

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу

28 мая 2014 г.

г. Новосибирск

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

председатель Комиссии: Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления - начальник отдела рекламы;

члены Комиссии: Ю.В. Виногорова – главный специалист-эксперт отдела рекламы;

Е.А. Скоп – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 91, возбужденное в отношении Закрытого акционерного общества «Видео Интернешнл «Тренд» (далее – ЗАО «ВИ «Тренд»; ОГРН: 1027700294071; юридический адрес: 121359, г. Москва, ул. Академика Павлова, д. 25) по факту распространения 31.03.2013 г. в эфире «Первого канала» рекламной информации с признаками нарушения ч. 3 ст. 14 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе»,

«...»

УСТАНОВИЛА:

01.04.2013 г. в адрес Новосибирского УФАС России поступило обращение физического лица по факту размещения 31.03.2013 г. в эфире «Первого канала» рекламной информации, с признаками нарушения законодательства о рекламе.

Как указывает заявитель, 31 марта 2013 г. во время демонстрации фильма «Ты у меня одна» фильм несколько раз прерывался на рекламу, а звук рекламных роликов несколько раз был громче демонстрируемого фильма.

Новосибирским УФАС России проведена проверка, в результате установлено следующее.

На запрос антимонопольного органа ОАО «Первый канал» представило документы (вх. № 3537 от 8.05.2013 г.), в том числе График подтвержденных выходов рекламы за 31.03.2013 г. и Пост-эфирная путевка Орбита 3 за 31.03.2013 г.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе», под рекламой понимается 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с Пост-эфирной путевкой Орбита 3 за 31.03.2013 г. и Графиком подтвержденных выходов рекламы за 31.03.2013 г., в период с 9 часов 25 минут до 10 часов 25 минут (6 часов 25 минут до 7 часов 25 минут московского времени) транслировались следующие передачи:

- «Непутевые заметки»;

- «Пока все дома».

При этом, в указанный период времени транслировалась следующая рекламная информация:

1 рекламный блок - с 9ч. 25 мин. до 9 ч. 28 мин. (федеральная реклама - Детский мир, Лора, Быстров, Флюкостат, Слобода; региональная реклама - Иннаморе, Готовить легко, Виши, Дессанж, Палаццо, 7 Новосибирск, Ферерро);

2 рекламный блок - с 9ч. 35 мин. до 9 ч. 37 мин. (федеральная реклама- Фольксваген, Кухни Мария, Виши, Лора, «Семейка Крудс», Гастал);

3 рекламный блок - с 9ч. 51 мин. до 9 ч. 54 мин. (федеральная реклама - Бархатные ручки, Чистая линия, Твикс, Жардин, Акку-чек, Джонсон с бэби, «Семейка Крудс», Центр Обувь, Лора, Твикс, Принцесса Нури);

4 рекламный блок - с 10 ч. 07 мин. до 10 ч. 09 мин. (федеральная реклама - Эспумизан, Черный жемчуг, Леовит, Тенотен, Слобода, Кальций д 3, Орион экспресс, Джонсонс бэби, Овестин).

Общей продолжительностью 10 минут 45 секунд;

Спонсорская рекламная информация:

Передача «Непутевые заметки» - 10 сек.;

Передача «Пока все дома» - 15 секунд (федеральная реклама согласно Эфирной справке от 31.03.2013 г.)

Итого общий объем вещания рекламной информации в период с 9 часов 25 минут до 10 часов 25 минут составил 11 минут 20 секунд.

В период с 14 часов 27 минут до 15 часов 27 минут (11 часов 27 минут до 12 часов 27 минут московского времени) транслировался художественный фильм «Ты у меня одна».

1 рекламный блок - с 14 ч. 27 мин. до 14 ч. 31 мин. (федеральная реклама – Баунти, Тетрафлекс, Президент, Черный жемчуг, региональная реклама - 4 Новосибирск, Литотриптор, Иннаморе, Дессанж, -30, Геморрой, Драже Мерц, Куртка, Теле2, Мультфильм, Мутон люкс);

2 рекламный блок - с 14ч. 55 мин. до 14 ч. 59 мин. (федеральная реклама- Сникерс, Здрайверы, В-А-М, Персил, Эрвик, Джиллет, Элавия, Калгон, Олвейс, Супрадин, Лореаль);

3 рекламный блок - с 15ч. 18 мин. до 15 ч. 22 мин. (федеральная реклама – МТС, Лора, Агуша, Флюкостат, Слобода, Эстель, Фруктовый сад, Коркунов, Ваниш, Черный жемчуг, Здрайверы).

Общей продолжительностью 11 минут 15 секунд.

