

РЕШЕНИЕ

по делу № 3-14-19/00-08-16

«30» мая 2016г. г.Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

<...>,

рассмотрев материалы дела о превышении уровня громкости звука рекламы над уровнем звука прерываемой ею телепрограммы на телеканале «КХЛ» 02.03.2016 в период с 12 часов 25 минут по 14 часов 05 минут в г.Москве,

в присутствии представителей:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ООО «КХЛ-Маркетинг» (юридический адрес: 115035, г. Москва, Овчинниковская набережная, д. 20, стр. 1; ОГРН 1087746804420, ИНН 7707669014, дата регистрации 03.07.2008) — Полянина Г.К. (доверенность № 02/08 от 29.02.2016), <...> (доверенность № 05/16 от 27.05.2016);

заинтересованного лица:

ООО «Национальный спортивный телеканал» (юридический адрес: 117587, г.Москва, Варшавское шоссе, д.125, стр.1, пом.57; ОГРН 1157746509865, ИНН 7726341892; дата регистрации 05.06.2015) — Тюренкова Р.В. (доверенность № 085-2016 от 01.01.2016),

УСТАНОВИЛА:

ООО «КХЛ-Маркетинг» заявило ходатайство о привлечении ООО «Национальный спортивный телеканал» в качестве заинтересованного лица в связи с тем, что непосредственно формирование сигнала телеканала «КХЛ» производится ООО «Национальный спортивный телеканал», а также в связи с тем, что ООО «Национальный спортивный телеканал» по договору от 01.08.2015 № М/150801-3 и соглашению от 31.12.2015 о замене стороны к договору от 01.08.2015 № М/150801-3 гарантирует ООО «КХЛ-Маркетинг» и несет ответственность за соблюдение законодательства о рекламе при передаче сформированного сигнала телеканала «КХЛ».

Представитель ООО «Национальный спортивный телеканал», явившийся на заседание Комиссии в инициативном порядке, ходатайствовал о привлечении его к участию в деле и не возражал об участии в настоящем заседании Комиссии.

Комиссия ФАС России удовлетворила заявленные ходатайства о привлечении ООО «Национальный спортивный телеканал» к участию в деле в качестве заинтересованного лица.

На основании распоряжения № ИА/8119/16 от 11.02.2016 и распоряжения № ИА/10822/16 от 20.02.2016 руководителя ФАС России Артемьева И.Ю. в период с 01.03.2016 по 18.03.2016 сотрудниками ФАС России проведена внеплановая выездная проверка в отношении ООО «КХЛ-Маркетинг» (место нахождения: 115035, г. Москва, Овчинниковская набережная, д. 20, стр. 1; ОГРН 1087746804420, ИНН 7707669014).

Предметом проводимой проверки являлось соблюдение ООО «КХЛ-Маркетинг» требований законодательства Российской Федерации о рекламе при осуществлении хозяйственной деятельности.

В рамках проведения указанной проверки, ФАС России произведена запись эфира телеканала «КХЛ» с целью проведения измерения соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой телепередачи в записи телеканала «КХЛ» в соответствии с требованиями части 12 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Запись фрагмента эфира телепрограммы для измерения соотношения уровней громкости звука рекламы или анонсов и прерываемой ими телепрограммы была осуществлена «02» марта 2016 года в период с 12 часов 25 минут по 14 часов 05 минут в помещении телецентра «Останкино» АСК-1, комната 521, аппаратная INGEST, ООО «НСТ», источником записи сигнала является эфирное цифровое вещание (имя медиа файла «khl.mpeg4»).

Запись телепрограммы включает в себя следующие фрагменты:

- фрагмент хоккейного матча «Плей-офф ¼ финала конференции «Восток», «Сибирь» - «Адмирал», 5- й матч» продолжительностью 300 секунд, предшествующий блоку рекламы и анонсов (наименование файла: «1телепередача(1).wav») (далее – дорекламный фрагмент);
- сообщение о рекламе первое продолжительностью 5,00 секунд (наименование файла: «2сообщение о рекламе(1).wav») (далее – сообщение1);
- блок рекламы первый продолжительностью 15,02 секунды (наименование файла: «3реклама (1).wav») (далее – реклама1);
- логотип телеканала первый продолжительностью 5,00 секунд (наименование файла: «4заставка (1).wav») (далее – заставка1);
- блок анонсов первый продолжительностью 40,22 секунды (наименование файла: «5анонс (1).wav») (далее – анонс1);
- фрагмент хоккейного матча «Плей-офф ¼ финала конференции «Восток», «Сибирь» - «Адмирал», 5- й матч» продолжительностью 300 секунд, (наименование файла: «6телепередача (1) часть после анонса (1).wav») (далее – межрекламный фрагмент 1);

