

О П Р Е Д Е Л Е Н И Е

о возбуждении дела № 3-14-35/00-08-16

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

11 июля 2016г. г.Москва

Председатель Комиссии ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, А.Б. Кашеваров, рассмотрев материалы о превышении уровня громкости звука рекламы, анонсов, логотипов телеканала и сообщений о последующей трансляции рекламы над уровнем громкости звука прерываемой ими телепередачи на телеканале «Россия 1»,

УСТАНОВИЛ:

В ФАС России поступило обращение гражданки Российской Федерации <...> (вх.ФАС России № 49363-ЭП/16 от 12.04.2016) с указанием на превышение уровня громкости рекламы над средним уровнем громкости прерываемой рекламой телепередачи на телеканале «Россия 1».

Сотрудниками ФАС России совместно с сотрудниками ФГУП РТРС произведены записи эфира телеканала «Россия 1» с целью проведения измерения соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой телепередачи в соответствии с требованиями части 12 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Записи фрагментов эфира телепрограммы были осуществлены в помещении Филиала РТРС «Московский РЦ» в присутствии <...> – заместителя начальника отдела – главного государственного инспектора отдела антимонопольного контроля в сфере рекламы и средств массовой информации Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России и <...> - начальника Управления технической политики Департамента стратегии развития и технической политики РТРС 18.04.2016 в период с 11 часов 48 минут до 12 часов 33 минут (имя медиа файла «PLP1_45min.ts») (далее – Запись1) и в период с 12 часов 33 минут до 13 часов 18 минут (имя медиа файла «PLP1_45min_2.ts») (далее – Запись2) в г.Москве, источником записи сигнала является цифровое наземное вещание.

Запись 1 включает в себя следующие фрагменты:

- дорекламный фрагмент телепередачи «Местное время» первый продолжительностью менее 5 минут (не подлежит измерению).

Согласно пункту 5 Методики измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы, утвержденной Приказом ФАС России от 22.05.2015 № 374/15 (зарегистрирован Минюстом России 17.07.2015 рег.№ 38079) (далее – Методика), длительность каждого дорекламного и пострекламного фрагмента должна составлять не менее пяти минут.

- сообщение о последующей трансляции рекламы первое (наименование файла: «2_сообщение о рекламе1.wav») (далее – сообщение о рекламе1);
- блок рекламы первый (наименование файла: «3_реклама1.wav») (далее – реклама1);
- сообщение о последующей трансляции рекламы второе (наименование файла: «4_сообщение о рекламе2.wav») (далее – сообщение о рекламе2);
- межрекламный фрагмент телепередачи «Местное время» (наименование файла: «5_межрекламный фрагмент1.wav») (далее – межрекламный фрагмент1);
- блок анонсов первый (наименование файла: «6_анонс1.wav») (далее – анонс1);
- пострекламный фрагмент телепередачи «Тайны следствия» первый (наименование файла: «7_пострекламный фрагмент1.wav») (далее – пострекламный фрагмент1);
- дорекламный фрагмент телепередачи «Тайны следствия» второй (наименование файла: «8_дорекламный фрагмент2.wav») (далее – дорекламный фрагмент2);
- блок анонсов второй (наименование файла: «9_анонс2.wav») (далее – анонс2);
- блок рекламы второй (наименование файла: «10_реклама2.wav») (далее – реклама2);
- сообщение о последующей трансляции рекламы третье (наименование файла: «11_сообщение о рекламе3.wav») (далее – сообщение о рекламе3);
- блок рекламы третий (наименование файла: «12_реклама3.wav») (далее – реклама3);
- логотип телеканала первый (наименование файла: «13_логотип телеканала1.wav») (далее – логотип1);
- блок анонсов третий (наименование файла: «14_анонс3.wav») (далее – анонс3);
- пострекламный фрагмент телепередачи «Тайны следствия» второй (наименование файла: «15_пострекламный фрагмент2.wav») (далее – пострекламный фрагмент2).

Запись2 включает в себя следующие фрагменты:

- блок анонсов первый (наименование файла: «1_анонс1.wav») (далее – анонс1);
- блок рекламы первый (наименование файла: «2_реклама1.wav») (далее – реклама1);
- сообщение о последующей трансляции рекламы первое (наименование файла: «3_сообщение о рекламе1.wav») (далее – сообщение о рекламе1);
- блок рекламы второй (наименование файла: «4_реклама2.wav») (далее – реклама2);

- логотип телеканала первый (наименование файла: «5_логотип телеканала1.wav») (далее – логотип1);
- блок анонсов второй (наименование файла: «6_анонс2.wav») (далее – анонс2);
- логотип телеканала второй (наименование файла: «7_логотип телеканала2.wav») (далее – логотип2);
- пострекламный фрагмент телепередачи «Тайны следствия» первый (наименование файла: «8_пострекламный фрагмент1.wav») (далее – пострекламный фрагмент1);
- дорекламный фрагмент телепередачи «Тайны следствия» первый (наименование файла: «9_дорекламный фрагмент1.wav») (далее – дорекламный фрагмент1);
- блок анонсов третий (наименование файла: «10_анонс3.wav») (далее – анонс3);
- блок рекламы третий (наименование файла: «11_реклама3.wav») (далее – реклама3);
- сообщение о последующей трансляции рекламы второе (наименование файла: «12_сообщение о рекламе2.wav») (далее – сообщение о рекламе2);
- блок рекламы четвёртый (наименование файла: «13_реклама4.wav») (далее – реклама4);
- логотип телеканала третий (наименование файла: «14_логотип телеканала3.wav») (далее – логотип3);
- блок анонсов четвёртый (наименование файла: «15_анонс4.wav») (далее – анонс4);
- пострекламный фрагмент телепередачи «Тайны следствия» второй (наименование файла: «16_пострекламный фрагмент2.wav») (далее – пострекламный фрагмент2).

