлагая весь комплекс услуг для подобных мероприятий.

В связи с изложенным следует, что ООО «Стратегия плюс» нарушена часть 3 статьи 14 ФЗ «О рекламе» - превышение общей продолжительности 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.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, пунктом 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Стратегия плюс» нарушившим часть 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в связи с превышением объема телевизионной рекламы в течении часа вещания.

2. Выдать ООО «Стратегия плюс» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

4. Передать материалы дела должностному лицу Еврейского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 26 февраля 2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).

Председатель Комиссии:
Русанова

Е.Н.

Члены Комиссии:

Л.В. Павельева

П.В. Балобанов