



члены Комиссии – начальник отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мурзин К.И., ведущий специалист-эксперт отдела регулирования деятельности естественных монополий и рекламного контроля Мясникова А.Н.,

рассмотрев дело № Р-2/19 по признакам нарушения ООО «Эльдорадо» законодательства Российской Федерации о рекламе по факту превышение объема вещания рекламы в радиопрограмме на радиоканале,

#### У С Т А Н О В И Л А:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Тамбовской области поступило заявление Управления Роскомнадзора по Тамбовской области (вх. от 20.12.2018 № 8330 н) по факту несоблюдения ООО «Эльдорадо» требований рекламного законодательства по объему вещания рекламы в радиопрограммах.

Управлением Роскомнадзора по Тамбовской области 19.12.2018 было проведено плановое систематическое наблюдение в отношении ООО «Эльдорадо» (акт № А-68/4/МК-13/68/76) по соблюдению требований объема рекламных сообщений в составе телеканала, радиоканала (телепрограммы, радиопрограммы).

Было установлено, что ООО «Эльдорадо» выдана лицензия на осуществление радиовещания (серия РВ № 26986 от 06.08.2015). В ходе анализа записи эфира Управления Роскомнадзора по Тамбовской области установлено, что общий объем вещания СМИ «Эльдорадо-классика» и «Эхо Москвы» в неделю составляет 168 часов.

В ходе анализа записи эфира за период с 03.12.2018 (00:00) по 09.12.2018 (24:00) Управлением Роскомнадзора по Тамбовской области установлено, что прерывание трансляции радиопередач (радиопрограмм) СМИ - радиоканалов «Эльдорадо-классика» и «Эхо Москвы» предваряется сообщением о последующей трансляции рекламы, однако объем рекламных сообщений в составе СМИ радиоканала «Эльдорадо-классика» превышает 20% от общего (суточного) вещания.

Согласно части 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.

Понятие радиопрограммы содержится в статье 2 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации", в соответствии с которой

под радиопрограммой понимается совокупность периодических аудиосообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Согласно той же статье 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 радиопрограмм и (или) соответственно иных звуковых сообщений и материалов. Правила, установленные настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации для радиопрограммы, применяются в отношении радиоканала, если иное не установлено настоящим Законом.

При этом нормы статьи 31 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" предусматривают возможность осуществления радиовещания на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Соответственно, объем рекламы в каждой радиопрограмме как средстве массовой информации, 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).

Таким образом, в действиях ООО «Эльдорадо» содержатся признаки нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона "О рекламе".

21 января 2019 года в отношении ООО «Эльдорадо» возбуждено дело № Р-2/19 по признакам нарушения части 2 статьи 15 Закона о рекламе.

На рассмотрении дела № Р-2/19 представитель ООО «Эльдорадо» по доверенности от 20.02.2019 Мордовин А.В. поддержал позицию общества, изложенную в письме (вх. от 15.02.2019 № 892н), и сообщил, что объем рекламы не превышал 20% времени вещания радиопрограммы «Эльдорадо-классик», в связи с тем, что в объеме рекламы необоснованно учтены анонсы радиопрограмм, размещаемых на радиоканале, которые не являются рекламой согласно п. 14 ст. 15 Закона о рекламе.

ООО «Эльдорадо» и Управлением Роскомнадзора по Тамбовской области представлены дополнительные материалы и документы.

В ходе рассмотрения дела Комиссией установлена необходимость в изучении представленных материалов и необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств.

В соответствии с пунктом 34 Правил рассмотрения антимонопольным

органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденные Постановлением Правительством Российской Федерации от 17 августа 2006 г. N 508 (далее Правила), рассмотрение дела может быть отложено в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств.

С учётом изложенного, на основании пункта 2 части 1 статьи 33, части 1 статьи 36 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», пунктов 34 Правил, Комиссия

#### О П Р Е Д Е Л И Л А:

1. Рассмотрение дела № Р-2/19 отложить.
2. Назначить дело № Р-2/19 к рассмотрению на **27 мая 2019 года в 14-00 часов** по адресу: г. Тамбов, ул. Державинская, 1 (3-й этаж, левое крыло, комната № 355).
3. Управлению Роскомнадзора по Тамбовской области **в срок до 15 мая 2019 года** представить в Тамбовское УФАС России записи эфиров радиопрограмм за период с 08.12.2018 (00:00) по 09.12.2018 (24:00) **в полном объеме**.

**Явка лиц, участвующих в деле или их представителей (с подлинной доверенностью на участие в рассмотрении дела), для участия в рассмотрении дела обязательна.**

**Представитель при себе должен иметь документы, удостоверяющие личность, а также документы, подтверждающие полномочия лица, выдавшего доверенность.**

**Обязанность предоставления в антимонопольный орган информации, в том числе составляющей коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну, установлена статьей 34 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».**

**Дополнительно сообщаем, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде**

**либо представление недостоверных сведений (информации), влечет ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.**

Председатель Комиссии  
Гречишникова

Е.А.

Члены Комиссии  
К.И. Мурзин

А.Н. Мясникова

Исп. Мясникова А.Н.,

т. (4752) 72-93-54