

Генеральному директору ООО «ЮТРК»

<...>

<...>

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 042/05/14-707/2023 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

«06» июня 2023г. г. Кемерово

Заместитель председателя Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, <...>, заместитель руководителя управления, рассмотрев материалы о распространении обществом с ограниченной ответственностью «Юргинская телерадиокомпания» (далее - ООО «ЮТРК», юридический адрес: 652062, Кемеровская область - Кузбасс, г. Юрга, ул. Машиностроителей, дом 51-Б, , ОГРН 1094230000370, Дата присвоения ОГРН 06.04.2009, ИНН 4230026378, КПП 423001001) рекламы, содержащей признаки нарушения части 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

## УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Кемеровской области поступило обращение Управления Роскомнадзора по Кемеровской области - Кузбассу (исх. от 04.05.2023 № 61 10-03/42, вх. от 05.05.2023 № 4268/23) о наличии признаков нарушения требований части 3 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»), а именно требований об общей продолжительности распространяемой рекламы в составе телеканала «Юрга С-1», допущенное вещательной организацией ООО «ЮТРК» в течение суток.

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.

Более того, реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Часть 3 статьи 14 Закона о рекламе предусматривает, что общая продолжительность распространяемой 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 двадцать процентов времени вещания в течение часа и пятнадцать процентов времени вещания в течение суток, за исключением случаев, предусмотренных частями 3.4 и 3.5 настоящей статьи.

При этом, исходя из буквального толкования, ограничения части 3 статьи 14 Закона о рекламе установлены в отношении времени вещания телепрограммы, следовательно, должны соблюдаться применительно к продукции (телепрограммам) каждого средства массовой информации (в том числе телеканала).

Данная норма не устанавливает предельную продолжительность рекламы ни по отношению к вещателю, ни по отношению к телеканалу, а ограничивает время вещания отдельных телепрограмм. Понятие «телепрограммы» Закон о рекламе не содержит.

В соответствии со статьей 2 Закона РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» под телепрограммой понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Таким образом, в случае вещания на одной частоте двух и более средств массовой информации, на вещание которых выдана соответствующая лицензия, объем рекламы в телепрограмме рассчитывается для вещания телепрограмм каждого из них, исходя из времени вещания данного средства массовой информации в определенный промежуток времени.

Соответственно, объем рекламы в каждой телепрограмме, как в средстве массовой информации, не должен превышать двадцать процентов времени вещания в течение часа и пятнадцать процентов времени вещания в течение суток, если такая телепрограмма не зарегистрирована как специализирующаяся на

сообщениях и материалах рекламного характера. При этом в объем рекламы, транслируемой в телепрограмме, включается любая реклама, распространявшаяся в период трансляции данной телепрограммы.

Из материалов дела следует, что в соответствии с лицензией на осуществление телевизионного вещания от 30.03.2022 ЛО33-00114-77/00013701 ООО «ЮТРК» осуществляет вещание двух телеканалов: «Юрга С-1» (свидетельство о регистрации СМИ серии Эл № ТУ 42-01004 от 14.02.2022) и «Че», общий объем вещания в неделю 168 часов. Направление вещания СМИ «Юрга С-1» информационно-развлекательное (новости, события, репортажи, интервью и т.п. Передача музыкальных произведений, композиций и песен. Комедийные программы, шоу, игры, конкурсы, концерты, фильмы, сериалы, мультфильмы и т.д. Трансляция спортивных состязаний, обзора различных видов спорта). Соотношение вещания продукции данного СМИ к общему объему вещания - 10 часов в неделю.

СМИ «Юрга С-1» зарегистрировано в качестве средства массовой информации, не специализирующегося на сообщениях и материалах рекламного характера.

В ходе анализа записей эфира телеканалов «Юрга С-1», «Че» г. Юрга Кемеровской области - Кузбасса за период с 00:00 13.03.2023 по 24:00 19.03.2023 установлено, что объем рекламных сообщений в составе телеканала «Юрга С-1» превышает 15 % времени вещания в течение суток, а именно:

