РЕШЕНИЕ

по делу № 074/05/15-1202/2023

Резолютивная часть оглашена 19 июля 2023 года

В полном объеме решение изготовлено 19 июля 2023 года

пр. Ленина, 59, г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе (далее - Комиссия):

	<...> – руководителя Челябинского УФАС России;
председателя Комиссии:	<...> – начальника отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России;
членов Комиссии:	<...> – ведущего специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 074/05/15-1202/2023, возбужденное по факту превышения нормативов продолжительности вещания рекламы в эфире радиоканала «Троицк FM» относительно общей продолжительности суточного вещания, с признаками нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»), к участию в котором привлечены:

заявитель - Управление Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области (далее - Управления Роскомнадзора по Челябинской области);

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, - Общество с ограниченной ответственностью «М<...> (<...>), в отсутствие лиц, участвующих в деле, извещенных надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

Челябинским УФАС России рассмотрены материалы Управления Роскомнадзора по Челябинской области (от 24.03.2023 исх. № 3971/23) по факту превышения на частоте 89,1 Мгц в г. Троицке Челябинской области за период с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 04.03.2023, с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 05.03.2023 нормативов продолжительности вещания рекламы в эфире радиоканала «Троицк FM» (далее — СМИ, радиоканал) относительно общей продолжительности суточного вещания, с признаками нарушения требований части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе».

Управлением Роскомнадзора по Челябинской области в ходе проведения мероприятия систематического наблюдения в отношении СМИ «Троицк FM» установлено что:

- за период с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 04.03.2023 общий объем вещания составил 00 час. 03 мин. 03 сек, общий объем вещания рекламы 00 час. 01 мин. 43 сек. (56,28% по отношению к вещанию СМИ в сутки);

- за период с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 05.03.2023 общий объем вещания составил 00 час. 03 мин. 03 сек, общий объем вещания рекламы 00 час. 01 мин. 43 сек. (56,28% по отношению к вещанию СМИ в сутки).

ООО «М<...> » является владельцем лицензии на осуществление радиовещания радиоканала от 27.09.2013 № ЛОЗЗ-0011477/00056151, выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, которой предусмотрено распространение на частоте 89,1 МГц в г. Троицк Челябинской области средства массовой информации радиоканала «Троицк FM» (зарегистрировано Управлением Роскомнадзора по Челябинской области, реестровая запись от 05.04.2013, серия Эл № ТУ 74 - 00924)

В качестве подтверждающих документов Управлением Роскомнадзора по Челябинской области представлена запись эфира радиоканала, регистрационные данные, выписка из реестра лицензий, Акт систематического наблюдения в отношении ООО «М<...> » от 17.03.2023 № А-74/5/23, справки о результатах анализа записи эфира на частоте 89,1 МГц в г. Троицке Челябинской области за период с 00 ч. 00 мин. 00 сек. 27.02.2023 по 00 ч. 00 мин. 00 сек. 06.03.2023.

Челябинским УФАС России направлен запрос ООО «М<...> о представлении необходимых документов и сведений (от 03.04.2023 исх. № АК/4200/23).

ООО «М<...> представлены письменные пояснения, согласно которым Общество подтверждает выявленные нарушения в период с 04.03.2023 по 05.03.2023 на частоте вещания 89,1 МГц. Нарушения выявлены в программном обеспечении, а именно не сработали метки для вещания собственного СМИ в ночное время, что являлось причиной выхода в эфир блоков с выходными данными СМИ только в дневные рекламные блоки. В настоящее время все программы перенастроены и отлажены. Техническим специалистом усилен контроль за суточным вещанием, ежедневно отслеживаются количество выходов с выходными данными, прослушиваются эфиры.

Челябинским УФАС России направлен запрос ООО «101 и К» о представлении необходимых документов и сведений (от 21.04.2023 исх. № АК/5203/23). Ответ на направленный запрос представлен ООО «М<...> », аналогичный по содержанию ранее направленному ответу, с приложением аудиозаписей эфира.

