Управление Федеральной антимонопольной службы

по республике Коми

Определение

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 011/05/15-625/2019

19 февраля 2020 года № 03-01/1430

г. Сыктывкар

Управление Роскомнадзора

по Республике Коми

Коммунистическая ул., д. 17,

г. Сыктывкар, 167000

ООО «Метро»

Карла Маркса ул., д. 191,

г. Сыктывкар, 167031

ООО «Жасмин»

Петрозаводская ул., д. 1,

г. Сыктывкар, 167005

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

<...>

рассмотрев дело № 011/05/15-625/2019, возбужденное в отношении ООО «Метро», адрес места нахождения: 167031, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Карла Маркса, д. 191, ОГРН 1021100520539, ИНН 1101112802, КПП 11010100, по факту распространения радиоканалом «Метро» реклам с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 2 ст. 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя ООО «Метро» - <...>, действующей на основании доверенности от 09.01.2020;

- представителей ООО «Жасмин»: <...>, действующей на основании доверенности от 29.09.2016; <...>, действующей на основании доверенности от 25.12.2018;

в отсутствие заявителя - Управления Роскомнадзора по Республике Коми, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступили материалы, направленные Управлением Роскомнадзора по Республике Коми письмом № 7327-01/11 от 16.09.2019 (вх. № 4675 от 17.09.2019), по факту распространения радиоканалом «Метро» реклам с признаками нарушения рекламного законодательства.

По результатам рассмотрения материалов принято решение о возбуждении дела № 011/05/15-625/2019 в отношении ООО «Метро» по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/7995 от 17.10.2019.

Определением № 03-01/8980 от 15.11.2019 к участию в деле привлечены: в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ООО «Жасмин», в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, – ООО «Парус».

Определением № 03-01/263 от 16.01.2020 к участию в деле в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах, привлечено ООО «Радио-Любовь».

ООО «Радио-Любовь» письмом № 696/2020 от 11.02.2020 (вх. № 697-э от 11.02.2020) направило в материалы рекламного дела заявление:

- об исключении из участия в рассмотрении дела ООО «Радио-Любовь» в связи с отсутствием признаков нарушения законодательства о рекламе в действиях Общества;

- о привлечении к участию в рассмотрении дела № 011/05/15-625/2019 ООО «Метро» - вещателя радиоканала «Радио-Любовь» на частоте 102,3 FM в г. Сыктывкаре Республики Коми.

Комиссия отказывает в удовлетворении указанных заявлений ООО «Радио-Любовь», поскольку:

- ООО «Радио-Любовь» привлечено к участию в деле не в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых Комиссией обстоятельствах;

- ООО «Метро» уже привлечено к участию в рассмотрении дела № 011/05/15-625/2019 в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Из материалов дела № 011/05/15-625/2019 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

1. В силу 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.

Согласно ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации»:

- 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;

- 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) 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.

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).

Таким образом, радиоканал «Метро» не специализируется на сообщениях и материалах рекламного характера. Соответственно, объем рекламы в указанном СМИ не должен превышать 20 процентов времени вещания радиоканала в сутки.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 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.

Управлением Роскомнадзора по Республике Коми представлена запись эфира радиоканала «Метро» за 01.09.2019.

Из представленных материалов усматривается, что на радиоканале «Метро» 01.09.2019 распространялись, в том числе информационные блоки, предваряющиеся сообщением о последующей трансляции рекламы.

Информация, размещенная в вышеуказанных блоках, содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством вещания радиоканала «Метро»;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация, распространенная 01.09.2019 на радиоканале «Метро», является рекламой.

Из представленных Управлением Роскомнадзора по Республике Коми материалов следует, что общий объем вещания радиоканала «Метро» в сутки за 01.09.2019 составил 57 мин. 21 сек., объем рекламы в общем объеме вещания – 25 мин. 10 сек., что составляет 43 % от общего объема вещания радиоканала в сутки.

Как следует из письменных пояснений, представленных ООО «Метро» в материалы рекламного дела, и пояснений, данных представителем Общества в ходе рассмотрения дела, на 01.09.2019 объем общего вещания радиоканала «Метро» составил 232 мин. 65 сек., объем рекламы в общем объеме вещания составил 27 мин. 53 сек., что составляет 13,42 % от объема вещания радиоканала «Метро» в сутки. В связи с чем, ООО «Метро» полагает, что продолжительность рекламы в указанную дату не превысила двадцати процентов времени вещания в течение суток.

