

## РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/81

25 августа 2016 года

г. Хабаровск

комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

...>, руководитель управления;

члены Комиссии:

...>– главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 4-05/81 по признакам нарушения ООО «СЭТ» части 12 статьи 4 Федерального закона «О рекламе»,

присутствии <...>– представителя ООО «СЭТ» (по доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

в адрес Хабаровского УФАС России поступило обращение (вх. № 4/2701 от 08.03.2016 г.), в котором указывается на превышение уровня громкости рекламы над уровнем громкости телепрограмм, транслируемых на телеканале «6ТВ».

Согласно [части 12 статьи 14](#) Федерального закона «О рекламе» (далее Закон) при трансляции рекламы уровень громкости ее звука, а также уровень громкости звука сообщения о последующей трансляции рекламы не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы или телепередачи.

Соотношение уровня громкости звука рекламы и уровня громкости звука прерываемой ею телепрограммы или телепередачи определяется на основании [методики](#) измерения уровня громкости звука рекламы в телепрограммах и телепередачах, утвержденной федеральным антимонопольным органом и разработанной на основе рекомендаций в области нормирования звуковых сигналов в телерадиовещании, утвержденных федеральным органом

сполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере массовых коммуникаций и средств массовой информации. Выявление превышения уровня громкости звука рекламы над средним уровнем громкости звука прерываемой ею телепрограммы или телепередачи осуществляется антимонопольным органом как в ходе наблюдения за соблюдением требований к уровню громкости звука рекламы, проводимого в порядке, установленном федеральным антимонопольным органом, так и в результате проведения плановых или внеплановых проверок соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со [статьей 35.1](#) настоящего Федерального закона.

При этом, в соответствии с [частью 16 статьи 14](#) Закона о рекламе требования [части 2 статьи 14](#) данного закона распространяются также на информацию о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу (анонсы).

Определение уровня громкости звука рекламы осуществляется на основании методики измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы, утвержденной приказом ФАС России от 22 мая 2015 г. № 374/15 (далее Методика) с использованием аппаратно-программного комплекса «АСК-громкость» (свидетельство об утверждении типа средств измерений RU.E/36/002A № 58595, свидетельство о поверке № 3/340-0630-15).

Данные измерения осуществляет Федеральная антимонопольная служба.

С целью проведения измерения соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемых рекламой телепередач, Хабаровское УФАС России осуществило запись телеканала «6ТВ», которая передана в ФАС России для последующего измерения (исх. № 4/4277 от 19.04.2016 г.).

Запись фрагментов эфира телеканала «6ТВ» осуществлена 17.03.2016 г. в период с 20 часов 15 минут до 20 часов 42 минут (телепередача «Повелители») и с 22 часов 15 минут до 22 часов 42 минут (фильм «Склифосовский» местного времени) в г. Хабаровске.

Источник записи – аналоговое эфирное вещание.

Измерение проведено путем разделения записи телепрограммы с помощью программы видеоредактора VSDC Free Video Editor на следующие фрагменты:

телепередача «Повелители» (вещание с 20:15 до 20:42).

дорекламный фрагмент телепередачи «Повелители» первый (наименование файла: 1\_дорекламный фрагмент1.wav») (далее – дорекламный фрагмент1);

блок анонсов первый (наименование файла: «2\_анонс1.wav») (далее – анонс1);

сообщение о последующей трансляции рекламы первое (наименование файла: 3\_сообщение о рекламе1.wav») (далее – сообщение о рекламе1);

блок рекламы первый (наименование файла: «4\_реклама1.wav») (далее – реклама1);

блок анонсов второй (наименование файла: «5\_анонс2.wav») (далее – анонс2);

пострекламный фрагмент телепередачи «Повелители» первый (наименование файла: «6\_пострекламный фрагмент1.wav») (далее – пострекламный фрагмент1);

дорекламный фрагмент телепередачи «Повелители» второй (наименование файла: 7\_дорекламный фрагмент2.wav») (далее – дорекламный фрагмент2);

блок анонсов третий (наименование файла: «8\_анонс3.wav») (далее – анонс3);

сообщение о последующей трансляции рекламы второе (наименование файла: 9\_сообщение о рекламе2.wav») (далее – сообщение о рекламе2);

блок рекламы второй (наименование файла: «10\_реклама2.wav») (далее – реклама2);

блок анонсов четвертый (наименование файла: «11\_анонс4.wav») (далее – анонс4).

