

РЕШЕНИЕ

по делу № 06-06/86-2017

21 ноября 2017 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

рассмотрев дело № 06-06/86-2017 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения акционерным обществом «Омские Медиа» (ИНН 5501047601, ОГРН 1025500529603, юридический адрес: 644100, г. Омск, пр. Королева, д. 1) (далее – АО «Омские Медиа», Общество) в эфире ЭСМИ «ОРТРК-12 Канал» на 12 ТВК в г. Омске рекламы, содержащей признаки нарушения требований частей 1 и 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие представителя АО «Омские Медиа», извещенного надлежащим образом (ходатайство от 21.11.2017 исх. № 180),

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе специалистами Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области 10.10.2017 в период с 18:00 до 22:00 часов (справка от 11.10.2017), 11.10.2017 в периоды с 07:00 до 09:00 часов и с 14:00 до 16:00 часов (справка от 12.10.2017), 23.10.2017 в период с 18:00 до 24:00 часов, 24.10.2017 в период с 07:00 до 14:00 часов (справка от 25.10.2017) был проведен мониторинг эфира ЭСМИ «ОРТРК-12 Канал» на предмет соблюдения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В результате мониторинга установлено следующее:

1. В соответствии с частью 1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

В нарушение указанной нормы в выпусках телепрограммы «Час новостей» 23.10.2017 в 19.30 часов, 24.10.2017 в 08.00, 09.00 и 11:00 часов без предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы распространялась реклама:

«Корреспондент: Выйти на пенсию - не значит выпасть из жизни. Современные пенсионеры не только занимаются спортом и обрабатывают свой дачный участок, но и активно пользуются кредитными предложениями.

Управляющая ПАО КБ «Восточный» города Омска Елена Семенова: 20% всех заемщиков России – пенсионеры. В последние несколько лет они все активнее берут кредиты. Мы это отмечаем и у нас в банке «Восточный». Чаще всего они вкладывают средства в благоустройство своих загородных участков, покупку инвентаря или садовой техники. Многие пенсионеры также автолюбители. Поэтому часть средств идет на обслуживание машины. Ну и на подарки детям и внукам - без этого никуда.

Корреспондент: Получается и пожилым есть на что направить заемные средства. Но одной пенсии на исполнение всех желаний не всегда достаточно. Поэтому банки охотно идут на сотрудничество с нашими пенсионерами и дают кредиты.

Управляющая ПАО КБ «Восточный» города Омска Елена Семенова: Мы всегда рады клиентам старшего возраста в нашем банке. Они, как правило, очень ответственные заемщики и с ними практически никогда не возникает никаких проблем. Они очень грамотно распоряжаются своим бюджетом, поэтому в банке «Восточный» пенсионеры вправе рассчитывать на кредит на очень гибких и выгодных условиях, которого хватит на все их нужды: и на новый мотокультиватор, и на ремонт машины и на планшет внуку.

Корреспондент: Пенсия - лучшее время, чтобы жить в свое удовольствие. Если для реализации своих планов старшему поколению потребуются деньги, то получить их всегда быстро и удобно можно в банке «Восточный».

Вышеуказанный ролик, размещенный в выпусках телепрограммы «Час новостей», представляет собой совокупность аудиовизуальных сообщений о потребительских свойствах предлагаемой к продаже услуге - кредиту, по характеру распространения адресован неопределенному кругу лиц, направлен на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования, способствуют продвижению его на рынке, то есть обладает всеми признаками рекламы, соответственно, информация, содержащаяся в данном ролике, подпадает под понятие «реклама».

2. Общая продолжительность рекламы, распространенной в период с 18:00 до 19:00 часов 10 октября 2017 года, и в периоды с 07:00 до 08:00 часов, с 08:00 до 09:00 часов, с 15:00 до 16:00 часов 11 октября 2017 года превысила 15 процентов времени вещания в течение часа.

Согласно требованиям части 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» общая продолжительность распространенной в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как телемагазины), прерывания телепрограммы рекламой (в том числе спонсорской рекламой) и совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы не может превышать **пятнадцать процентов времени вещания в течение часа.**

С учетом указанной нормы общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы не должна превышать 09 минут или 540 секунд в течение часа вещания телепрограммы.

