

## РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/82

25 августа 2016 года

г. Хабаровск

комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

...>, руководитель управления;

члены Комиссии:

...>– главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 4-05/82 по признакам нарушения ООО «ИТА «Губерния» части 2 статьи 14 Федерального закона «О рекламе»,

присутствии <...>– представителя ООО «ИТА «Губерния» (по доверенности),

### УСТАНОВИЛА:

в адрес Хабаровского УФАС России поступило обращение (вх. № 4/2701 от 8.03.2016 г.), в котором указывается на превышение уровня громкости рекламы над уровнем громкости телепрограмм, транслируемых на телеканале «Губерния».

Согласно [части 12 статьи 14](#) Федерального закона «О рекламе» (далее Закон) при трансляции рекламы уровень громкости ее звука, а также уровень громкости звука сообщения о последующей трансляции рекламы не должен превышать средний уровень громкости звука прерываемой рекламой телепрограммы или телепередачи.

Соотношение уровня громкости звука рекламы и уровня громкости звука прерываемой ею телепрограммы или телепередачи определяется на основании [методики](#) измерения уровня громкости звука рекламы в телепрограммах и телепередачах, утвержденной федеральным антимонопольным органом и разработанной на основе рекомендаций в области нормирования звуковых сигналов в телерадиовещании, утвержденных федеральным органом

сполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере массовых коммуникаций и средств массовой информации. Выявление превышения уровня громкости звука рекламы над средним уровнем громкости звука прерываемой ею телепрограммы или телепередачи осуществляется антимонопольным органом как в ходе наблюдения за соблюдением требований к уровню громкости звука рекламы, проводимого в порядке, установленном федеральным антимонопольным органом, так и в результате проведения плановых или внеплановых проверок соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе в соответствии со [статьей 35.1](#) настоящего Федерального закона.

При этом, в соответствии с [частью 16 статьи 14](#) Закона о рекламе требования [части 2 статьи 14](#) данного закона распространяются также на информацию о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу (анонсы).

Определение уровня громкости звука рекламы осуществляется на основании методики измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы, утвержденной приказом ФАС России от 22 мая 2015 г. № 374/15 (далее Методика) с использованием аппаратно-программного комплекса «АСК-громкость» (свидетельство об утверждении типа средств измерений RU.E/36/002A № 58595, свидетельство о поверке № 3/340-0630-15).

Данные измерения осуществляет Федеральная антимонопольная служба.

С целью проведения измерения соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемых рекламой телепередач, Хабаровское УФАС России осуществило запись телеканала «Губерния», которая передана в ФАС России для последующего измерения (исх. № 4/4277 от 19.04.2016 г.).

Запись фрагментов эфира телеканала «Губерния» осуществлена 16.03.2016 г. в период с 21 часа 15 минут до 21 часа 33 минуты (вечерние новости) и с 22 часов 15 минут до 22 часов 42 минут (фильм «Склифосовский») местного времени в г. Хабаровске.

Источник записи – наземное эфирное аналоговое вещание.

Измерение проведено путем разделения записи телепрограммы с помощью программы видеоредактора VSDC Free Video Editor на следующие фрагменты:

телепередача «Новости» (вещание с 21:15 до 21:33).

дорекламный фрагмент телепередачи «Новости» (наименование файла: 1\_дорекламный фрагмент1.wav») (далее – дорекламный фрагмент1);

блок рекламы первый (наименование файла: «2\_реклама1.wav») (далее –

реклама1);

блок анонсов первый (наименование файла: «3\_анонс1.wav») (далее – анонс1);

блок рекламы второй (наименование файла: «4\_реклама2.wav») (далее – реклама2);

логотип телеканала (наименование файла: «5\_логотип телеканала1.wav»);

блок рекламы третий (наименование файла: «6\_реклама3.wav») (далее – реклама3);

блок анонсов второй (наименование файла: «7\_анонс2.wav») (далее – анонс2);

пострекламный фрагмент телепередачи «Новости» (наименование файла: «3\_пострекламный фрагмент1.wav») (далее – пострекламный фрагмент1).

#### Результаты измерения:

Измерение уровня громкости фрагментов записи телепрограммы показало следующие результаты, отраженные в протоколе измерений уровней громкости аудиофрагментов № 619440 программно-аппаратного комплекса «АСК-громкость»:

дорекламный фрагмент1 – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 17 минут, продолжительность 300,00 секунд, значение громкости фрагмента -9,1 LUFS;

реклама1 – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 17 минут, продолжительность 9,99 секунд, значение громкости фрагмента -26,7 LUFS;

анонс1 – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 18 минут, продолжительность 40,00 секунд, значение громкости фрагмента -26,0 LUFS;

реклама2 – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 19 минут, продолжительность 101,99 секунд, значение громкости фрагмента -25,9 LUFS;

логотип телеканала – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 19 минут, продолжительность 5,99 секунд, значение громкости фрагмента -28,8 LUFS;

реклама3 – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 20 минут, продолжительность 14,98 секунд, значение громкости фрагмента -24,5 LUFS;

анонс2 – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 20 минут, продолжительность 34,99 секунд, значение громкости фрагмента -26,7 LUFS;

пострекламный фрагмент1 – измерение произведено «12» апреля 2016 года в 11 часов 25 минут, продолжительность 300,00 секунд, значение громкости фрагмента -30,4 LUFS.

