

д/л ООО «ОТК».

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения оглашена 24.03.2020 года.

В полном объеме решение изготовлено 01.04.2020 года.

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

Председатель – заместитель руководителя управления-начальник
Комиссии: отдела,

Члены Комиссии:

рассмотрев дело №032/05/14-339/2020, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (положения части 3, части 3.5 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», далее по тексту Закона о рекламе, ФЗ «О рекламе») по факту распространения рекламы несоответствующей требованиям законодательства о рекламе, в отсутствие лица, в отношении которого возбуждено дело о нарушении законодательства о рекламе,

УСТАНОВИЛА:

В Брянское УФАС России поступило обращение физического лица (от 31.01.2020 №01-03-02-02-79/32) перенаправленное Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Брянской области вх. №1175 от 10.02.2020 (вх. 928 от 17.01.2020) по вопросу распространения рекламы на кабельном телевидении «ОТК» телекомпании ООО «Клинцы-ТВ» (продление срока рассмотрения заявления от 11.02.2020 исх. 1103).

В ходе проведения мониторинга представленной эфирной записи телевещания на телеканале «ОТК (Общественное телевидение Клинцы)» от 16.01.2020 с 15.00 до 18.00 специалистами Брянского УФАС России установлены следующие факты.

Реклама на телеканале «ОТК (Общественное телевидение Клинцы)» осуществляется способом «бегущей строки» постоянно (непрерывно).

При данном способе «бегущей строки», распространяется информация как информационного характера (о времени работы ЗАГС, о приеме на работу людей с ограниченными возможностями, о продаже квартир), так и информация рекламного характера.

К такой информации относится: информация о проведении техосмотра (продолжительность 36 секунд), реклама фотостудии (продолжительность 23 секунды), реклама видеосъемки торжеств (продолжительность 21 секунда).

Таким образом, при непрерывной трансляции данной рекламы рекламные блоки повторяются 18 раз в часе с интервалом в 3 минуты 23 секунды, что приводит к

трансляции рекламы равной 24,3 минуты в часе.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закона 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; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе». Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 3 статьи 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 частями 3.4 и 3.5 настоящей статьи.

В соответствии с частью 3.5. статьи 14 ФЗ «О рекламе» в информационных и развлекательных телепередачах телеканала, который в соответствии с лицензией на вещание распространяется на территориях менее чем половины субъектов Российской Федерации, дополнительная продолжительность совмещения рекламы с каждой такой телепередачей способом "бегущей строки" не может превышать пятнадцать процентов времени вещания в течение часа сверх продолжительности рекламы в телепрограмме, предусмотренной частями 3 и 3.4 настоящей статьи.

На основании изложенного, данная реклама содержит признаки нарушения части 3, части 3.5 статьи 14 Закона о рекламе, так как ее продолжительность превышает установленный законом процент времени.

Из представленного ответа Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Брянской области вх. №644 от 27.01.2020 по вопросу распространения рекламы на кабельном телевидении «ОТК» телекомпании ООО «Клинцы-ТВ», лицом осуществляющим деятельность телеканала является должностное лицо, главный редактор телеканала, действующий на основании должностной инструкции и приказа о приеме на работу от 25.10.2016 № 25), который несет ответственность в соответствии с частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе».

На основании статьи 19 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 №2124-1 ответственность за невыполнение требований, предъявляемых к деятельности средств массовой информации законодательными актами, несет главный редактор.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Брянской области, рассмотрев материалы дела №032/05/14-339/2020, пришла к следующим выводам.

1. Рассматриваемая информация является рекламной.
2. Указанная информация не соответствует требованиям законодательства о рекламе (ч.3, 3.5 ст.14 Федерального закона «О рекламе» 38-ФЗ от 13.06.2006г).
3. Рекламораспространителем данной информации является главный редактор телеканала «ОТК (Общественное телевидение Клинцы)»

Распространения данной рекламы иным способом не установлено.

В соответствии с частью 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ).

На основании части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ за нарушение требований части 3, 3.5 статьи 14 Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель, т.е. главный редактор телеканала «ОТК (Общественное телевидение Клинцы)»

Руководствуясь п. 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, размещенную на кабельном телевидении «ОТК» телекомпании ООО «Клинцы-ТВ» в виде бегущей строки постоянно (напрерывно) во время трансляции телеэфира в сутки, не соответствующую требованиям части 3, части 3.5 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать предписание главному редактору телеканала «ОТК (Общественное телевидение Клинцы)» об устранении нарушения.

3. Передать материалы дела должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении главного редактора телеканала «ОТК (Общественное телевидение Клинцы) Шевченко А.А. (Брянская обл, г.Клинцы, пр-т Ленина, д. 24 кв. 30).

Решение изготовлено в полном объеме «01» апреля 2020г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев.

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии: