РЕШЕНИЕ

«10» августа 2020г. г.Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

….

рассмотрев дело №054/05/14-680/2019, возбужденное по факту распространения рекламной информации в эфире телеканала «РБК-ТВ Новосибирск» с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

….

УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России Управлением Роскомнадзора по Сибирскому федеральному округу переданы материалы, включая техническую запись эфира за период с 14.01.2019г. по 20.01.2019г., ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (вх. 1340 от 15.02.2019г.) по факту превышения объема рекламы от общего объема вещания телеканала «РБК-ТВ Новосибирск».

Согласно заявлению, Управлением Роскомнадзора по Сибирскому федеральному округу в ходе проведения планового мероприятия систематического наблюдения в отношении ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (ОГРН 1165476153490) выявлены признаки нарушения ч.3 ст.14 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», а именно: в ходе анализа эфира за период с 00ч. 00мин. 14.01.2019 по 24ч. 00мин. 20.01.2019 Управлением выявлено, что объем рекламы в течение часа превышает 20% от времени вещания продукции телеканала «РБК-ТВ». В период трансляции в эфире сетевого партнера продукции телеканала «РосБизнесКонсалтинг-ТВ» происходит вещание местных рекламных сообщений, следом за которыми транслируются выходные данные телеканала «РБК-ТВ Новосибирск», в сравнении с временным течением которых, рекламные сообщения превышают разрешенный объем рекламы.

По результатам рассмотрения материалов Новосибирским УФАС России возбуждено настоящее дело. По итогам рассмотрения материалов дела установлено следующее.

Согласно таблице, представленной заявителем, а также записи эфира, СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» производилась трансляция рекламы:

1. 14.01.2019 в период с 18.00ч. до 19.00ч. продолжительностью 39сек. (с 18:38:23 до 18:39:02);
2. 15.01.2019 в период с 18.00ч. до 19.00ч. продолжительностью 39сек. (с 18:57:20 до 18:57:59);
3. 18.01.2109 в период с 18.00ч. до 19.00ч. продолжительностью 55сек. (с 18:37:18 до 18:38:13);
4. 19.01.2109 в период с 14.00ч. до 15.00ч. продолжительностью 25сек. (с 14:25:40 до 14:26:05); с 16.00ч. до 17.00ч. продолжительностью 39сек. (с 16:32:04 до 16:32:43), с 18.00ч. до 19.00ч. продолжительностью 41сек. (с 18:26:06 до 18:26:47), с 21.00ч. до 22.00ч. продолжительностью 40сек. (с 21:20:02 до 21:20:42);
5. 20.01.2019 в период с 12.00ч. до 13.00ч. продолжительностью 34сек. (с 12:41:47 до 12:42:21), с 13.00ч. до 14.00ч. продолжительностью 39сек. (с 13:57:24 до 13:58:03), с 15.00ч. до 16.00ч. продолжительностью 21сек. (с 15:21:24 до 15:21:45).

В соответствии со ст.3 ФЗ «О рекламе», реклама - это информация, распространенная 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.

В соответствии с ч.3 ст.14 ФЗ «О рекламе», 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 ч.ч.3.4 и 3.5 настоящей статьи.

В соответствии с Лицензией от 24.05.2012г. серии ТВ №20882 на осуществление телевизионного вещания объем вещания телеканала (СМИ) «РБК-ТВ Новосибирск» (Свидетельство о регистрации средства массовой информации - Эл № ТУ 54-00816 от 23.09.2016, выданное Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Сибирскому федеральному округу) составляет 28 часов в неделю. Осуществлять вещание должно ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (ул. Красный проспект, д.42, г.Новосибирск, 630099), форма распространения - телевизионное вещание телеканала.

Основные направления вещания СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск» в процентном соотношении: финансовая информация – 30%, экономическая информация – 37%, политическая информация – 25%, спортивная информация – 3%, развлекательная информация – 5%.

С учетом вышеуказанной нормы ФЗ «О рекламе», общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы не должна превышать 12 минут или 720 секунд в течение часа вещания телепрограммы, и 3ч. 36минут в течение суток вещания телепрограммы.

Как следует из материалов дела (регистрационный журнал включений «РБК-ТВ Новосибирск» за период с 14 по 20 января 2019г., эфирная путевка «РБК-ТВ»):

1. 14.01.2019г. в период с 14:38:10 по 19:09:55 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ» (г.Москва). Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 18:38:23 до 18:39:02 продолжительностью 39 секунд составляет 100% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
2. 18.01.2019г. в период с 18:37:09 по 18:38:19 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 18:37:18 до 18:38:13 продолжительностью 39секунд составляет 56% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
3. 19.01.2109 в период с 14:25:29 по 14:26:14 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 14:25:40 до 14:26:05 продолжительностью 25 секунд составляет 56% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
4. 19.01.2109 в период с 16:31:53 до 16:32:43 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 16:32:04 до 16:32:43 продолжительностью 39 секунд составляет 78% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
5. 19.01.2109 в период с 18:25:56 до 18:26:36 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 18:26:06 до 18:26:47 продолжительностью 30 секунд составляет 75% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
6. 19.01.2109 в период с 21:19:53 до 21:21:00 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 21:20:02 до 21:20:42 продолжительностью 40 секунд составляет 60% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
7. 20.01.2109 в период с 12:41:40 до 12:42:25 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 12:41:47 до 12:42:21 продолжительностью 34 секунды составляет 76% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
8. 20.01.2109 в период с 13:57:14 до 13:58:09 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 13:57:24 до 13:58:03 продолжительностью 39 секунд составляет 71% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;
9. 20.01.2109 в период с 15:21:10 до 15:22:32 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Таким образом, рекламный блок, транслировавшийся СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 15:21:24 до 15:21:45 продолжительностью 21 секунда составляет 25% от общего объема вещания в час СМИ телеканала «РБК-ТВ Новосибирск»;

В результате анализа записи эфира установлено, что объем рекламных сообщений телеканала «РБК-ТВ Новосибирск» превышает установленный ФЗ «О рекламе» 20% порог в час в следующие периоды:

1) 18.01.2019г. в период с 18:37:09 по 18:38:19 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ

Новосибирск». Рекламный блок, транслировался СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 18:37:18 до 18:38:13, продолжительность 39 секунд;

2) 19.01.2109 в период с 14:25:29 по 14:26:14 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Рекламный блок, транслировался СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 14:25:40 до 14:26:05, продолжительность 25 секунд;

3) 19.01.2109 в период с 16:31:53 до 16:32:43 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Рекламный блок транслировался СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 16:32:04 до 16:32:43, продолжительность 39 секунд;

4) 19.01.2109 в период с 18:25:56 до 18:26:36 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Рекламный блок транслировался СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 18:26:06 до 18:26:47, продолжительность 30 секунд;

5) 19.01.2109 в период с 21:19:53 до 21:21:00 в эфир транслировалось СМИ «РБК-ТВ Новосибирск». Рекламный блок транслировался СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» с 21:20:02 до 21:20:42, продолжительность 40 секунд.

Таким образом, рассматриваемая реклама, транслируемая СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» не соответствует требованиям ч.3 ст.14 ФЗ «О рекламе».

Нарушение ч.3 ст.14 ФЗ «О рекламе» при трансляции 14.01.2019г. в период с 14:38:10 по 19:09:55 в эфире СМИ «РБК-ТВ» (г.Москва) рекламного блока СМИ «РБК-ТВ Новосибирск», Новосибирским УФАС России не установлено.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.3 ст.14 ФЗ «О рекламе» несет рекламораспространитель. Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В данном случае, с учетом того, что Лицензия на осуществление телевизионного вещания серия ТВ №20882 от 24.05.2012г. предоставлена ООО «РБК-ТВ Новосибирск», рекламораспространителем является ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (ОГРН 1165476153490; ИНН/КПП 5406617940/540601001; юридический адрес: ул. Красный проспект, д.42, оф.406, г.Новосибирск, 630099).

Следовательно, в действиях данного юридического лица усматриваются признаки нарушения ч.3 ст.14 Федеральным законом от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

При этом ООО «РБК-ТВ Новосибирск» в Новосибирское УФАС России 02.04.2019г. вх.№2982 представлен отзыв, в котором изложено следующее.

ООО «РБК-ТВ Новосибирск», осуществляет деятельность на основании Лицензии на осуществление телевизионного вещания серии ТВ № 20882 от 24.05.2012 г., согласно которой ООО «РБК-ТВ Новосибирск» является лицензиатом-вещателем телепрограммы на 21 ТВК и обязано осуществлять вещание в течение 168 часов в неделю. При этом на частоте 21 ТВК транслируются два СМИ: СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» в объеме 28 часов в неделю и СМИ «РосБизнесКонсалтинг-ТВ» в объеме - 140 часов в неделю.

