

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ № 074/05/15-608/2024

22 марта 2024 года
Челябинск

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) <...>, рассмотрев материалы Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Челябинской области (далее – Управление Роскомнадзора по Челябинской области) по факту превышения нормативов продолжительности вещания рекламы в эфире радиоканала «РАДИОМАГНИТ» относительно общей продолжительности суточного вещания, с признаками нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Челябинским УФАС России рассмотрены материалы Управления Роскомнадзора по Челябинской области (от 23.01.2024 исх. № 1021-ЭП/24) по факту превышения за период с 00 ч. 00 мин. 00 сек. 10.01.2024 по 00 ч. 00 мин. 00 сек. 11.01.2024 нормативов продолжительности вещания рекламы в эфире радиоканала «РАДИОМАГНИТ» относительно общей продолжительности суточного вещания, с признаками нарушения требований части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе».

Управлением Роскомнадзора по Челябинской области в ходе проведения планового мероприятия систематического наблюдения в отношении СМИ радиоканала «РАДИОМАГНИТ» установлено что:

- за период с 00 час. 00 мин. 00 сек. 10.01.2024 по 00 час. 00 мин. 00 сек. 11.01.2024 выходили рекламные ролики общей продолжительностью 00 ч. 32 мин. 06 сек., что составляет 48,73% от общего вещания СМИ «РАДИОМАГНИТ» в сутки.

В качестве подтверждающих документов Управлением Роскомнадзора по Челябинской области представлена документы, в том числе справка о результатах анализа записи эфира за период с 00 час. 00 мин. 00 сек. 10.01.2024 по 00 час. 00 мин. 00 сек. 11.01.2024, а также запись эфира радиоканала «РАДИОМАГНИТ».

ООО «Р<...>» представлены письменные пояснения, согласно которым в период с 00 час. 00 мин. 00 сек. 10.01.2024 по 00 час. 00 мин. 00 сек. 11.01.2024 в программе автоматизированного вещания произошел сбой в разделе автоматического контроля ежесуточного предельного количества времени рекламных сообщений, в результате которого вышли все рекламные ролики, имеющиеся в базе данных программы. Сбой обнаружен 10.01.2024 в 07:40, в течение указанной даты Обществом принимались меры по устранению сбоя. С 11.01.2024 раздел автоматического контроля ежесуточного предельного количества времени рекламных сообщений работал штатно. Лицом, ответственным за размещение,

распространение рекламы на радиоканале, является директор ООО «Р<...>. ООО «Р<...> также просит не возбуждать дело по признакам нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе».

Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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.

Объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе» 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, является рекламой и должна в связи с этим отвечать требованиям, предъявляемым Федеральным законом «О рекламе».

Вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела (пункту 15 Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

Судебной практикой, в частности по делу № А76-13922/2016, подтверждено, что коммерческое обозначение является средством индивидуализации юридического лица, следовательно, может быть объектом рекламирования.

В соответствии с частью 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.

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).

Понятие радиоканала содержится в статье 2 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее – Федеральный закон «О СМИ»), в соответствии с которой 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 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.

При этом нормы статьи 31 Федерального закона «О СМИ» предусматривают возможность осуществления радиовещания на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Согласно статье 36 Закона «О СМИ» распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с правовой позицией ФАС России 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.

Управлением Роскомнадзора по Челябинской области в ходе проведения планового мероприятия систематического наблюдения в отношении СМИ «РАДИОМАГНИТ» установлено, что объем рекламных сообщений в сутки превышает нормативы, установленные рекламным законодательством.

Специалистами Челябинского УФАС России осуществлено прослушивание записи эфира вещания радиоканала «РАДИОМАГНИТ» за период с 00 час. 00 мин. 00 сек. 10.01.2024 по 00 час. 00 мин. 00 сек. 11.01.2024, о чем составлен Акт прослушивания аудиозаписи № 14-2024 от 06.03.2024. По результатам прослушивания установлено, что радиоканал «РАДИОМАГНИТ» вещает на одной частоте с радиоканалом «Радио 7».