Результаты измерения:

Измерение уровня громкости фрагментов записи телепрограммы показало следующие результаты, отраженные в протоколе измерений уровней громкости аудиофрагментов № 170982 программно-аппаратного комплекса «АСК-громкость»:

дорекламный фрагмент1 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 43 минуты, продолжительность 300,00 секунд, значение громкости фрагмента - 0,4 LUFS;

анонс1 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 43 минуты, продолжительность 15,96 секунд, значение громкости фрагмента -19,3 LUFS;

сообщение о рекламе1 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 43 минуты, продолжительность 8,02 секунд, значение громкости фрагмента - 9,7 LUFS;

реклама1 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 45 минут, продолжительность 79,99 секунд, значение громкости фрагмента -19,0 LUFS;

анонс2 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 45 минут, продолжительность 40,02 секунд, значение громкости фрагмента -18,9 LUFS;

пострекламный фрагмент1 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 50 минут, продолжительность 300,00 секунд, значение громкости фрагмента -20,2 LUFS;

дорекламный фрагмент2 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в

6 часов 55 минут, продолжительность 300,00 секунд, значение громкости фрагмента 20,6 LUFS;

анонс3 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 56 минут, продолжительность 40,00 секунд, значение громкости фрагмента -20,7 LUFS;

сообщение о рекламе2 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 56 минут, продолжительность 7,99 секунд, значение громкости фрагмента -19,3 LUFS;

реклама2 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 58 минут, продолжительность 109,96 секунд, значение громкости фрагмента -19,0 LUFS;

анонс4 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 16 часов 58 минут, продолжительность 17,06 секунд, значение громкости фрагмента -19,7 LUFS.

Измерение соотношения уровня громкости звука блоков рекламы (анонсов), сообщений о рекламе и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи выявило следующее:

уровень громкости звука анонса1 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента1 на 1,1 дБ;

уровень громкости звука анонса1 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента1 на 0,9 дБ;

уровень громкости звука сообщения о рекламе1 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента1 на 0,8 дБ;

уровень громкости звука сообщения о рекламе1 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента1 на 0,5 дБ;

уровень громкости звука рекламы1 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента1 на 1,4 дБ;

уровень громкости звука рекламы1 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента1 на 1,2 дБ;

уровень громкости звука анонса2 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента1 на 1,5 дБ;

уровень громкости звука анонса2 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента1 на 1,3 дБ;

уровень громкости звука анонса3 тише уровня громкости звука дорекламного фрагмента2 на 0,1 дБ;

уровень громкости звука сообщения о рекламе2 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента2 на 1,4 дБ;

уровень громкости звука рекламы2 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента2 на 1,7 дБ;

уровень громкости звука анонса4 превышает уровень громкости звука

дорекламного фрагмента2 на 1,0 дБ.

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 блока рекламы и анонсов и уровня громкости звука прерываемой им телепередачи выявлено, что уровень громкости звука рекламы2 (второй блок рекламы, файл «10\_реклама2.wav») превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента2 (файл «7\_дорекламный фрагмент2.wav») на 1,7 дБ.

в эфире радиостанции «Склифосовский» (вещание с 22:15 до 22:42).

дорекламный фрагмент телепередачи «Склифосовский» (наименование файла: «1\_дорекламный фрагмент1.wav») (далее – дорекламный фрагмент1);

блок анонсов первый (наименование файла: «2\_анонс1.wav») (далее – анонс1);

сообщение о последующей трансляции рекламы (наименование файла: «3\_сообщение о рекламе1.wav») (далее – сообщение о рекламе1);

блок рекламы (наименование файла: «4\_реклама1.wav») (далее – реклама1);

блок анонсов второй (наименование файла: «5\_анонс2.wav») (далее – анонс2);

пострекламный фрагмент телепередачи «Склифосовский» (наименование файла: «5\_пострекламный фрагмент1.wav») (далее – пострекламный фрагмент1).

Результаты измерения:

Измерение уровня громкости фрагментов записи телепрограммы показало следующие результаты, отраженные в протоколе измерений уровней громкости аудиофрагментов № 749281 программно-аппаратного комплекса «АСК-громкость»:

дорекламный фрагмент1 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 10 часов 16 минут, продолжительность 300,00 секунд, значение громкости фрагмента - 2,8 LUFS;

анонс1 – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 10 часов 16 минут, продолжительность 40,00 секунд, значение громкости фрагмента - 19,1 LUFS;

сообщение о рекламе<sup>1</sup> – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 10 часов 16 минут, продолжительность 7,96 секунд, значение громкости фрагмента -19,7 LUFs;

реклама<sup>1</sup> – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 10 часов 19 минут, продолжительность 160,97 секунд, значение громкости фрагмента -19,8 LUFs;

анонс<sup>2</sup> – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 10 часов 20 минут, продолжительность 35,00 секунд, значение громкости фрагмента -20,4 LUFs;

пострекламный фрагмент<sup>1</sup> – измерение произведено «11» апреля 2016 года в 10 часов 25 минут, продолжительность 300,00 секунд, значение громкости фрагмента -21,7 LUFs.