Распределение рекламного времени между двумя СМИ на 21 ТВК происходит следующим образом.

Каждый день сетевой партнер «РБК-ТВ» направляет в адрес « «Эфирную путевку», в которой специально предусмотрены «региональные рекламные блоки» (КРМ) для вещания «РБК- ТВ Новосибирск» на каждые сутки. Именно в предусмотренные Эфирной путевкой «региональные рекламные блоки» «РБК-ТВ Новосибирск» и размещает собственную рекламу.

При этом обычно не все предусмотренные для региональной рекламы блоки используются «РБК- ТВ Новосибирск».

Эфирная путевка предусматривает возможность размещения «региональных рекламных блоков» как в «окнах» регионального вещания «РБК-ТВ Новосибирск», так и в «окнах» вещания сетевого партнера «РБК-ТВ», при сопровождении выходными данными регионального СМИ. Это не противоречит ч. 3 ст. 14 ФЗ «О рекламе» и в полной мере согласуется с положениями акта «О методике подсчета объема вещания телеканалов (радиоканалов)», размещенного на сайте РОСКОМНАДЗОРА (https://16.rkn.gov.ru/directions/mass- communications/control-nadzor-smi/spravka/pl5636/V В связи с этим правомерно возможны две ситуации: 1) в одном часе осуществляется вещание телепрограмм «РБК-ТВ Новосибирск» и размещается реклама «РБК-ТВ Новосибирск», 2) в одном часе ведется трансляция телепрограмм только сетевого партнера «РБК-ТВ» и размещается рекламный блок «РБК-ТВ Новосибирск».

Главное условие Эфирной путевки - общий объем рекламы, распространяемой на 21 ТВК, не должен превышать объем, установленный законодательством РФ о рекламе, а именно 12 минут в час и 216 минут в сутки, что соблюдается обоими партнерами совместно.

Важно, что во исполнение норм ФЗ «О рекламе», а именно ч. 3 ст. 14, сетка вещания составлена так, что совокупный объем рекламы на частоте 21 ТВК, состоящей из «федеральных рекламных блоков» и «региональных рекламных блоков», не превышает установленных законом нормативов, а именно 20% в час и 15% в сутки.

Реклама в формате бегущей строки на 21 ТВК не размещается.

Таким образом, «РБК-ТВ Новосибирск» для осуществления собственного вещания использует предусмотренные «Эфирной путевкой» «региональные рекламные блоки», которые рассчитаны с учетом норм законодательства об объеме рекламы в час и в сутки, благодаря чему на частоте 21 ТВК общий объем рекламы в час и в сутки не превышает предусмотренные нормативы.

«РБК-ТВ Новосибирск» ведет свою деятельность, соблюдая нормы ФЗ «О рекламе». Согласно Лицензии на осуществление телевизионного вещания серии ТВ № 20882 от 24.05.2012г. ООО «РБК-ТВ Новосибирск» является лицензиатом-вещателем телепрограммы на 21 ТВК.

В приложении №1 к данной Лицензии содержатся 3 основных пункта, свидетельствующие о правомерности действий ООО «РБК-ТВ Новосибирск»:

1. Согласно п.1 Приложения №1 к Лицензии на осуществление телевизионного вещания ТВ № 20882 от 24.05.2012 г общий объем вещания телеканала ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (21 ТВК) составляет 168 часов в неделю.

2. Согласно п.2 Приложения №1 к Лицензии на осуществление телевизионного

вещания ТВ № 20882 от 24.05.2012 г. ООО «РБК-ТВ Новосибирск» должно осуществлять вещание на частоте 21 ТВК двух СМИ: СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» в объеме 28 часов в неделю и СМИ «РосБизнесКонсалтинг-ТВ» в объеме - 140 часов в неделю.

3. Согласно ч.3 ст. 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»: «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 3J5 настоящей статьи».

ООО «РБК-ТВ Новосибирск», имеющее право на основании Лицензии № 20882 от 24.05.2012г. осуществлять вещание на 21 ТВК в течение 168 часов в неделю, 24 часов в сутки двух СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» и «РБК-ТВ», также имеет право на распространение рекламы на 21 ТВК в объеме не более 15% в сутки (216 минут) и не более 20% в час (12 минут).

