

РЕШЕНИЕ

01 декабря 2020 года
Липецк

г.

Резолютивная часть решения объявлена 26 ноября 2020 года.

Решение в полном объеме изготовлено 01 декабря 2020 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии:

Д.А. Шелестенко заместитель руководителя управления - начальник отдела защиты конкуренции,

Члены комиссии:

Д.Д.Тарабрина ведущий специалист-эксперт отдела защиты конкуренции,

К.Г. Копылова государственный инспектор отдела защиты конкуренции,

при рассмотрении дела № 048/05/14-1043/2020, возбужденного по признакам нарушения части 1 статьи 14 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии:

представителей лица, в чьих действиях содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - областного бюджетного учреждения «Телевизионная и радиовещательная компания «Липецкая время» (<...>) (далее - ОБУ «ТРК «Липецкое время») – <...> (по доверенности), <...> (по доверенности),

УСТАНОВИЛА:

В Липецкое УФАС России поступило обращение из Управления Роскомнадзора по Липецкой области о признаках рекламного законодательства, выразившихся в прерывании 26.10.2020 г. на телеканале «Липецкое время» телепередачи «Будильник» рекламой без сообщения о последующей трансляции рекламы.

В качестве подтверждения нарушения законодательства о рекламе, а именно отсутствия объявления о начале демонстрации рекламы, к материалам приложен DVD-диск с записью телепередачи «Будильник».

Статья 1 Закона о рекламе в числе целей данного Федерального закона устанавливает, в том числе, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Согласно п. 1 ст. 3 Закона реклама – 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

п. 2 ст. 3 Закона о рекламе говорит, что объект рекламирования – 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 представленном Управлением Роскомнадзора по Липецкой области видеоролике после рубрики «Календарь телеканала Липецкое время» (в 11 часов 08 минут 26.10.2020 г.) в телепередаче «Будильник» начинается распространение видеороликов, где объектами рекламирования являются:

- промышленные масла и смазки «Рентаком»;
- ОГУП «Липецкфармация»;
- инновационный сосудистый центр МЦ «Диагностика плюс»;
- лечение варикоза в клинике «Варикоза нет»;

- фитнес-клуб «Нептун»;
- магазин «Электрощит»;
- радио «Липецк FM».

Указанная информация, распространявшаяся 26.10.2020 г. на телеканале «Липецкое время» после рубрики «Календарь телеканала Липецкое время» (в 11 часов 08 минут) в телепередаче «Будильник», соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Закона о рекламе и является рекламной.

В соответствии с частью 1 статьи 14 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 отношении прерывания телепрограммы, телепередачи рекламой в части 1 статьи 14 Закона о рекламе установлено требование о необходимости предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы. Закон не обуславливает данное требование определенным способом осуществления указанного сообщения, соответственно такое сообщение может быть сделано как только визуальными средствами (путем размещения соответствующего текста в кадре) или только аудиосообщением без размещения соответствующего текста, так и совместно аудиальным и визуальным способом.

В противоречие ч. 1 ст. 14 Закона о рекламе, в рассматриваемом случае отсутствует предварительное сообщение в телепередаче «Будильник» о последующей трансляции рекламы.

Таким образом, реклама, распространявшаяся 26.10.2020 г. на телеканале «Липецкое время» после рубрики «Календарь телеканала Липецкое время» (в 11 часов 08 минут) в телепередаче «Будильник», где объектами рекламирования являются:

- промышленные масла и смазки «Рентаком»;
- ОГУП «Липецкфармация»;
- инновационный сосудистый центр МЦ «Диагностика плюс»;
- лечение варикоза в клинике «Варикоза нет»;

- фитнес-клуб «Нептун»;

- магазин «Электрощит»;

- радио «Липецк FM», содержит признаки нарушения части 1 статьи 14 Закона о рекламе.

В соответствии с информацией, представленной ОБУ «ТРК «Липецкое Время», в учреждении в целях автоматизации эфирного вещания установлена универсальная многофункциональная система «Форвард», предусматривающая широкий спектр возможных применений, а именно, выдачу в эфир (на запись) ранее подготовленных материалов, рекламных блоков, заставок, перебивок, компьютерных декораций для виртуальной студии, а также возможности титровальной машины для наложения на проходящий сигнал всевозможных титров, логотипов, бегущей строки, анимации и прочих элементов оформления эфира. В августе 2020 года разработчик системы «Форвард» выпустил новое программное обеспечение и рекомендовал обновить программу на вещательном сервере. Данное обновление программного ПО устанавливалось на сервере учреждения в течение 2-3 недель. В один из дней установки ПО произошло непредвиденное отключение электроэнергии, что повлекло за собой сбой установки. 26.10.2020г. на телеканале «Липецкое время» в телепередаче «Будильник» заставка о последующей трансляции рекламы не вышла, так как должна была автоматически примениться программой, но из-за некорректно установленного обновления, сервер выбрал иную заставку (отбивку), подходящую по хронометражу. Указанное нарушение было устранено в кратчайшие сроки.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе, рекламораспространитель несет ответственность за нарушение ст. 14 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Вещателем СМИ телеканала «Липецкое время» (лицензия ЭЛ № ФС77-75869 от 24.05.2019 г.) является ОБУ «ТРК «Липецкое Время» (<...>).

В рассматриваемом случае рекламораспространителем является ОБУ «ТРК «Липецкое Время».

Определением о возбуждении дела от 06.11.2020 №048/05/14-1043/2020 рассмотрение назначено на 26.11.2020 в 14 часов 20 минут.

Представители ОБУ «ТРК «Липецкое Время» с вмененным нарушением согласились, пояснив, что в один из дней установки ПО системы «Форвард» произошло непредвиденное отключение электроэнергии, что повлекло за собой сбой установки и отразилось на некорректной работе при трансляции рекламы в телепередаче «Будильник». Указанное нарушение было устранено в кратчайшие сроки.

Из материалов дела следует, что данное нарушение не носит систематический характер, было однократным, вследствие чего нарушение устранено.

В связи с прекращением распространения вышеуказанной рекламы, необходимость в выдаче предупреждения ОБУ «ТРК «Липецкое Время» отсутствует.

Таким образом, Комиссия Липецкого УФАС России приходит к выводу о наличии нарушения части 1 статьи 14 Закона о рекламе в рассматриваемой рекламе.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь пунктом 1 части 2 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 ненадлежащей рекламу, распространявшуюся 26.10.2020 г. на телеканале «Липецкое время» после рубрики «Календарь» телеканала Липецкое время» (в 11 часов 08 минут) в телепередаче «Будильник»,

2. Не выдавать предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе, в связи с прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лиц,

допустивших нарушение рекламного законодательства Российской Федерации.