Измерение соотношения уровня громкости звука блока рекламы (анонсов), сообщения о рекламе и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи выявило следующее:

уровень громкости звука анонса<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 3,7 дБ;

уровень громкости звука анонса<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука острекламного фрагмента<sup>1</sup> на 2,6 дБ;

уровень громкости звука сообщения о рекламе<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента<sup>1</sup> на 3,1 дБ;

уровень громкости звука сообщения о рекламе<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 1,9 дБ;

уровень громкости звука рекламы<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 3,1 дБ;

уровень громкости звука рекламы<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука острекламного фрагмента<sup>1</sup> на 1,9 дБ;

уровень громкости звука анонса<sup>2</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 2,4 дБ;

уровень громкости звука анонса<sup>2</sup> превышает уровень громкости звука острекламного фрагмента<sup>1</sup> на 1,3 дБ.

Как показали измерения, только в одном случае – при трансляции второго блока анонсов (наименование файла «5\_анонс2.wav») уровень его громкости не превышает более чем на 1,5 дБ уровень громкости звука пострекламного фрагмента (наименование файла «6\_пострекламный фрагмент1.wav») и составляет 1,3 дБ.

В остальных случаях превышение громкости звука составляет от 1,9 дБ до 3,7 дБ.

Таким образом, по результатам проведенного измерения аналогового эфирного вещания телеканала «6ТВ» выявлено превышение уровня громкости звука рекламы, анонсов и сообщения о рекламе над уровнем громкости телепрограммы.

соответствии с [частью 7 статьи 38](#) Закона о рекламе рекламодатель

несет ответственность за нарушение требований, установленных [статьей 14](#) Закона.

Телевизионное вещание телеканала «6ТВ» на территории Хабаровского края осуществляет ООО «СЭТ» на основании лицензии № 21858 от 007 сентября 2012 г., следовательно, общество является рекламодателем и несет ответственность за нарушение требований статьи 14 ФЗ «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «СЭТ», согласившись с выявленными нарушениями, пояснила, что превышение громкости рекламы происходит, прежде всего, потому, что рекламные ролики создаются различными производителями с разным уровнем громкости, некоторые ролики ставятся в прокат из архива без выравнивания звука.

Телепрограммы, транслировавшиеся на канале «6 ТВ», также разные – выходящие в прямой эфир и в записи, соответственно уровень звука тоже разный.

Для выравнивания громкости звука рекламы и телепередач в телекомпании используется специальное оборудование, однако недоработки в его применении стали причиной выявленных нарушений рекламного законодательства.

Несмотря на то, что в действиях телекомпании, результатом которых стало превышение уровня громкости рекламы, отсутствует злой умысел, поскольку это может привести к оттоку зрителя, в чем ООО «СЭТ» не заинтересовано.

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 N 508, комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространенную ООО «СЭТ» 17.03.2016 г. на телеканале «6 В», нарушающей [часть 12 статьи 14](#) Закона о рекламе, поскольку в ней значение громкости звука превысило более чем на 1,5 дБ значение громкости звука прерываемой рекламой телепередачи.

2. Выдать ООО «СЭТ» [предписание](#) о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного [частью 1 статьи 14.3](#) Кодекса Российской Федерации об

Административных правонарушениях, в отношении ООО «СЭТ».

Решение изготовлено в полном объеме 25 августа 2016 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Предписание  
о прекращении нарушения законодательства  
Российской Федерации о рекламе

25 августа 2016 года

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

...>, руководитель управления;

Члены Комиссии:

...>– главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения 25 августа 2016 г. по делу № 4-05/81 о признании надлежащей рекламы, транслировавшейся 17.03.2016 г. на телеканале «6 ТВ», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:



ООО «СЭТ» (ИНН 2722006291, место нахождения: 680000, г. Хабаровск, ул. Ережинского, 34-а) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего уведомления прекратить распространение на телеканале «6ТВ» сообщения о рекламе, рекламы и анонсов, уровень громкости звука которых превышает уровень громкости звука прерываемой ими телепрограммы.

2. ООО «СЭТ» (ИНН 2722006291, место нахождения: 680000, г. Хабаровск, ул. Ережинского, 34-а) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 12.09.2016 г.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).