Согласно п.3 Приложения №1 к Лицензии на осуществление телевизионного вещания ТВ № 20882 от 24.05.2012 г. рекламные сообщения должны распространяться вещателем (в данном случае ООО «РБК-ТВ Новосибирск») в порядке, предусмотренном законодательством РФ о рекламе.

При этом распределение объема рекламного времени, допустимого нормами ФЗ «О рекламе», производится между двумя СМИ: ООО «РБК-ТВ Новосибирск» и ООО «РосБизнесКонсалтинг-ТВ» на основании п. 6.3 Лицензионного договора о сетевом партнерстве №17-1201/014 от 01.01.2012г. Объем региональной рекламы от общего объема рекламы, распространяемой в рамках телеканала, и время выхода региональной рекламы определяется договоренностью между сетевыми партнерами.

В связи с вышесказанным следует вывод, что ООО «РБК-ТВ Новосибирск» при распространении рекламы на 21 ТВК соблюдает требования ФЗ «О рекламе» об объеме распространения рекламы, а именно суммарный объем рекламы «РБК-ТВ Новосибирск» и «РБК-ТВ» на 21 ТВК не превышает 20% времени вещания в час и 15% времени вещания в сутки.

В отзыве, представленном в Новосибирское УФАС России 07.05.2019г. вх.№4307 ООО «РБК-ТВ Новосибирск» сообщает следующее.

Ознакомившись с актом, ООО «РБК-ТВ Новосибирск» полагает обстоятельства и выводы, изложенные в нем, не соответствующими фактическим обстоятельствам, а именно:

1. Действительно, как указывает Роскомнадзор, согласно Лицензии на осуществление телевизионного вещания серии ТВ № 20882 от 24.05.2012 г. (далее - Лицензия) ООО «РБК-ТВ Новосибирск» является лицензиатом-вещателем телепрограммы на 21 ТВК.

Следовательно, вещатель ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (21 ТВК) отвечает за 168

часов вещания в неделю, 24 часа в сутки, 60 минут в час на частоте 21 ТВК (п.1 Приложения №1 к Лицензии).

2. Несмотря на то, что согласно п.2 Приложения №1 к Лицензии на частоте 21 ТВК осуществляется трансляция двух СМИ (СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» в объеме 28 часов в неделю и СМИ «РосБизнесКонсалтинг-ТВ» в объеме 140 часов в неделю), объем рекламного времени в час и в сутки должен подсчитываться из расчета от 60 минут в час и 24 часов в сутки, не зависимо от того, какое СМИ вещает в это время.

В подтверждение этому - буквальное толкование ч 3. ст. 14 ФЗ «О рекламе», в котором нет указания на разделение эфирного и, следовательно, рекламного времени на отдельные СМИ. Объем 20% вещания в час и 12% вещания в сутки рассчитывается от общего времени вещания на определенной частоте. В нашем случае телеканал «РБК-ТВ Новосибирск», имеющий право на основании Лицензии № 20882 от 24.05.2012 г. осуществлять вещание на 21 ТВК в течение 168 часов в неделю, 24 часов в сутки, 60 минут в час и транслировать сразу два СМИ «РБК-ТВ Новосибирск» и «РБК-ТВ», также имеет право на распространение рекламы на 21 ТВК в объеме не более 15% в сутки (216 минут) и не более 20% в час от всего времени.

3. Согласно п.3 Приложения №1 к Лицензии на осуществление телевизионного вещания ТВ № 20882 от 24.05.2012 г. рекламные сообщения должны распространяться вещателем (в данном случае ООО «РБК-ТВ Новосибирск») в порядке, предусмотренном законодательством РФ о рекламе.

При этом распределение объема рекламного времени, допустимого нормами ФЗ «О рекламе», производится между двумя СМИ: ООО «РБК-ТВ Новосибирск» и ООО «РосБизнесКонсалтинг-ТВ» на основании п. 6.3 Лицензионного договора о сетевом партнерстве №17-1201/014 от 01.01.2012 г. Объем региональной рекламы от общего объема рекламы, распространяемой в рамках телеканала, и время выхода региональной рекламы определяется договоренностью между сетевыми партнерами.