Так, размещаемая информация 10.01.2024 в следующие периоды: 07:20:04 — 07:20:14; 07:41:06 - 07:41:55; 08:22:35 — 08:23:13; 08:42:49 — 08:43:47; 09:23:01 – 09:24:02; 09:43:33 – 09:45:33; 10:25:15 – 10:26:16; 10:43:17 – 10:44:16; 11:23:41 – 11:25:11; 11:43:25 – 11:44:56; 12:19:46 – 12:21:36; 12:46:51 – 12:48:22; 13:28:39 – 13:29:16; 13:42:47 – 13:43:24; 14:28:04 – 14:29:38; 14:44:37 – 14:45:17; 15:31:22 – 15:32:29; 15:45:12 – 15:46:40; 16:29:01 – 16:29:38; 16:43:13 — 16:44:45; 17:30:08 – 17:31:15; 17:41:49 – 17:42:48; 18:27:32 – 18:29:21; 18:46:53 – 18:47:29; 19:27:15 – 19:28:21; 19:44:20 – 19:45:22; 20:27:54 – 20:28:04; 20:43:50 – 20:44:20; 21:27:19 – 21:27:29; 21:43:53 – 21:44:03; 22:27:44 – 22:27:54; 22:44:14 – 22:44:24 является рекламой, поскольку распространяется в эфире радиоканала «РАДИОМАГНИТ», адресована неопределенному кругу лиц (то есть не персонифицирована), направлена на привлечение внимания к объектам

рекламирования, формирование и поддержание интереса к ним и продвижение на рынке. Необходимо отметить, что рекламные сообщения перед началом озвучивания сопровождаются вставкой «реклама».

При расчете объема рекламы относительно всей программы вещания в сутки специалисты Челябинского УФАС России исходили из объема суточного вещания для радиоканала «РАДИОМАГНИТ» отдельно, исключая время вещания радиоканала «Радио 7». В результате проведенного расчета установлено, что объем рекламных сообщений на радиоканале «РАДИОМАГНИТ» превысил 20% времени вещания в течение суток:

	Вещание в сутки, ч.	Реклама, ч.	%
10.01.2024	01 час. 05 мин. 52 сек.	00 час. 30 мин. 17 сек.	45,97%

На основании части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение законодательства о рекламе в части нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламораспространителем рекламы с превышением допустимого объема рекламы относительно общего объема суточного вещания является ООО «Р<...>» как учредитель радиоканала «РАДИОМАГНИТ».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу **№ 074/05/15-608/2024** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело **№ 074/05/15-608/2024** к рассмотрению **на 19 апреля 2024 года в 13 часов 00 минут** по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.
3. Признать лицами, участвующими в деле:
 - 3.1) Управление Роскомнадзора по Челябинской области;
 - 3.2) лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства - ООО «Р<...>

4. ООО «Р<...> представить в Челябинское УФАС России в срок **до 16 апреля 2024** надлежащим образом заверенные документы и сведения:

4.1) письменные пояснения по доводам, указанным в настоящем Определении;

4.2) иные сведения, имеющие отношение к рассматриваемому делу.

Все запрошенные документы необходимо представить в копиях, заверенных печатью и подписью, с сопроводительным письмом.

В случае отсутствия документов из приведенного перечня представить письменные объяснения о причинах их отсутствия.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей, их полномочия должны быть оформлены доверенностью на право представления лица в антимонопольном органе.

Дополнительно сообщаем, что в целях обеспечения реализации Ваших прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия посредством видеоконференцсвязи с использованием программного обеспечения TrueConf необходимо на адрес fo74@fas.gov.ru заблаговременно представить ходатайство об участии в данном рассмотрении.

Для оперативного получения корреспонденции от Челябинского УФАС России в электронном виде можно подключить сервис «Электронные письма» АО «Почта России» (<https://zakaznoe.pochta.ru/>).