- 13.03.2023 общий объем вещания СМИ «Юрга С-1» составил: 1 час 25 минут 17 секунд либо 5117 секунд в течение суток (из них реклама: 51 минута 02 секунды либо 3062 секунды - 60 % от вещания телеканала «Юрга С-1» в течение суток (за минусом объявлений информационного характера - 51 секунды);
- 14.03.2023 общий объем вещания СМИ «Юрга С-1» составил: 1 час 29 минут 51 секунда либо 5391 секунда в течение суток (из них реклама 46 минут 52 секунды либо 2812 секунд - 52 % от вещания телеканала «Юрга С-1» в течение суток (за минусом объявления информационного характера - 85 секунд);
- 15.03.2023 общий объем вещания СМИ «Юрга С-1» составил: 1 час 33 минуты 29 секунд либо 5609 секунд в течение суток (из них реклама 48 минут 31 секунда либо 2911 секунд - 52 % от вещания телеканала «Юрга С-1» в течение суток (за минусом объявлений информационного характера - 178 секунд);
- 16.03.2023 общий объем вещания СМИ «Юрга С-1» составил: 1 час 44 минуты 54 секунды либо 6294 секунды в течение суток (из них реклама 40 минут 40 секунд либо 2440 секунд - 39 % от вещания телеканала «Юрга С-1» в течение суток (за минусом объявлений информационного характера - 150 секунд);
- 17.03.2023 общий объем вещания СМИ «Юрга С-1» составил: 1 час 43 минуты 2 секунды либо 6182 секунды в течении суток (из них реклама 35 минут 5 секунд либо 2105 секунд - 34 % от вещания телеканала «Юрга С-1» в течение суток (за минусом объявлений информационного характера - 159 секунд);
- 18.03.2023 общий объем вещания СМИ «Юрга С-1» составил: 8 минут 47 секунд либо 527 секунд в течение суток (из них реклама 4 минуты 28 секунд либо 268 секунд - 51 % от вещания телеканала «Юрга С-1» в течение суток (за минусом

объявлений информационного характера - 17 секунд);

- 19.03.2023 общий объем вещания СМИ «Юрга С-1» составил: 1 час 42 минуты 53 секунды либо 6173 секунды (из них реклама 38 минут 28 секунд либо 2308 секунд - 37,4 % от вещания телеканала «Юрга С-1» в течение суток (за минусом объявлений информационного характера - 102 секунды).

Частью 3 статьи 14 ФЗ «О рекламе» установлено, что общая продолжительность распространяемой 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 двадцать процентов времени вещания в течение часа и пятнадцать процентов времени вещания в течение суток, за исключением случаев, предусмотренных частями 3.4 и 3.5 настоящей статьи.

В соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 3 статьи 14 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В данном случае рекламодателем является ООО «ЮТРК» (юридический адрес: 652062, Кемеровская область - Кузбасс, г. Юрга, ул. Машиностроителей, дом 51-Б, ОГРН 1094230000370, Дата присвоения ОГРН 06.04.2009, ИНН 4230026378, КПП 423001001).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 042/05/14-707/2023 по признакам нарушения части 3 статьи 14 ФЗ «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующими в деле:

Заявитель - Управление Роскомнадзора по Кемеровской области - Кузбассу (650991, г. Кемерово, ул. Сарыгина, 7);

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - общество с ограниченной ответственностью «Юргинская телерадиокомпания» (юридический адрес: 652062, Кемеровская область - Кузбасс, г. Юрга, ул. Машиностроителей, дом 51-Б, ОГРН 1094230000370, Дата присвоения ОГРН 06.04.2009, ИНН 4230026378, КПП 423001001)

3. Назначить дело № 042/05/14-707/2023 к рассмотрению на 03 июля 2023 года на 11 часов 00 минут по адресу: 650000, г. Кемерово, ул. Ноградская, д.5, каб. 309. Регистрация участников дела состоится в 10 часов 50 минут в каб. 316.

4. ООО «ЮТРК» необходимо представить в адрес Кемеровского УФАС России в срок до 30 июня 2023 года письменное пояснение по поводу распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 3 статьи 14 ФЗ «О рекламе».

В случае отсутствия какой-либо информации из запрашиваемого перечня или невозможности ее предоставления необходимо указать причины отсутствия данной информации.

Дополнительно сообщаем о возможности рассмотрения дела с использованием систем видеоконференцсвязи или программ, обеспечивающих голосовую видеосвязь посредством сети «Интернет».

Для обеспечения беспрепятственного доступа к видеоконференцсвязи и формирования графика конференций Кемеровское УФАС России просит заблаговременно (не позднее 3 рабочих дней до рассмотрения) сообщить о принятом решении об участии.

При этом полномочия представителей лиц, участвующих в рассмотрении дела, должны быть оформлены в соответствии с законодательством Российской Федерации и направлены в адрес Кемеровского УФАС России с вышеуказанным ходатайством.

О принятом решении надлежит сообщить Кемеровскому УФАС России в течение 3 рабочих дней с момента получения настоящего определения по электронной почте: [fo42@fas.gov.ru](mailto:fo42@fas.gov.ru).

Одновременно сообщаем, что независимо от формы участия в заседании Комиссии Кемеровского УФАС России, все письменные пояснения и документы будут всесторонне изучены и учтены при рассмотрении

Заместитель руководителя управления <...>