Данная информация в полной мере отвечает всем требованиям определения

«реклама», указанном в ст. 3 Закона о рекламе.

В соответствии с ч. 3 ст. 14 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, при трансляции рекламной информации в период длительности астрономического часа (шестидесяти минут) продолжительность распространения рекламной информации должна составлять не более 15 % времени ее вещания, т.е. 9 минут.

Общий объем вещания рекламной информации в период с 9 часов 25 минут до 10 часов 25 минут составил 11 минут 20 секунд.

Общий объем в период с 14 часов 27 минут до 15 часов 27 минут продолжительностью 11 минут 15 секунд.

На основании ч.7 ст.38 Закона о рекламе, рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 2 статьей 22 Закона о рекламе.

Рекламораспространителем, в соответствии с п.7 ст.3 Закона о рекламе, является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Учредителем средства массовой информации «Первый канал» является ОАО «Первый канал» на основании свидетельства о государственной регистрации ЭЛ № ФС 77-50252 от 7.06.2012 г.

Лицензия на осуществление телевизионного вещания серия ТВ № 21299 от 10.07.2013 г., в том числе на территории г. Новосибирска, выдана ОАО «Первый канал».

Согласно документам, представленным ОАО «Первый канал» (вх. № 7798 от 25.09.2013 г.), Общество реализует услуги по размещению региональной рекламы в эфире Первого канала через ЗАО «Медиа сервис – Видео Интернешнл» на основании Агентского договора № 30-К (МВ-565/1110) от 26.10.2013 г.

В свою очередь, между ЗАО «Медиа сервис – Видео Интернешнл» (агент) и ЗАО «Видео Интернешнл «Тренд» (субагент) заключен Субагентский договор № ВТ-560/1210-2 от 01.12.2010 г., по которому в период действия указанного договора (до 01.01.2014 г.) агент, действуя по поручению телекомпании от своего имени, но за счет телекомпании на основании соответствующего агентского договора, заключенного с телекомпанией, поручает, а субагент обязуется за вознаграждение совершать по поручению агента юридические и иные действия от своего имени, но за счет агента по реализации заказчиком услуг по размещению региональной рекламы, оказываемых телекомпанией с 01.01.2011 г.

В соответствии с п. 3.3.2. указанного Договора, субагент обеспечивает строгое соответствие региональной рекламы, подлежащей размещению в эфире

телеканала законодательству РФ, техническим требованиям телекомпании, предоставляет агенту для размещения в эфире телеканала региональную рекламу, соответствующую действующему законодательству РФ, гарантирует соблюдение авторских и смежных прав в отношении произведений и объектов смежных прав, вошедших в региональную рекламу.

Пунктов 5.4. данного Договора предусмотрено, что субагент несет полную ответственность за принятие для размещения в эфире телеканала региональной рекламы, не соответствующей действующему законодательству РФ. Все имущественные претензии к телекомпании в отношении региональной рекламы должны быть урегулированы субагентом от своего имени и за свой счет.

Согласно п. 3.1. Приложения № 2 к указанному Договору, агент предоставляет субагенту в режиме реального времени доступ (через глобальную систему Интренетт, или посредством модемного доступа или выделенного канала связи) к адаптированной версии программы для ЭВМ, содержащие данные размещения в эфире телеканала региональной рекламы и поддерживает ее работу в надлежащем состоянии.

В Соглашении от 01.10.2013 г. указана территория распространения указанной региональной рекламы, распространяемой, в том числе, на территории г. Новосибирска.

Кроме того, территория распространения региональной рекламы в рамках указанного Договора указана в Приложении № 6 от 1.012.2010 г., куда включен и г. Новосибирск.

В соответствии с пояснениями коммерческого директора ЗАО «Видео Интренешнл «Тренд», осуществление вставки региональной рекламы в сигнал регионального эфира «Первого канала» обеспечивало Общество на основании, в том числе, Агентского договора № 68-К/ВТ-619/1212 от 17.12.2012 г., заключенного с ОАО «Первый канал».

Аналогичные пояснения представлены заместителем руководителя юридической службы ОАО «Первый канал» «...» которая так же сообщила, что вещание «Первого канала» при помощи системы «Орбита 3» осуществляется на территории Новосибирской области с разницей во времени по сравнению с московским + 3 часа.

Учитывая вышеизложенное, рекламораспространителем региональной рекламы, транслируемой на «Первом канале» 31 марта 2013 года является Закрытое акционерное общество «Видео Интренешнл «Тренд» (юридический адрес: 121359, г. Москва, ул. Академика Павлова, д. 25, ОГРН 1027700294071).

