



Управление Федеральной антимонопольной службы

по Республике Коми

Определение

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № Р 32-07/16

24 октября 2016 года

№ 03-01/9966

Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

председатель Комиссии – <...>;

члены Комиссии: <...>;

рассмотрев материалы дела № Р 32-07/16, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Метро» (далее – ООО «Метро») о распространении 10.06.2016 в средстве массовой информации – радиоканале «Метро» реклам с признаками нарушения требований ч. 2 ст. 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии <...> – представителя ООО «Метро» по доверенности; <...> – представителя Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Коми (далее – Управление Роскомнадзора по Республике Коми) по доверенности,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми поступили письменная информация и документы, направленные Управлением Роскомнадзора по Республике Коми письмом № 3243-01/11 от 15.07.2016 (вх. № 3642 от 18.07.2016).

Из представленных материалов следует, что Управлением Роскомнадзора по Республике Коми проведено плановое систематическое наблюдение в отношении ООО «Метро», по результатам которого выявлены признаки нарушения ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе, а именно: 10.06.2016 объем рекламных сообщений составил более 20% от общего объема вещания радиоканала в сутки.

В соответствии со ст. 3 Закона о рекламе реклама – 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.

Согласно ч. 2 ст. 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.**

В соответствии со [ст. 2](#) Закона Российской Федерации от 21.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» 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.

В силу положений [статьи 2](#) Закона Российской Федерации от 21.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» радиоканал является средством массовой информации, а отдельный выпуск радиоканала составляет продукцию средства массовой информации.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ТУ 11-00287 от 25.02.2015 учредителем радиоканала «Метро» является ООО «Метро», примерная тематика и (или) специализация: информационная, культурно-просветительская, развлекательная, музыкальная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе; территория распространения: г. Сыктывкар (Республика Коми).

В соответствии с лицензией на осуществление радиовещания серии РВ № 26885 от 14.07.2015 ООО «Метро» осуществляет распространение средств массовой информации «Метро» и «РАДИО ЛЮБОВЬ», общий объем вещания в неделю – 168 часов, время вещания – ежедневно, круглосуточно; территория вещания – г. Сыктывкар Республики Коми, направления вещания радиоканала «Метро» - культурно-просветительское, музыкальное, информационное, развлекательное; соотношение вещания продукции СМИ «Метро» к общему объему вещания – 24 часа в неделю.

Управлением Роскомнадзора по Республике Коми представлены: запись эфира СМИ «Метро» за 10.06.2016; копия акта систематического наблюдения ООО

«Метро» от 24.06.2016 № А-11/3/53-нд/92 (далее – Акт); копия приказа Управления Роскомнадзора по Республике Коми от 23.05.2016 № 53-нд; справка расчета времени вещания ООО «Метро» за 10.06.2016; копия акта мероприятия по радиоконтролю № 11-0859-01; копия протокола № 11-2594-11114-10 от 14.06.2016 измерений технических параметров излучений радиоэлектронных средств; копия лицензии ООО «Метро» на осуществление радиовещания от 14.07.2015 серии РВ № 26885; копия письма ФГУП «РТРС» филиала «РПЦ РК» от 07.06.2016 № 04-11/1171; копия письма ФГУП «РТРС» Департамента оперативно-технического управления сетью телерадиовещания от 03.06.2016 № 16-ОД/2183; копия устава редакции СМИ – радиоканала Метро; копия письма филиала ФГУП «ВГТРК» от 09.06.2016 № 1510/908/10; копия выписки из ЕГРЮЛ НА 10.06.2016 в отношении ООО «Метро»; копия письма ООО «Метро» от 29.01.2016 № 3; копия разрешения на использование радиочастот или радиочастотных каналов № 180-07-0097 от 24.09.2007; копия письма ФГУП «РТРС» филиала «РПЦ РК» от 30.05.2016 № 04-11/1100; копия свидетельства о регистрации СМИ «Метро» от 25.02.2016.

На основании вышеуказанных материалов и, с учетом выводов Управления Роскомнадзора по Республике Коми, изложенных в Акте, Коми УФАС России Определением 29.07.2016 № 03-01/7002 возбуждено производство по делу № Р 32-07/16 по признакам нарушения ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе.

Комиссия, изучив материалы рекламного дела и заслушав объяснения лиц, участвующих в деле, пришла к следующим выводам.

По информации Управления Роскомнадзора по Республике Коми общий объем вещания радиоканала «Метро» в сутки за 10.06.2016 составил 248,50 мин. (100 %), объем рекламы в общем объеме вещания – 114 мин. (46 %), о чем составлена соответствующая эфирная справка.

По информации ООО «Метро» общий объем вещания радиоканала «Метро» в сутки за 10.06.2016 составил 740,98 мин., объем рекламы в общем объеме вещания – 105,46 мин., о чем составлена соответствующая эфирная справка.

