

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 04-6/2-27-2017

(после объявления перерыва)

27

февраля

2018

г.

г. Тверь

Комиссия Тверского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Посохова Л.В., заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

Манюгина Е.И., начальник отдела контроля органов власти,

Соловьев В.Д., специалист 1 разряда отдела контроля органов власти,

рассмотрев дело № 04-6/2-27-2017,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, - Общества с ограниченной ответственностью «Первый городской телеканал» (место нахождения – 170002, г. Тверь, ул. Коминтерна, д. 47/102, ОГРН - 1036900035479, ИНН – 6901029020; далее – ООО «Первый городской телеканал, Общество»), интересы которого представляет директор Общества <***>.,

в отсутствие представителей Управления Федеральной службы по надзору по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Тверской области (далее – Управление Роскомнадзора по Тверской области) и Общества с ограниченной ответственностью «Медиа Холд» (далее – ООО «Медиа Холд»), извещенных о месте и времени рассмотрения настоящего дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

Настоящее дело возбуждено на основании материалов, поступивших из Управления Роскомнадзора по Тверской области в отношении ООО «Первый городской телеканал» по признакам нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Материалами, представленными Управлением Роскомнадзора по Тверской области, зафиксирован факт распространения в эфирном вещании радиоканала «Первая танцевальная радиостанция», транслируемом на территории города Старица Тверской области, в период с 00:01 мск до 23:59 мск рекламных сообщений следующей продолжительностью: 09.10.2017

(понедельник) – 18 минут 46 секунд, 10.10.2017 года (вторник) – 18 минут 21 секунда, 11.10.2017 (среда) – 19 минут 36 секунд, 12.10.2017 (четверг) – 16 минут 15 секунд, 13.10.2017 (пятница) – 20 минут 41 секунда, 14.10.2017 (суббота) – 23 минуты 24 секунды, 15.10.2017 (воскресенье) – 12 минут 20 секунд.

В соответствии с частью 2 статьи 15 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.

Частью 7 статьи 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 15 Закона о рекламе.

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); под радио-, теле-, видео-, кинохроникальной программой понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год; под телеканалом, 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.

Статьей 31 Закона о СМИ предусмотрена возможность осуществления радиовещания на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Согласно позиции Федеральной антимонопольной службы, являющейся уполномоченной на дачу разъяснений законодательства о рекламе, изложенной в письме от 08.10.2015 № АК/54867/15, 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.

Следовательно, объем рекламы в каждой радиопрограмме не должен превышать 20 процентов времени вещания данной радиопрограммы в сутки (за исключением случая, если такая радиопрограмма зарегистрирована как специализирующаяся на сообщениях и материалах рекламного характера).

Эфирное вещание радиоканала «Первая танцевальная Радиостанция» (2 часа в неделю) осуществляется на частоте 101,6 МГц. Совмещенное с радиоканалом «Радио-Дача» (166 часов в неделю) вещание на территории г. Старица Тверской области осуществляет ООО «Первый городской телеканал». Вещание осуществляется в соответствии с лицензией на осуществление радиовещания от 04.10.2013 серия РВ № 24399 (далее – лицензия), выданной Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, свидетельством о регистрации средства массовой информации Эл № ТУ69-00334 от 05.09.2013, выданным Управлением Роскомнадзора по Тверской области.

В соответствии с пунктом 3 лицензии рекламные сообщения и материалы распространяются в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Как следует из представленных ООО «Первый городской телеканал» документов, рекламные блоки размещаются последним в эфире радиоканала «Радио-Дача» на основании заключенного с учредителем радиоканала «Радио-Дача» - ООО «Медиа Холд» договора от 28.02.2014 № 133/P/MX (далее – договор).

В соответствии с пунктом 2.1 договора ООО «Первый городской телеканал» предоставлено право на ретрансляцию радиоканала «Радио-Дача» на территории г. Старица Тверской области на частоте 101,6 МГц в размере 166 часов в неделю, а также право включать в состав радиоканала «Радио-Дача» региональных рекламных материалов и собственных программ в порядке, указанном в Приложении № 2 к договору.

Согласно пунктам 1 и 3 Приложения № 2 к договору местные коммерческие включения (реклама) осуществляются ООО «Первый городской телеканал» вместо московских рекламных блоков на 20-й и 35-ой минуте каждого часа. Хронометраж рекламных блоков фиксированный, и составляет 4 минуты 9 секунд в блоках, выходящих с 06:20 до 19:35 включительно и по выходным с 7:20 до 20:35 включительно. Во всех остальных блоках хронометраж составляет 3 минуты 9 секунд. ООО «Первый городской телеканал» вправе осуществлять собственные включения новостей вместо московских выпусков по будням в 8:00, 10:00, 17:00, 19:00 хронометражем 3 минуты.

Согласно информации ООО «Медиа Холд» (письмо от 24.01.2018 № 432/2018) в период с 09.10.2017 по 15.10.2017 рекламные блоки в эфире радиоканала

«Радио-Дача» выходили с той же периодичностью, как указаны в договоре – в 20 и 35 минуту каждого часа.

Согласно представленным ООО «Первый городской телеканал» эфирным справкам (детализированным плей-листам) за период с 09.10.2017 по 15.10.2017 выход рекламных блоков регионального вещания радиоканала «Первая танцевальная Радиостанция» в эфире радиоканала «Радио-Дача» составил:

- 09.10.2017, 11.10.2017 и 13.10.2017 – 6483 секунды (108 минут 3 секунды или 1 час 48 минут 3 секунды) посуточно;
- 10.10.2017 и 12.10.2017 – 6294 секунды (104 минуты 54 секунды или 1 час 44 минуты 54 секунды) посуточно;
- 14.10.2017 – 6105 секунд (101 минута 45 секунд или 1 час 41 минута 45 секунд);
- 15.10.2017 – 6603 секунды (110 минут 3 секунды или 1 час 50 минут 3 секунды).

ООО «Первый городской телеканал» представило заключенные с рекламодателями договоры на размещение рекламных материалов, транслируемых в период с 09.10.2017 по 15.10.2017 включительно. Как следует из приложенных к договорам документов, рекламные ролики размещались в период ретрансляции радиоканала «Радио-Дача» и в период, который определен как время выхода московских рекламных блоков.

Учитывая вышеизложенное, объем рекламы в период с 09.10.2017 по 15.10.2017 включительно включается в объем рекламы федерального СМИ (исходя из общего объема вещания 166 часов в неделю).

ООО «Медиа Холд» письмом от 24.01.2018 № 432/2018 также подтвердило, что объем рекламы, размещенной в эфире федерального СМИ («Радио-Дача») в период с 09.10.2017 по 15.10.2017 включительно, не превысил 20% вещания радиоканала «Радио-Дача» в течение названных суток.

С учетом изложенных обстоятельств Комиссией не установлено, что ООО «Первый городской телеканал» при размещении рекламы на радиоканале «Радио-Дача» в указанный период нарушило требования части 2 статьи 15 Закона о рекламе.

Подпунктом «а» пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, предусмотрено, что производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с неподтверждением факта превышения продолжительности

рекламы, распространявшейся в период с 09.10.2017 по 15.10.2017 в эфире радиоканала «Первая танцевальная радиостанция», дело № 04-6/2-27-2017 подлежит прекращению.

Руководствуясь подпунктом «а» [пункта 36](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 04-6/2-27-2017 прекратить.

Председатель Комиссии: Л.В. Посохова

Члены Комиссии: Е.И. Манюгина, В.Д. Соловьев