

РЕШЕНИЕ

по делу № 003/05/15-453/2024

08 июля 2024 г.

г. Улан-Удэ

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

Председатель Комиссии <...>,

Члены Комиссии:

<...>,

<...>,

рассмотрев дело № 003/05/15-453/2024, по признакам нарушения части 2 статьи 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), по факту превышения норм объема рекламы в эфире радиоканала «Бурятия FM»,

в отсутствие представителей:

заявителя - Управления Роскомнадзора по Республике Бурятия, извещено о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Медиа Лайн» (ИНН 0326514153; ОГРН 1130327008558; 670000, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Сахьяновой, д.9/2, офис 301).

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Бурятия (далее – Бурятское УФАС России) поступили материалы систематического наблюдения Управления Роскомнадзора по Республике Бурятия (вх. от 19.06.2024 № 3373/24) на предмет выявления признаков нарушения части 2 статьи 15 Закона о рекламе по факту превышения норм объема рекламы в эфире радиоканала «Бурятия FM».

Бурятским УФАС России по итогам рассмотрения материалов систематического наблюдения Управления Роскомнадзора по Республике Бурятия в соответствии с Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила № 1922) 24.06.2024 вынесено определение о возбуждении дела № 003/05/15-453/2024 по признакам нарушения части 2 статьи 15 Закона о рекламе, ООО «Медиа Лайн» привлечено к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

Комиссия Бурятского УФАС России, рассмотрев на основании главы 5 Закона о рекламе материалы и обстоятельства дела, установила следующее.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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 - это 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.

В соответствии с частью 2 статьи 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.

Радиопрограмма - совокупность периодических аудиосообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Радиоканал - 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) соответственно иных звуковых сообщений и материалов (ст. 2 Закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 "О средствах массовой информации").

Правила, установленные данным Законом и другими законодательными актами Российской Федерации для радиопрограммы, применяются в отношении радиоканала, если иное не установлено настоящим Законом.

При этом нормы статьи 31 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" предусматривают возможность осуществления радиовещания на основании лицензии на вещание, выданной федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

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.

Соответственно, объем рекламы в каждой радиопрограмме как средстве массовой информации, не должен превышать 20 процентов времени вещания данной радиопрограммы в сутки (за исключением случая, если такая радиопрограмма зарегистрирована как специализирующаяся на сообщениях и материалах рекламного характера).

При этом в объем рекламы, транслирующейся в радиопрограмме, включается любая реклама, распространявшаяся в период трансляции данной радиопрограммы, в том числе региональная реклама, размещавшаяся региональным партнером в федеральном средстве массовой информации (по соответствующему договору между ними).

Из материалов систематического наблюдения следует, что ООО «Медиа Лайн» на основании лицензии на осуществление наземного эфирного вещания Л033-00114-77/00059669 от 25.07.2012 осуществляет распространение средства массовой информации – радиовещание радиоканала «Бурятия FM» 2 часа в неделю и «Радио Монте-Карло (Radio Monte-Carlo) 166 часов в неделю, общий объем вещания 168 часов в неделю, ежедневно, круглосуточно.

В соответствии с программной концепцией вещания направление вещания информационно-развлекательное, рекламные сообщения и материалы распространяются в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о рекламе.

Согласно анализу записи эфира радиоканала «Бурятия FM» установлено превышение объема распространяемой рекламы: 27.05.2024 объем рекламы составил 29% времени вещания, 28.05.2024 объем рекламы составил 28% времени вещания, 29.05.2024 объем рекламы составил 26% времени вещания, 30.05.2024 объем рекламы составил 39% времени

вещания, 31.05.2024 объем рекламы составил 28% времени вещания, 01.06.2024 объем рекламы составил 51% времени вещания, 02.06.2024 объем рекламы составил 54% времени вещания.

В случае превышения установленного объема рекламы в радиопрограмме ответственность за данное нарушение в силу ч. 7 ст. 38 Закона рекламе несет рекламораспространитель.

Рекламораспространителем, в данном случае, выступает владелец лицензий на вещание средства массовой информации, объем трансляции рекламы в котором превысил установленную Законом о рекламе норму – ООО «Медиа Лайн» (ИНН 0326514153; ОГРН 1130327008558; 670000, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Сахьяновой, д.9/2, офис 301).

Следовательно, в действиях ООО «Медиа Лайн» содержится нарушение части 2 статьи 15 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

С учетом того, что реклама с превышением установленного Законом о рекламе объема распространялась: 27.05.2024, 28.05.2024, 29.05.2024, 30.05.2024, 31.05.2024, 01.06.2024, 02.06.2024 в эфире радиоканала «Бурятия FM» основания для выдачи предписания направленного на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении дела, отсутствуют.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать продолжительность рекламной информации в эфире радиоканала «Бурятия FM» 27.05.2024, 28.05.2024, 29.05.2024, 30.05.2024, 31.05.2024, 01.06.2024, 02.06.2024 превышающей 20% времени вещания в течение суток, а ООО «Медиа Лайн» (ИНН 0326514153; ОГРН 1130327008558; 670000, Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Сахьяновой, д.9/2, офис 301) нарушившим требования части 2 статьи 15 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», согласно которой 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.

2. Не выдавать ООО «Медиа Лайн» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Бурятского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 2 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 08 июля 2024 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.