В силу ст. 27 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» каждый выход в эфир радиопрограммы должен сопровождаться объявлением наименования (названия) радиопрограммы.

ООО «Метро» указывает, что Обществом выявлен технический сбой в вещании радиоканала «Метро» 01.09.2019. Технический сбой выразился в том, что влет файла Vlet_love_0+ в 00:05:00 01.09.2019 не воспроизводился в связи с тем, что программа Radio Player PRO, установленная на операционной системе Windows XP, автоматически не может корректировать ошибки в файловой системе.

Как пояснило ООО «Метро», термин «Vlet_love_0+» означает переход на местное вещание радиоканала «Метро» и содержит короткие выходные данные радиоканала «Метро» и возрастную категорию.

ООО «Метро» полагает, что технический сбой привел к ошибке в произведенных Управлением Роскомнадзора по Республике Коми расчетах общего объема вещания радиоканала и объема рекламы в общем объеме вещания, поскольку при расчетах не была учтена музыка, транслировавшаяся радиоканалом «Метро» 01.09.2019 в период с 00:05:00 по 02:50:00, которая перекрывала вещание радиоканала «Love Radio Москва».

Представитель ООО «Метро» <…> в ходе рассмотрения дела пояснила, что причины технического сбоя Общество установить не может, как и время произошедшего сбоя; 16.09.2019 во время контрольного прослушивания было выявлено, что файл «Vlet_love_0+» в 00:05:00 01.09.2019 не воспроизводился; далее файл был обновлён, работа программы восстановлена.

Представитель ООО «Парус» <…> в ходе рассмотрения дела пояснила, что она долгое время работает в сфере радиовещания, и подобные сбои редко, но случаются; причиной сбоя является тот факт, что программа Radio Player PRO, работающая на базе Windows XP, может не распознать файл и не воспроизвести его, то есть в программе файл имеется, а фактически не воспроизводится; выявить такой сбой возможно только проанализировав архив программы, поэтому подобные сбои выявляются, как правило, при контрольном прослушивании.

В качестве доказательств заявленных доводов ООО «Метро» представило в материалы рекламного дела эфирную справку на 01.09.2019, распечатку

сетки вещания радиоканала «Love Radio Москва» в период с 00:00:00 по 03:00:00 01.09.2019, аудиозаписи эфиров радиоканалов «Метро» и «Love Radio Москва» за 01.09.2019.

Представитель Управления Роскомнадзора по Республике Коми <…> в ходе рассмотрения дела пояснила, что Управление Роскомнадзора по Республике Коми не уведомлялось о техническом сбое в вещании радиоканала «Метро»; Управлением анализировалась запись эфира от 01.09.2019, предоставленная ФГУП «ГРЧЦ»; поскольку в указанной записи музыка, которая транслировалась в период с 00:05:00 по 02:50:00, не предварялась сообщением о выходных данных радиоканала «Метро», то Управление не учитывало данное время в общий объем времени вещания радиоканала.

Из материалов рекламного дела следует, что между ООО «Метро» и ООО «Радио-Любовь» 24.08.2009 заключен договор, согласно которому ООО «Метро» осуществляет ретрансляцию радиоканала «Радио-Любовь» на территории г. Сыктывкара Республики Коми на частоте 102,3 FM.

В материалы рекламного дела представлена копия указанного договора.

ООО «Радио-Любовь» представило в материалы рекламного дела письменные пояснения, в которых указало, что при осуществлении региональным вещателем -ООО «Метро» ретрансляции радиоканала «Радио-Любовь» технически возможно перекрытие передаваемой из г. Москвы радиопрограммы «Радио-Любовь» на частоте 106,6 МГц (московский эфир) посредством включения местного регионального эфира на частоте 102,3 FM.

Из материалов рекламного дела усматривается, что фактически 01.09.2019 в период с 00:05:00 по 02:50:00 на частоте 102,3 FM вещание осуществлялось радиоканалом «Метро», однако указанное время вещания не включено Управлением Роскомнадзора по Республике Коми в общий объем времени вещания радиоканала «Метро» за 01.09.2019. Доказательств обратного в Коми УФАС России не имеется.