ООО «Метро» заявлен довод о том, что время трансляции рекламы в радиопрограмме в течение суток определяется отдельно, то есть соотношение времени трансляции рекламы и времени трансляции радиопередач и иных материалов в радиопрограмме в течение суток должно быть как 20 % и 100 %. Таким образом, при подсчете эфирного времени радиоканала ООО «Метро» за 10.06.2016 Управлению Роскомнадзора по Республике Коми следовало брать равным за 100 %, а не 54 %. 10.06.2016 общая продолжительность эфира радиоканала «Метро» составила 10:35:52 (635,52 минуты), реклама – 1:45:46 (105,46 минут), в процентном соотношении: эфир – 100 %, реклама – 16,6 %. В случае применения подхода Управления Роскомнадзора по Республике Коми к расчету эфирного времени будут нарушены условия лицензии на осуществление радиовещания от 14.07.2015, выданной ООО «Метро», согласно которой соотношение вещания продукции данного СМИ к общему объему вещания – 24 часа в неделю, направления вещания: культурно-просветительское – 5 %; музыкальное – 80 %; информационное – 7,5 %; развлекательное – 7,5 %.

Оценив указанные доводы ООО «Метро», Комиссия Коми УФАС России не нашла их обоснованными в силу следующего.

Согласно разъяснениям ФАС России № АК/54867/15 от 08.10.2015 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.

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).

При этом в объем рекламы, транслирующейся в радиопрограмме, включается любая реклама, распространявшаяся в период трансляции данной радиопрограммы, в том числе региональная реклама, размещавшаяся региональным партнером в федеральном средстве массовой информации (по соответствующему договору между ними).

В соответствии с п. 27 Методических рекомендаций по организации и проведению систематического наблюдения при исполнении государственной функции по контролю за соблюдением лицензиатами лицензионных и обязательных требований в сфере телевизионного вещания и радиовещания, утвержденных заместителем руководителя Роскомнадзора 29.04.2015 (далее – Рекомендации), при проведении проверки соблюдения объемов вещания СМИ включает в себя рекламу в объеме, установленном законодательством о рекламе, и передачи, распространяемые в рамках телеканала (радиоканала).

В случае распространения по лицензии двух средств массовой информации объем вещания регионального СМИ подсчитывается путем сложения:

- времени, затраченного на вещание непосредственно телепередач (радиопередач);
- рекламных блоков в «окнах» регионального вещания;
- рекламных блоков в «окнах» для размещения в эфире сетевого партнера «региональных рекламных блоков», если они сопровождаются выходными данными регионального СМИ, его наименованием и (или) логотипом.

Если в эфире сетевого партнера размещается региональная реклама, которая не сопровождается наименованием, логотипом и (или) выходными данными регионального СМИ, такая реклама в общий объем регионального СМИ не включается, и относится к объему вещания СМИ сетевого партнера.

В соответствии с п. 30 Рекомендаций при подсчете процентного соотношения тематических направлений вещания СМИ за 100 % принимается общий объем вещания данного СМИ за вычетом рекламы.

Как установлено в ходе рассмотрения дела, ООО «Метро» в период с 06.06.2016 по 24.06.2016 не привлекалось к административной ответственности, в том числе за нарушение лицензионных требований.

Кроме того, Комиссией Коми УФАС России был исследован довод ООО «Метро» о

том, что при подсчете эфирного времени радиоканала СМИ «Метро» за 10.06.2016 Управлением Роскомнадзора по Республике Коми учтены не все программы; были запрошены соответствующие пояснения Управления Роскомнадзора по Республике Коми.

Из письменных пояснений Управления Роскомнадзора по Республике Коми от 20.10.2016 № 4917-01/11 следует, что подсчет времени вещания каждой программы осуществлялся непосредственно по объявляемым выходным данным, с использованием математических методов и базовых формул Excel, путем вычисления разницы между временем окончания вещания программы и временем начала ее вещания. Сведения о наименовании и длительности выхода каждой передачи, в том числе передачи, сопровождающиеся словами «Love Radio в Сыктывкаре» (а именно: Сегодня в городе, Прогноз погоды, отбивка «Это была программа Сегодня в городе на «Love Radio в Сыктывкаре»), приведены в столбце А Приложения № 3, с точностью до секунды каждой программы, что не может быть признано как подсчет времени не всех программ ООО «Метро».

В ходе рассмотрения дела представитель Управления Роскомнадзора по Республике Коми пояснила, что время вещания, сопровождаемое словами «Love Radio»; «Love Radio в Москве», не учитывалось Управлением при подсчете эфирного времени СМИ Радиоканал «Метро». Кроме того, за «врезку» федерального радиоканала принималось также время вещания музыки, которая звучала не с самого начала (например, в случае, когда песня начинается сразу со слов без проигрыша).