Челябинским УФАС России повторно направлен запрос ООО «101 и К» о представлении необходимых документов и сведений (от 15.05.2023 исх. № АК/6089/23).

Согласно сведениям, представленным ООО «101 и К», рекламно-информационные материалы, указанные в запросах, в федеральном эфире радиоканала «Ди FM» не распространялись. Запросы перенаправлены региональному партнеру ООО «М<...>, распространяющему СМИ радиоканала на территории Челябинской области.

В связи с наличием признаков нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе» Челябинским УФАС России возбуждено дело **№ 074/05/15-1202/2023** в отношении ООО «М<...> .

Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе **№ 074/05/15-1202/2023** у ООО «М<...> запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела по существу.

На заседания Комиссий законный представитель ООО «М<...> не явился, представителя с надлежащей оформленной доверенностью не направлял, ходатайств не заявлял, запрошенные сведения не представлял.

Рассмотрение заявления и материалов дела приводит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»

реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Федеральным законом «О рекламе».

Вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела (пункту 15 Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

Судебной практикой, в частности по делу № А76-13922/2016, подтверждено, что коммерческое обозначение является средством индивидуализации юридического лица, следовательно, может быть объектом рекламирования.

В соответствии с частью 2 статьи 15 Федерального закона «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 соответствии со статьей 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Закон «О СМИ») под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма,

кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием).

Понятие радиоканала содержится в статье 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Федеральный закон «О СМИ»), в соответствии с которой под радиоканалом понимается сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность теле-, радиопрограмм и (или) соответственно иных аудиовизуальных, звуковых сообщений и материалов. Правила, установленные настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации для телепрограммы, радиопрограммы, применяются в отношении телеканала, радиоканала, если иное не установлено настоящим Законом.

При этом нормы статьи 31 Федерального закона «О СМИ» предусматривают возможность осуществления радиовещания на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Согласно статье 36 Закона «О СМИ» распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с правовой позицией ФАС России в случае вещания на одной частоте двух и более радиопрограмм, на вещание которых выдана соответствующая лицензия, объем рекламы в радиопрограмме рассчитывается для каждой радиопрограммы, исходя из времени вещания данного средства массовой информации в сутки.

Управлением Роскомнадзора по Челябинской области в ходе проведения мероприятия систематического наблюдения в отношении СМИ «Троицк FM» установлено, что объем рекламных сообщений превышает нормативы, установленные рекламным законодательством.

Специалистами Челябинского УФАС России осуществлено прослушивание записей эфира вещания радиоканала «Троицк FM», о чем составлен Акт прослушивания № 43-2023 от 17.04.2023. По результатам прослушивания установлено, что радиоканал «Троицк FM» вещает на одной частоте с радиоканалом «Ди FM», а также следующее:

1) информация содержания: «Реклама на Ди FM» распространялась в периоды: с 07:15:33 по 07:15:37; с 09:45:07 по 09:45:11; с 19:16:44 по 19:16:48;

с 20:45:59 по 20:46:03;

2) информация содержания: «Столы и стулья, гостиные и спальни из натурального дерева в Первом гипермаркете мебели, Гагарина 88, цокольный этаж» распространялась в периоды: с 07:15:38 по 07:15:46; с 20:46:04 по 20:46:12;

3) информация содержания: «Модульные кухни, прихожие, гостиные для Вас в Мебельном салоне «Карина», ул. 30 лет ВЛКСМ, 30, напротив парка» распространялась в периоды: с 09:45:12 по 09:45:20; с 19:16:49 по 19:16:57;

4) информация содержания: «Рекламная служба Ди FM тел. 5 80 90. 5 80 90» распространялась в периоды: с 19:16:58 по 19:17:10; с 20:46:13 по 20:46:25.

