

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ № 06-06/86-2017

### о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

07 ноября 2017 года

город Омск

Председатель Комиссии Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <... > – заместитель руководителя управления, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения акционерным обществом «Омские Медиа» (далее – АО «Омские Медиа») требований частей 1 и 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе») при распространении рекламы в эфире ЭСМИ «ОРТРК-12 Канал» на 12 ТВК в г. Омске,

#### УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области 10.10.2017 в период с 18:00 до 22:00 часов (справка от 11.10.2017), 11.10.2017 в периоды с 07:00 до 09:00 часов и с 14:00 до 16:00 часов (справка от 12.10.2017), 23.10.2017 в период с 18:00 до 24:00 часов, 24.10.2017 в период с 07:00 до 14:00 часов (справка от 25.10.2017) был проведен мониторинг эфира ЭСМИ «ОРТРК-12 Канал» на предмет соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В результате мониторинга установлено следующее:

1. В соответствии с частью 1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

В нарушение указанной нормы в выпусках телепрограммы «Час новостей» 23.10.2017 в 19.30, 24.10.2017 в 08.00, 09.00, 11:00 без предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы распространялась реклама:

*«Корреспондент: Выйти на пенсию - не значит выпасть из жизни. Современные пенсионеры не только занимаются спортом и обрабатывают свой дачный участок, но и активно пользуются кредитными предложениями.*

*Управляющая ПАО КБ «Восточный» города Омска Елена Семенова: 20% всех заемщиков России – пенсионеры. В последние несколько лет они все активнее берут кредиты. Мы это отмечаем и у нас в банке «Восточный». Чаще всего они вкладывают средства в благоустройство своих загородных участков, покупку инвентаря или садовой техники. Многие пенсионеры также автолюбители. Поэтому часть средств идет на обслуживание машины. Ну и на подарки детям и внукам - без этого никуда.*

*Корреспондент: Получается и пожилым есть на что направить заемные средства. Но одной пенсии на исполнение всех желаний не всегда достаточно. Поэтому банки охотно идут на сотрудничество с нашими пенсионерами и дают кредиты.*

*Управляющая ПАО КБ «Восточный» города Омска Елена Семенова: Мы всегда рады клиентам*

старшего возраста в нашем банке. Они, как правило, очень ответственные заемщики и с ними практически никогда не возникает никаких проблем. Они очень грамотно распоряжаются своим бюджетом, поэтому в банке «Восточный» пенсионеры вправе рассчитывать на кредит на очень гибких и выгодных условиях, которого хватит на все их нужды: и на новый мотокультиватор, и на ремонт машины и на планшет внуку.

Корреспондент: Пенсия - лучшее время, чтобы жить в свое удовольствие. Если для реализации своих планов старшему поколению потребуются деньги, то получить их всегда быстро и удобно можно в банке «Восточный».

2. Общая продолжительность рекламы, распространенной в период с 18:00 до 19:00 часов 10 октября 2017 года, и в периоды с 07:00 до 08:00, с 08:00 до 09:00, с 15:00 до 16:00 11 октября 2017 года превысила 15 процентов времени вещания в течение часа.

Согласно требованиям части 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» общая продолжительность распространенной 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.**

С учетом указанной нормы общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы не должна превышать 09 минут или 540 секунд в течение часа вещания телепрограммы.

**Фактически общая продолжительность рекламы,** распространенной АО «Омские Медиа», составила:

1. 10 октября 2017 года в период с 18:00 до 19:00 часов - **1091 секунд**, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **866 секунды**,
- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **225 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **30 %** времени вещания в течение часа.

2. 11 октября 2017 года:

В период с 07:00 до 08:00 часов - **1188 секунд**, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **631 секунд**,
- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **557 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **33 %** времени вещания в течение часа.

В период с 08:00 до 09:00 часов - **750 секунд**, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **750 секунд**,
- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **0 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **20 %** времени вещания в течение часа.

В период с 15:00 до 16:00 часов - 932 секунды, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **574 секунд**,
- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **358 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **25 %** времени вещания в течение часа.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») **ненадлежащая реклама** – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 1 и 3 статьи 14 настоящего Федерального закона.

Согласно информации, представленной на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, учредителем телеканала «ОРТРК-12 Канал» является АО «Омские Медиа» (<...>), следовательно, АО «Омские Медиа» является рекламораспространителем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20 и 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

**1.** Возбудить производство по делу № 06-06/86-2017 по признакам нарушения частей 1 и 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».

**2.** Признать лицом, участвующим в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – АО «Омские Медиа» (ИНН <...>).

**3.** Назначить дело № 06-06/86-2017 к рассмотрению на **21 ноября 2017 года в 15:00 часов** по адресу: 644010, г. Омск, пр. Карла Маркса, 12 А, к. 102.

**4.** АО «Омские Медиа» в срок до **17 ноября 2017 года** представить в адрес Управления:

а) письменные пояснения по фактам, изложенным в настоящем определении с приложением документов, обосновывающих позицию АО «Омские Медиа»;

в) надлежаще заверенные копии:

- устава АО «Омские Медиа», свидетельств ЕГРЮЛ, ИНН;

- документа, подтверждающего служебные полномочия директора АО «Омские Медиа» (протокол собрания учредителей, приказ о назначении на должность и пр.);

- свидетельства о регистрации СМИ «ОРТРК-12 Канал»;

- лицензии на осуществление вещания с приложениями.

Одновременно предупреждаю, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), а равно предоставление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо предоставление недостоверных сведений (информации) влечет за собой административное наказание в виде административного штрафа в соответствии с частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – АО «Омские Медиа», для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Председатель Комиссии <...>