В связи с чем, усматривается, что продолжительность рекламы, размещенной 01.09.2019 в средстве массовой информации - радиоканале «Метро», не превышает двадцать процентов времени вещания в течение суток.

С учетом изложенного, факт распространения 01.09.2019 в средстве массовой информации - радиоканале «Метро» реклам с нарушением требований ч. 2 ст. 15 Закона о рекламе не нашел доказательственного подтверждения.

2. Из аудиозаписи эфира радиоканала «Метро» следует, что 01.09.2019 в указанном СМИ была распространена, в том числе реклама следующего

содержания: «Сочный пряный горячий, как вулкан румяный, пожалуй, самый вкусный шашлык в городе специально для вас в ресторане Бакинский бульвар. Бери семью, бери друзей и на шашлык чудный скорей! Бакинский бульвар. Сыктывкар, Петрозаводская, 1, телефон 266-266. Категория 18+» (далее – реклама ресторана «Бакинский бульвар»).

Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В соответствии с п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Реклама ресторана «Бакинский бульвар» содержит утверждение «пожалуй, самый вкусный шашлык в городе». При этом в рекламе отсутствует указание конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Как следует из пояснений ООО «Метро», ролик с рекламой ресторана «Бакинский бульвар» был выпущен в эфир на основании договорных отношений между ООО «Метро» и ООО «Парус», которое оказывает услуги по привлечению клиентов (рекламодателей).

В материалы рекламного дела представлена копия договора на оказание услуг, заключенного 09.01.2019 между ООО «Парус» (заказчик) и ООО «Метро» (исполнитель), согласно которому исполнитель принимает на себя обязательства оказать услуги по размещению в эфире радиостанции «Метро» рекламно-информационных материалов, предоставленных заказчиком либо по согласованию сторон изготовленных исполнителем.

В ходе рассмотрения рекламного дела представитель ООО «Метро» <...> пояснила, что ООО «Метро» является рекламопроизводителем и

рекламораспространителем рекламы ресторана «Бакинский бульвар», рекламодателем указанной рекламы является ООО «Жасмин».

В материалы рекламного дела представлена копия договора № 48 от 22.03.2017 на производство и размещение рекламных аудио материалов. Согласно условиям указанного договора ООО «Жасмин» (рекламодатель) поручает, а ООО «Парус» (агентство) обязуется произвести рекламные аудиоматериалы в сфере коммерческой деятельности рекламодателя и разместить в эфире, в том числе радиостанции «Метро».

Также в материалы рекламного дела представлены паспорт ролика и текст рекламы ресторана «Бакинский бульвар», утвержденный главным редактором ООО «Метро», из содержания которых усматривается, что рекламопроизводителем указанной рекламы является ООО «Метро».

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «Метро», ООО «Жасмин» в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным их представителями, а также директором ООО «Парус» в ходе рассмотрения рекламного дела, реклама ресторана «Бакинский бульвар» соответствует требованиям Закона о рекламе, в связи с тем, что употреблённое в рекламе слово «пожалуй» не носит утверждающий характер, является вводным словом, выражает допущение возможного, возможность чего-либо, означает: возможно, может быть, вероятно; употребляется для выражения нерешительного, неопределённого согласия.

В связи с чем, определением Коми УФАС России № 03-01/9519 от 06.12.2019 рассмотрение дела № 011/05/15-625/2019 было приостановлено в связи с необходимостью получения заключения специалистов ФАС России по рассматриваемым Комиссией обстоятельствам.

Коми УФАС России был направлен в адрес ФАС России письменный запрос о даче разъяснений.

ФАС России письмом № АК/111510/19 от 19.12.2019 (вх. № 10 от 09.01.2020) представила разъяснения, в которых указала, что, по мнению специалистов ФАС России, используемое в рекламе выражение «пожалуй, самый вкусный шашлык в городе» не может рассматриваться как утверждение преимущества объекта рекламирования перед находящимися в обороте товарами, поскольку использование слова «пожалуй» позволяет трактовать вышеуказанную фразу как оценочное суждение.

Учитывая изложенное, признаки нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе в рекламе ресторана «Бакинский бульвар» не усматриваются.

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 № 011/05/15-625/2019 в отношении ООО «Метро», ООО «Жасмин» прекратить.

Председатель
Комиссии <...>

Члены Комиссии
<...>

<...>