Согласно отзыву Общества вх.№6624 от 10.07.2019г., Общество несогласно с УФАС и не усматривает в своих действиях указанных выше нарушений. Общество в указанные в Определении даты распространяло информацию (вещало), в соответствии с лицензией ТВ № 20882 от 24.05.2012 года.

В указанные даты единственным вещателем (распространителем информации) на соответствующей частоте являлось Общество. Распространение рекламы Обществом, как в указанные в Определении часы, так и в другие часы в указанные даты не превышало порога 20% от общего времени вещания (распространения информации) в час. Это полностью подтверждается материалами дела.

Подсчеты времени вещания рекламы по отношению к общему времени вещания, приведенные УФАС в определении на 2 и 3 странице, по мнению ООО «РБК-ТВ Новосибирск» основаны на неверном и необоснованно расширенном толковании ч. 3 ст. 14 закона «О рекламе».

Кроме того, УФАС неоднократно указывало, что объем местной рекламы транслируемой в период распространения продукции федерального средства

массовой информации, учитывается, как реклама, распространенная именно в составе федерального средства массовой информации (иными словами, такая реклама является также контентом федерального СМИ). При этом в данной ситуации УФАС, в противоречие указанной позиции на 2 и 3 странице Определения подсчитывает объем местной рекламы, как отдельный эпизод распространения местного СМИ, что также противоречит законодательству «О СМИ».

Таким образом, с учетом того, что в указанные даты в каждом часе вещания общий объем распространенной рекламы не превышает 20% от общего объема распространенной информации (объем вещания), Общество не усматривает в своих действиях признаков нарушения, установленного ч. 3 ст. 14 закона «О рекламе».

В отзыве на Определение о возобновлении производства по делу №054/05/14-680/2019, ООО «РБК-ТВ Новосибирск» сообщает, что Общество не согласно с Определением и не усматривает в своих действиях нарушений, установленных УФАС.

Общество является единственным обладателем и распространителем контента на 21 ТВК. Согласно вещательной лицензии ТВ №20882 от 24.05.2012 года (далее - Лицензия), Общество осуществляет свою деятельность в соответствии с законодательством РФ, в том числе соблюдает условия по распространению рекламы.

Пункт 1 приложения 1 Лицензии информирует об общем объеме вещания в неделю - 168 часов.

Пункт 2 приложения 1 Лицензии содержит наименования распространяемых СМИ, их соотношение к общему объему вещания и процентное соотношение направлений вещания.

Пункт 3 приложения 1 Лицензии уведомляет о распространении рекламных сообщений и материалов в порядке, предусмотренном ФЗ «О рекламе».

Пункт 4 приложения 1 Лицензии сообщает о дате начала вещания.

Исходя из содержания данной Лицензии и содержания ч. 3 ст. 14 ФЗ «О рекламе» Общество (с правами на круглосуточное вещание) не видит бесспорных оснований по разделению Новосибирским Управлением ФАС рекламы на СМИ (федеральное и региональное). УФАС не поясняет, почему закон «О рекламе» должен применяться к отдельным СМИ, а не к общему вещанию (совокупности СМИ), как это и прописано пунктом 3 в приложении Лицензии. Также не понятно, по каким правовым нормам разделяется контент телеканала на СМИ и как рассчитывается хронометраж рекламы. Судя по видеозаписям в материалах дела, хронометраж рекламы подсчитан неверно.

По закону «О рекламе» субъектами правоотношений являются рекламораспространитель, реклама (/объект рекламирования) и потребитель рекламы (ст.3 ФЗ «О рекламе»). В сфере телевидения потребителем рекламы является телезритель, а рекламораспространителем - вещатель, в нашем конкретном случае - ООО «РБК-ТВ Новосибирск», а не средство массовой информации.

Следовательно, исходя из текста нормы закона «О рекламе», объем рекламы соотносится с вещанием, которое осуществляет рекламораспространитель, и общая продолжительность рекламы в составе ТВК (телевизионного канала) должна определяться путем суммирования рекламы двух различных телепрограмм (телеканалов) - регионального СМИ и федерального СМИ.