Из анализа представленных материалов за 05.03.2023 установлено следующее:

1) информация содержания: «Реклама на Ди FM» распространялась в периоды: с 07:15:14 по 07:15:18; с 09:44:47 по 09:44:51; с 19:16:14 по 19:16:18; с 20:45:54 по 20:45:58;

2) информация содержания: «Столы и стулья, гостиные и спальни из натурального дерева в Первом гипермаркете мебели, Гагарина 88, цокольный этаж» распространялась в периоды: с 07:15:19 по 07:15:27; с 20:45:59 по 20:46:07;

3) информация содержания: «Модульные кухни, прихожие, гостиные для Вас в Мебельном салоне «Карина», ул. 30 лет ВЛКСМ, 30, напротив парка» распространялась в периоды: с 09:44:52 по 09:45:00; с 19:16:19 по 19:16:27;

4) информация содержания: «Рекламная служба Ди FM тел. 5 80 90. 5 80 90» распространялась в периоды: с 19:16:28 по 19:16:40; с 20:46:08 по 20:46:20.

Так, информация содержания: «Столы и стулья, гостиные и спальни из натурального дерева в Первом гипермаркете мебели, Гагарина 88, цокольный этаж», «Модульные кухни, прихожие, гостиные для Вас в Мебельном салоне «Карина», ул. 30 лет ВЛКСМ, 30, напротив парка» является рекламой, поскольку распространяется в эфире радиоканала «Троицк FM», адресована неопределенному кругу лиц (то есть не персонифицирована), направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, а именно к магазинам мебели: «Первый гипермаркет мебели», «Карина», а также к их товарам, формирование и поддержание интереса к ним и продвижение на рынке.

Информация содержания: «Реклама на Ди FM», «Рекламная служба Ди FM тел. 5 80 90. 5 80 90» также является рекламой поскольку озвучивается коммерческое обозначение радиоканала «Ди FM», номер телефона рекламной службы данного радиоканала, когда в эфире вещает радиоканал «Троицк ФМ». Объектом рекламирования является радиоканал «Ди FM», рекламная служба данного радиоканала. Указанное подтверждается вставками в эфире 04.03.2023 в периоды: с 07:15:13-07:15:32; с 09:44:46-09:45:06; с 19:16:24-19:16:43; с 20:45:39-20:45:58, 05.03.2023 в периоды: с 07:14:54-07:15:13; с 09:44:25-09:44:46; с 19:15:54-19:16:13; с 20:45:34-20:45:53 следующего содержания: «В эфире радиоканал «Троицк ФМ», свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ТУ 74-00924 выдано Управлением Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области 05 апреля 2013, для лиц старше 12 лет».

При расчете объема рекламы относительно всей программы вещания в сутки специалисты Челябинского УФАС России исходили из объема суточного вещания для радиоканала «Троицк FM» отдельно, исключая время вещания радиоканала «Ди FM». В результате проведенного расчета, с учетом внесения изменений в Акт прослушивания аудиозаписи № 43-2023 от 27.06.2023 (О внесении изменений в Акт прослушивания аудиозаписи № 43-2023 от 27.06.2023), установлено, что объем рекламных сообщений на радиоканале «Троицк FM» превысил 20% времени вещания в течение суток:

	Вещание в сутки, ч.	Реклама, ч.	%
04.03.2023	00 час. 03 мин. 03 сек.	00 час. 01 мин. 12 сек.	**39,34%**
05.03.2023	00 час. 03 мин. 03 сек.	00 час. 01 мин. 12 сек.	**39,34%**

На основании части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение законодательства о рекламе в части нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых

средств.

Рекламораспространителем рекламы с превышением допустимого объема рекламы относительно общего объема суточного вещания является ООО «М<...>) как лицо, осуществившее распространение рекламы.

Поскольку распространение рекламы с превышением допустимого объема зафиксировано в периоды с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 04.03.2023, с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 05.03.2023, сведений о продолжении распространения данной рекламы в материалах дела не имеется, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости в выдаче предписания ООО «М<...>

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную в эфире радиоканала «Троицк FM» в периоды с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 04.03.2023, с 00 час. 00 мин. 00 сек. до 23 час. 59 мин. 59 сек. 05.03.2023, нарушающей требования части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе», поскольку её продолжительность превышает 20% времени вещания в течение суток;

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ООО «М<...> не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ООО «М<...> » и его должностного лица.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания, в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.