- фрагмент хоккейного матча «Плей-офф ¼ финала конференции «Восток», «Сибирь» - «Адмирал», 5- й матч» продолжительностью 300 секунд, предшествующий блоку рекламы и анонсов (наименование файла: «7телепередача (2) часть до анонса (2) .wav») (далее – межрекламный фрагмент 2);
- блок анонсов второй продолжительностью 46,00 секунд (наименование файла: «8анонс (2).wav») (далее – анонс2);
- сообщение о рекламе второе продолжительностью 5,00 секунд (наименование файла: «9сообщение о рекламе (2).wav») (далее – сообщение2);
- блок рекламы второй продолжительностью 15,00 секунд (наименование файла: «10реклама (2).wav») (далее – реклама2);
- логотип телеканала второй продолжительностью 5,00 секунд (наименование файла: «11заставка (2).wav») (далее – заставка2);
- фрагмент хоккейного матча «Плей-офф ¼ финала конференции «Восток», «Сибирь» - «Адмирал», 5- й матч» продолжительностью 300 секунд, (наименование файла: «12телепередача (3).wav») (далее – пострекламный фрагмент).

Согласно части 12 статьи 14 Закона о рекламе при трансляции рекламы уровень громкости её звука, а также уровень громкости звука сообщения о последующей трансляции рекламы не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы или телепередачи. При этом, в соответствии с частью 16 статьи 14 Закона о рекламе требования части 12 статьи 14 данного закона распространяются также на информацию о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу (анонсы).

Методика измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы, утверждена Приказом ФАС России от 22.05.2015 № 374/15 (зарегистрирован Минюстом России 17.07.2015 рег.№ 38079) (далее – Методика).

Измерение уровня громкости фрагментов записи производилось 06.04.2016 с помощью средства измерения Комплекс программно-аппаратный «АСК-громкость» (свидетельство об утверждении типа средств измерений RU.E.36.002.A № 58595, свидетельство о поверке № 3/340-0630-15 действительно до 22 апреля 2016 года).

Согласно пункту 7 Методики значение громкости звука блока рекламы или анонсов не должно превышать значение громкости звука дорекламного либо пострекламного фрагмента более чем на 1,5 дБ.

При измерении соотношения уровня громкости звука блоков рекламы, сообщений о рекламе, анонсов, логотипов телеканала и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи превышение более чем на 1,5 дБ выявлено в следующем случае:

- уровень громкости звука рекламы¹ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента на 1,7 дБ.

Таким образом, в рекламе транслировавшейся «02» марта 2016 года на телеканале «КХЛ» посредством эфирного цифрового вещания, усматриваются признаки нарушения части 12 статьи 14 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 14 Закона о рекламе.

Рекламодателем на телеканале «КХЛ» является ООО «КХЛ-Маркетинг» (место нахождения: 115035, г. Москва, Овчинниковская набережная, д. 20, стр. 1; ОГРН 1087746804420, ИНН 7707669014).

В рамках рассмотрения дела № 3-14-19/00-08-16 на заседании Комиссии 30.05.2016 представитель ООО «КХЛ-Маркетинг» признал выявленное нарушение.

Представитель ООО «Национальный спортивный телеканал», привлеченный к участию в деле в качестве третьего лица, пояснил следующее.

Уровень громкости выпускаемых в эфире телеканала «КХЛ» программ, рекламы и анонсов в настоящее время контролируется оборудованием Dolby DP568 Reference Decoder. Устройство измеряет уровень громкости эфирной программы и ведет журнал с записью показаний в электронном виде. Алгоритм измерения громкости соответствует стандарту EBU R-128 и ITU R.BS-1770/3.

Программы, заставки и блоки рекламы и анонсов проходят корректировку уровня громкости на этапе подготовки к эфиру на системах нелинейного монтажа.

Программное обеспечение GrassValley Edius, Adobe Premiere и Steibnberg Nuendo современных версий, которое участвует в подготовке материалов на различных этапах производственного процесса, обладают встроенными функциями измерения уровня громкости программ в соответствии с вышеперечисленными стандартами для проведения ручной корректировки.

Материалы, по которым ФАС России выявлено нарушение уровня громкости, при повторной выдаче в эфир были скорректированы и приведены в соответствие нормам. Для ужесточения контроля над уровнем громкости ООО «Национальный спортивный телеканал» усложнил производственный процесс, обеспечив в обязательном порядке измерение громкости всех материалов в целях выявления необходимости проведения корректировки.

На основании части 12 статьи 14, пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать действия ООО «КХЛ-Маркетинг», выразившиеся в распространении рекламы с уровнем громкости звука превышающем прерываемую ею

телепрограмму на телеканале «КХЛ», нарушающими требования части 12 статьи 14 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «КХЛ-Маркетинг» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «КХЛ-Маркетинг».

Решение изготовлено в полном объеме 06 июня 2016 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.