Целью правового регулирования (ч. 3 ст. 14 Закона «О рекламе») является ограничение рекламной нагрузки на телезрителей в общем объеме вещания в конкретном часе и в сутки. В предъявляемых Новосибирским Управлением ФАС нарушениях нет никакой чрезмерной рекламной нагрузки на телезрителя. Общество не злоупотребляло рекламой и не увеличивало её объемы. В общем объеме вещания на 21 ТВК реклама не превышала установленный 20% порог в час.

Применение Новосибирским Управлением ФАС норм закона «О рекламе» по принципу разделения рекламы и вычисления её процентного соотношения относительно отдельных СМИ ведет к ограничениям коммерческой деятельности телеканала. Такая интерпретация закона кардинально меняет его смысл и необоснованно ущемляет права регионального телеканала в сфере рекламных правоотношений.

Данные доводы Общества рассмотрены Новосибирским УФАС России. Не приняты по следующим основаниям.

Требование к рекламе, размещаемой в телепрограммах и телепередачах установлены статьей 14 Федерального закона «О рекламе».

Понятие телепрограммы содержится в статье 2 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», в соответствии с которой под телепрограммой понимается совокупность периодических аудио сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное наименование (название) и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год.

Согласно той же статьи под телеканалом понимается сформированная в соответствии с сеткой вещания (программой передач) и выходящая в свет (эфир) под постоянным наименованием (названием) и с установленной периодичностью совокупность телепрограмм и (или) соответственно иных сообщений и материалов. Правила, установленные настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации для телепрограммы, применяются в отношении телеканала, если иное не установлено настоящим Законом

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

В случае вещания на одной частоте двух и более телепрограмм, на вещание которых выдана соответствующая лицензия, объём рекламы в телепрограмме рассчитывается для каждой телепрограммы, исходя из времени вещания данного средства массовой информации в сутки.

Соответственно, объём рекламы в каждой телепрограмме, как 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 объём рекламы, транслирующейся в телепрограмме, включается любая реклама, распространявшаяся в период трансляции данной телепрограммы.

Так, например, региональная реклама, размещавшаяся региональным партнёром в федеральном средстве массовой информации (по соответствующему договору между ними), учитывается в объёме рекламы федерального средства массовой информации.

Следовательно, реклама, размещавшаяся региональным партнёром в телепрограмме федерального средства массовой информации, не учитывается в объёме рекламы, транслируемой таким региональным партнёром в региональном средстве массовой информации.

Субъекты ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе установлены в ст.38 ФЗ «О рекламе». При этом к административной ответственности, согласно нормам КоАП РФ, привлекается лицо, виновное в совершении правонарушения.

В соответствии с ч.7 ст.38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных ст. 14 ФЗ «О рекламе», несет рекламораспространитель. В данном случае, таким рекламораспространителем является владелец лицензии на вещание средства массовой информации, объем трансляции рекламы, в котором превысил установленную Законом норму.

Лицензия на осуществление телевизионного вещания серия ТВ №20882 от 24.05.2012г. предоставлена ООО «РБК-ТВ Новосибирск», рекламораспространителем является ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (ОГРН 1165476153490; ИНН/КПП 5406617940/540601001; юридический адрес: ул. Красный проспект, д.42, оф.406, г.Новосибирск, 630099).

Следовательно, в действиях данного юридического лица усматривается нарушение ч.3 ст.14 Федеральным законом от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

Также Новосибирское УФАС России отмечает следующее.

Срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение законодательства РФ о рекламе установлен ч.1 ст.4.5 КоАП РФ и составляет один год со дня совершения правонарушения.

В соответствии с пп.6 ч.1 ст.24.5 КоАП РФ истечение срока давности привлечения к ответственности является одним из обстоятельств, исключающих производство по делу об административном правонарушении.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

РЕШИЛА:

1. Признать продолжительность рекламной информации в эфире телеканала средства массовой информации «РБК-ТВ Новосибирск» 14.01.2019г., 18.01.2019г., 19.01.2019г., превышающей двадцать процентов времени вещания в течение часа,

а ООО «РБК-ТВ Новосибирск» (ОГРН 1165476153490; ИНН/КПП 5406617940/540601001; юридический адрес: ул. Красный проспект, д.42, оф.406, г.Новосибирск, 630099) нарушившим ч.3 ст.14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:

- общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы (в том числе такой рекламы, как теле магазины), 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.

2. Выдать ООО «РБК-ТВ Новосибирск» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме "24" августа 2020г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.