Фактически общая продолжительность рекламы, распространенной АО «Омские Медиа», составила:

1. 10 октября 2017 года в период с 18:00 до 19:00 часов - **1091 секунд**, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **866 секунды**,

- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **225 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **30 %** времени вещания в течение часа.

2. 11 октября 2017 года:

В период с 07:00 до 08:00 часов - **1188 секунд**, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **631 секунд**,

- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **557 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **33 %** времени вещания в течение часа.

В период с 08:00 до 09:00 часов - 750 секунд, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **750 секунд**,
- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **0 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **20 %** времени вещания в течение часа.

В период с 15:00 до 16:00 часов - 932 секунды, с учетом

- прерывания телепрограммы рекламой (в т.ч. такой, как телемагазины) - **574 секунд**,
- способом совмещения рекламы с телепрограммой («бегущая строка») – **358 секунд**.

Таким образом, в указанный период общая продолжительность распространенной рекламы составила около **25 %** времени вещания в течение часа.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 1 и 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».

Согласно информации, представленной на официальном сайте Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, учредителем телеканала «ОРТК-12 Канал» является АО «Омские Медиа» (644100, г. Омск, пр. Королева, д. 1), следовательно, АО «Омские Медиа» является рекламодателем, т.е. лицом, осуществляющим распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

На запрос Омского УФАС России АО «Омские Медиа» были представлены пояснения от 16.11.2017 № 172 ,согласно которым: «...В ходе изготовления и подготовке к выходу в эфир вышеуказанный сюжет нами расценивался не как рекламный, а именно информационный сюжет, сообщающий телезрителям актуальную информацию об имеющихся в Омске и Омской области товарах и услугах, следовательно, прерывание телепередачи «Час новостей» осуществлялось без предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы.

Общая продолжительность рекламы, распространенной в период с 18:00 до 19:00 часов 10 октября 2017 года, и в периоды с 07:00 до 08:00, с 08:00 до 09:00, с 15:00 до 16:00 11 октября 2017 года превысила 15 процентов времени вещания в течение часа.

Указанное нарушение имело место быть в результате сбоя программного обеспечения эфирного сервера нашего партнера ООО «СофтЛаб-НСК» (г. Новосибирск), о чем свидетельствуют его пояснения от 25.09.2017, представленные на запрос АО «Омские Медиа» в связи с ранее выявленными нарушениями....».

Таким образом, рассмотрев материалы дела, пояснения АО «Омские Медиа», Комиссия Омского УФАС России установила факт нарушения АО «Омские Медиа» **части 1 статьи 14** Федерального закона «О рекламе», выразившийся в отсутствии предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы, и **части 3 статьи 14** Федерального закона «О рекламе», выразившийся в превышении допустимого законодательством Российской Федерации

Федерации о рекламе объема рекламы в телепрограмме в эфире ЭСМИ «ОРТРК-12 Канал» на 12 ТВК в г. в период с 18:00 до 19:00 часов 10 октября 2017 года, и в периоды с 07:00 до 08:00, с 08:00 до 09:00, с 15:00 до 16:00 11 октября 2017 года.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия АО «Омские Медиа» (ИНН 5501047601, ОГРН 1025500529603) нарушающими требования частей 1 и 3 статьи 14 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать АО «Омские Медиа» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по части 2 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 22 ноября 2017 года.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

по делу № 06-06/86-2017

21 ноября 2017 года

город Омск

Комиссия Омского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, врио заместителя руководителя Омского УФАС России,

члены Комиссии: <...>,

на основании своего решения от 21.11.2017 по делу № 06-06/86-2017 о признании действий АО «Омские Медиа» нарушающими требования частей 1 и 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

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, пунктом 3.56.1. Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. АО «Омские Медиа» (ИНН 5501047601, ОГРН 1025500529603, юридический адрес: 644100, г. Омск, пр. Королева, д. 1) в срок **до 05 декабря 2017 года** прекратить нарушение части 1 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», а именно: прерывание телепрограммы «Час новостей» рекламой ПАО КБ «Восточный» предварять сообщением о последующей трансляции рекламы.

2. АО «Омские Медиа» представить в Омское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок **до 08 декабря 2017 года**.

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

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

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии: <...>