На вопрос председателя Комиссии Коми УФАС России о том, как Управление Роскомнадзора по Республике Коми определило, когда вещает региональный радиоканал, а когда – федеральный, представитель Управления Роскомнадзора по Республике Коми ответила, что это было определено специалистом Управления при прослушивании записи эфира, после чего была составлена справка. Специальных технических средств не применялось. Если при прослушивании специалист слышит, например, слова «Love Radio», то следующую за ними музыку уже не учитывает в общем объеме эфирного времени радиоканала «Метро».

Между тем доводы Управления Роскомнадзора по Республике Коми о том, что время вещания, сопровождаемое словами «Love Radio», время вещания музыки, звучащей не с самого начала, является «врезкой» федерального радиоканала, а не временем вещания радиоканала «Метро», представляются Комиссии Коми УФАС России необоснованными, не подтвержденными соответствующими доказательствами.

Запрошенные определением Коми УФАС России от 06.10.2016 № 03-01/9447 доказательства того, что не учтенное (при подсчете общего объема вещания радиоканала «Метро» за 10.06.2016) Управлением Роскомнадзора по Республике Коми время вещания – 492,48 мин. (то есть разница между 740,98 мин. и 248,50 мин.) осуществлялось именно федеральным радиоканалом, а не радиоканалом «Метро», в Коми УФАС России не представлены.

Согласно письменным пояснениям, представленным в материалы дела ООО «Метро», а также устным пояснениям представителя ООО «Метро» на заседании Комиссии Коми УФАС России, аудио-споты «Love Radio»; «Love Radio в Сыктывкаре» являются элементами для добивки эфира, которые обязательны для

включения в эфир в рамках договора с ООО «Радио-Любовь» № 34/Р/РЛ (копия договора представлена в материалы дела). Средство массовой информации федерального сетевого партнера зарегистрировано как радиоканал «РАДИО-ЛЮБОВЬ», поэтому использование аудио-спотов «Love Radio»; «Love Radio в Сыктывкаре» в эфире радиоканала «Метро» не вызывает противоречий с наименованием радиоканала «РАДИО-ЛЮБОВЬ». Использование аудио-спотов «Love Radio»; «Love Radio в Сыктывкаре» в эфире радиоканала «Метро» осуществляется, помимо объявления наименования СМИ, в общем потоке времени эфира, таким образом, правовых оснований для запрета использования подобных слов («Love Radio»; «Love Radio в Сыктывкаре») нет. Время вещания, сопровождаемое аудио-спотом «Love Radio в Москве», при подсчете эфирного времени СМИ Радиоканал «Метро» не учитывалось.

Доказательств, опровергающих указанные доводы ООО «Метро», в Коми УФАС России не имеется.

Комиссия Коми УФАС России полагает, что в рассматриваемой ситуации определение «на слух» того, что является, а что не является вещанием федерального или регионального радиоканала, в качестве достаточного и надлежащего доказательства, объективно подтверждающего факт совершения вменяемого ООО «Метро» правонарушения, принято быть не может.

Помимо этого, Комиссией Коми УФАС России установлено, что в период с 6 по 12 июня 2016 года на РТПЦ велись профилактические работы, в указанный период времени Управлением Роскомнадзора по Республике Коми проверка на предмет соблюдения лицензионного требования о времени вещания в неделю (24 часа) в отношении ООО «Метро» не проводилась по причине проведения плановых работ и отсутствия вещания. Управлением Роскомнадзора по Республике Коми прослушивание записи эфира радиоканала «Метро» за 09.06.2016, то есть накануне исследуемого периода времени (10.06.2016), в целях установления того, объявлялись ли выходные данные радиоканала «Метро», не осуществлялось.

В связи с вышеизложенным, у Комиссии Коми УФАС России имеются неустранимые сомнения в правильном установлении события правонарушения, в виновности ООО «Метро».

Довод Управления Роскомнадзора по Республике Коми о том, что ранее рассмотренное Коми УФАС России дело в отношении ООО «Премьер-фильм» является аналогичным настоящему делу, не принимается Комиссией Коми УФАС России, так как обстоятельства и доводы, исследуемые в ходе рассмотрения дела в отношении ООО «Премьер-фильм», отличаются от обстоятельств и доводов, исследуемых в рамках дела в отношении ООО «Метро».

С учетом изложенного, факт распространения в средстве массовой информации – Радиоканале «Метро» 10.06.2016 реклам с нарушением требований ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе не нашел доказательственного подтверждения.

В соответствии с пунктом 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее – Регламент), Комиссия принимает решение о

прекращении рассмотрения дела, если в процессе рассмотрения дела будет установлено, в том числе отсутствие фактов нарушения законодательства о рекламе.

На основании изложенного, 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, пунктами 3.56, 3.57 Регламента, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № Р 32-07/16 в отношении ООО «Метро» прекратить.

Председатель Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>