Согласно части 12 статьи 14 Закона о рекламе при трансляции рекламы уровень громкости её звука, а также уровень громкости звука сообщения о последующей трансляции рекламы не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы или телепередачи. При этом, в соответствии с частью 16 статьи 14 Закона о рекламе требования части 12 статьи 14 данного закона распространяются также на информацию о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу (анонсы).

Измерение уровня громкости фрагментов записей производилось с помощью средства измерения Комплекс программно-аппаратный «АСК-громкость» (свидетельство об утверждении типа средств измерений RU.E.36.002.A № 58595, свидетельство о поверке № 3/340-0997-16 действительно до 26 мая 2017 года).

Согласно пункту 7 Методики значение громкости звука блока рекламы или анонсов не должно превышать значение громкости звука дорекламного либо пострекламного фрагмента более чем на 1,5 дБ.

При измерении соотношения уровня громкости звука блоков рекламы и анонсов,

сообщений о рекламе, логотипа телеканала и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи превышение более чем на 1,5 дБ в Записи¹ выявлено в следующих случаях:

- уровень громкости звука анонса² превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,3 дБ;
- уровень громкости звука анонса² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,4 дБ;
- уровень громкости звука рекламы² превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,0 дБ;
- уровень громкости звука рекламы² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,1 дБ;
- уровень громкости звука сообщения о рекламе³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 3,4 дБ;
- уровень громкости звука сообщения о рекламе³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,5 дБ;
- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 3,6 дБ;
- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,7 дБ;
- уровень громкости звука логотипа¹ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,1 дБ;
- уровень громкости звука логотипа¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,1 дБ;
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 3,3 дБ;
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,3 дБ.

При измерении соотношения уровня громкости звука блоков рекламы и анонсов, сообщений о рекламе, логотипов телеканала и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи превышение более чем на 1,5 дБ в Записи² выявлено в следующих случаях:

- уровень громкости звука анонса¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,9 дБ;
- уровень громкости звука рекламы¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,5 дБ;
- уровень громкости звука сообщения о рекламе¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 4,0 дБ;

- уровень громкости звука рекламы² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,1 дБ;
- уровень громкости звука логотипа¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,9 дБ;
- уровень громкости звука анонса² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,1 дБ;
- уровень громкости звука логотипа² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 4,4 дБ;
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,4 дБ;
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,6 дБ;
- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,0 дБ;
- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,2 дБ;
- уровень громкости звука сообщения о рекламе² превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,0 дБ;
- уровень громкости звука сообщения о рекламе² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,2 дБ;
- уровень громкости звука рекламы⁴ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2,0 дБ;
- уровень громкости звука рекламы⁴ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,2 дБ;
- уровень громкости звука логотипа³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,4 дБ;
- уровень громкости звука логотипа³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,6 дБ;
- уровень громкости звука анонса⁴ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2,3 дБ;
- уровень громкости звука анонса⁴ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,5 дБ.

Таким образом в рекламе, анонсах, сообщениях о рекламе и логотипах телеканала, транслировавшихся 18.04.2016 на телеканале «Россия 1» посредством сигнала цифрового наземного вещания, усматриваются признаки нарушения части 12 статьи 14 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель

несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 14 Закона о рекламе.

Рекламораспространителем является Федеральное государственное унитарное предприятие «Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания» (далее – ВГТРК) (юридический адрес: 125040, г.Москва, 5-я ул.Ямского Поля, д.19-21, ОГРН 1027700310076, ИНН 7714072839, КПП 771401001, дата регистрации 11.10.1993).

На основании части 12 статьи 14, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 3-14-35/00-08-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицом, участвующим в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ВГТРК (юридический адрес: 125040, г.Москва, 5-я ул.Ямского Поля, д.19-21, ОГРН 1027700310076, ИНН 7714072839, КПП 771401001, дата регистрации 11.10.1993).

3. Назначить дело № 3-14-35/00-08-16 к рассмотрению на 10 августа 2016 года в 11 часов 30 минут по адресу: г.Москва, Пыжевский пер., д.6, Зал заседаний, 2 этаж.

4. ВГТРК надлежит в срок до 03 августа 2016 года представить ФАС России следующие документы и материалы:

- копии учредительных документов ВГТРК (устав, решение об учреждении, свидетельство о постановке на налоговый учет, выписку из ЕГРЮЛ и иные) с последующими изменениями;

- копии документов, подтверждающих полномочия генерального директора;

- копии договоров, платежных поручений и иных материалов, на основании которых 18.04.2016 в эфире телеканала «Россия 1» осуществлялось распространение рекламы и анонсов;

- графики распространения рекламы и анонсов в эфире телеканала «Россия 1» 18.04.2016;

- письменные объяснения по существу претензий о превышении уровня громкости рекламы над уровнем громкости телепередачи телеканала «Россия 1» 18.04.2016.

Все документы должны быть заверены подписью руководителя и печатью ВГТРК.

Явка представителей ВГТРК в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (для представителей организаций – подлинная доверенность на представление интересов организации по делу № 3-14-35/00-08-16).

Для обеспечения пропусков в здание ФАС России фамилии представителей необходимо сообщить заранее: для граждан Российской Федерации - за 1 день, для иностранных граждан - за 3 дня (тел. 8(499) 775-23-23, доб.008-793, в том числе по адресу электронной почты koroventkova@fas.gov.ru).

Председатель Комиссии А.Б. Кашеваров