Согласно пояснениям Общества (вх. № 79 от 27.01.21014 г., № 722 от 29.01.2014 г.), 31 марта 2013 года в период с 9 часов 25 минут до 10 часов 25 минут и с 14 часов 27 минут до 15 часов 27 минут, региональные рекламные блоки выходили в эфир по всей территории вещания «Первого канала». При этом, в зависимости от орбиты вещания ОАО «Первый канал» и часовой зоны, время выхода блоков смещалось следующим образом:

часовые зоны 0, +2, +4, +6, +8 - блоки выходили в период с 10 часов 25 минут до 11

часов 25 минут;

часовая зона +7 - блоки выходили в период с 11 часов 25 минут до 12 часов 25 минут.

Хронометраж блока и время его выхода течение астрономического часа согласно эфирным плей-листам едины по всей территории вещания телеканала «Первый канал», при этом блоки могут быть заполнены разными рекламными материалами.

Региональные рекламные материалы, вышедшие 31.03.2013 г. в указанные выше периоды времени в эфир «Первого канала» на территории города Новосибирск, транслировались в тех же рекламных блоках на следующих территориях:

выходы в период с 9 часов 25 минут до 10 часов 25 минут (в ряде городов со смещением на час в зависимости от орбиты вещания и часовой зоны):

«Иннаморе» - Барнаул, Пермь, Красноярск, Воронеж, Казань, Краснодар, Киров, Саратов, Екатеринбург, Уфа, Ставрополь, Рязань, Воронеж, Казань;

«Готовить легко» - Новокузнецк, Пермь, Абакан, Чебоксары, Тольятти, Вологда;

«Виши» - Нижний Новгород;

«Ферерро» - Краснодар, Саратов.

выходы в период с 14 часов 27 минут до 15 часов 27 минут (в ряде городов со смещением на час/два часа в зависимости от орбиты вещания и часовой зоны):

«Иннаморе» - Владивосток, Киров, Воронеж, Красноярск, Краснодар, Казань, Рязань, Екатеринбург, Пермь, Уфа, Владивосток;

«Геморрой» - Хабаровск, Иркутск;

«Драже Мерц» - Хабаровск, Иркутск.

Также, в своих пояснениях Общество не согласилось с наличием нарушения законодательства о рекламе.

В связи с тем, что спорная рекламная информация распространялась на территории нескольких субъектов РФ, в соответствии с п. 5 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 508), в случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной

антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

04.02.2014 г. Новосибирское УФАС России в адрес Федеральной антимонопольной службы РФ было направлено ходатайство о наделении полномочиями для рассмотрения настоящего дела (исх. № 06-1012).

23.05.2014 г. в Новосибирского УФАС России от ФАС России поступило Письмо № АК/19192/14, которым Новосибирское УФАС России наделялось полномочиями для рассмотрения данного дела (вх. № 5448).

При этом, как отмечено в Письме № АК/19192/14, согласно ч. 3 ст. 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.

При оценке соблюдения требований, установленных к продолжительности рекламы в течение часа вещания телепрограммы, необходимо производить измерения этой продолжительности исходя из астрономического часа вещания (например, с 10 часов 00 минут до 11 часов 00 минут).

При этом, если начало (окончание) времени вещания не совпадает с началом (окончанием) астрономического часа, то объем рекламы во время вещания до начала ближайшего астрономического часа оценивается пропорционально фактическому времени вещания.

Так, например, если трансляция телепрограммы начинается в 8 часов 30 минут, то объем рекламы в течение периода с 8 часов 30 минут до 9 часов 00 минут не должен превышать 15 процентов от этих 30 минут вещания. Далее с 9 часов 00 минут оценка продолжительности рекламы в телепрограмме осуществляется исходя из каждого астрономического часа.

Таким образом, допустимый объем рекламы в эфире телепрограммы местного и центрального телевидения определяется пропорционально времени вещания соответствующей телепрограммы в течение конкретного часа, например, если телепрограмма местного телевидения транслируется 20 минут в течение часа, а телепрограмма центрального телевидения транслируется оставшееся время (40 минут), то допустимое количество рекламы в телепрограмме местного телевидения будет составлять 15% от времени трансляции, то есть от 20 минут, и будет равно трем минутам, а допустимое количество рекламы в телепрограмме центрального телевидения будет составлять шесть минут.

При таких обстоятельствах, проанализировав материалы дела, Комиссия приходит к выводу, что наличие фактов нарушения ч. 3 ст. 14 Закона о рекламе в действиях ЗАО «ВИ «Тренд» не подтвердилось.

Руководствуясь абзацем «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Производство по делу № 91 прекратить.