Измерение соотношения уровня громкости звука блоков рекламы (анонсов),

оготипа телеканала и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи выявило следующее:

уровень громкости звука рекламы<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента<sup>1</sup> на 2,4 дБ;

уровень громкости звука рекламы<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 3,7 дБ;

уровень громкости звука анонса<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента<sup>1</sup> на 3,1 дБ;

уровень громкости звука анонса<sup>1</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 4,4 дБ;

уровень громкости звука рекламы<sup>2</sup> превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента<sup>1</sup> на 3,2 дБ;

уровень громкости звука рекламы<sup>2</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 4,4 дБ;

уровень громкости звука логотипа телеканала превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента<sup>1</sup> на 0,3 дБ;

уровень громкости звука логотипа телеканала превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 1,6 дБ;

уровень громкости звука рекламы<sup>3</sup> превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента<sup>1</sup> на 4,5 дБ;

- уровень громкости звука рекламы<sup>3</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 5,8 дБ;

- уровень громкости звука анонса<sup>2</sup> превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента<sup>1</sup> на 2,4 дБ;

уровень громкости звука анонса<sup>2</sup> превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента<sup>1</sup> на 3,7 дБ.

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

Как показали измерения, только в одном случае – при трансляции логотипа телеканала (наименование файла «5\_логотип телеканала1.wav») уровень его громкости не превышает более чем на 1,5 дБ уровень громкости звука дорекламного фрагмента 1 (наименование файла «1\_дорекламный фрагмент1.wav») составляет 0,3 дБ.

остальных случаях превышение уровня громкости звука рекламы над рываемыми ею телепередачами составляет от 1,6 дБ до 5,8 дБ.

ри этом, уровень громкости звука третьего блока рекламы (5,8 дБ, файл 5\_реклама3.wav») превышает уровень громкости пострекламного фрагмента телепередачи «Новости» (файл «8\_пострекламный фрагмент1.wav») в 3,9 раза по сравнению с допустимым значением (1,5 дБ).

аким образом, по результатам проведенного измерения аналогового эфирного вещания телеканала «Губерния» выявлено превышение уровня громкости звука рекламы, анонсов и сообщения о рекламе над уровнем громкости телепрограммы.

ри измерении уровня громкости рекламы во время трансляции фильма «Склифосовский» (с 22 часов 15 минут до 22 часов 42 минут) нарушение статьи 14 ФЗ «О рекламе» не выявлено (письмо ФАС России № АД/31643/16 от 12.05.2016 г.)

соответствии с [частью 7 статьи 38](#) Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [статьей 14](#) Закона.

телевизионное вещание телеканала «Губерния» на территории Хабаровского края осуществляет ООО «ИТА «Губерния» на основании лицензии № 21777 от 30 августа 2012 г., следовательно, общество является рекламодателем и несет ответственность за нарушение требований статьи 14 ФЗ «О рекламе».

ходе рассмотрения дела представитель ООО «ИТА «Губерния», согласившись с выявленными нарушениями, пояснила, что превышение громкости рекламы происходит, прежде всего, потому, что рекламные ролики создаются различными производителями с разным уровнем громкости, некоторые ролики ставятся в прокат в архива без выравнивания звука.

телепрограммы, транслировавшиеся на канале «Губерния», также разные – выходящие в прямой эфир и в записи, соответственно уровень звука тоже разный.

для выравнивания громкости звука рекламы и телепередач в телекомпании используется специальное оборудование, однако недоработки в его применении стали причиной выявленных нарушений рекламного законодательства.

месте с тем, в действиях телекомпании, результатом которых стало превышение уровня громкости рекламы, отсутствует злой умысел, поскольку это может привести к оттоку зрителя, в чем ООО «ИТА «Губерния» не заинтересовано.

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  
остановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 N 508,  
омиссия

РЕШИЛА:

. Признать рекламу, распространенную ООО «ИТА «Губерния», 16.03.2016 г. на  
элеканале «Губерния», нарушающей [часть 12 статьи 14](#) Закона о рекламе,  
оскольку в ней значение громкости звука превысило более чем на 1,5 дБ значение  
омкости звука прерываемой рекламой телепередачи.

. Выдать ООО «ИТА «Губерния» [предписание](#) о прекращении нарушения  
законодательства о рекламе.

. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского  
ФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении,  
редусмотренного [частью 1 статьи 14.3](#) Кодекса Российской Федерации об  
дминистративных правонарушениях, в отношении ООО «ИТА «Губерния».

Решение изготовлено в полном объеме 25 августа 2016 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке,  
предусмотренном [статьей 198](#) Арбитражного процессуального кодекса  
Российской Федерации.

Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

25 августа 2016 года

г. Хабаровск

омиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому  
раю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской

Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

...>, руководитель управления;

члены Комиссии:

...>– главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

...>– ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

на основании своего решения 25 августа 2016 г. по делу № 4-05/82 о признании надлежащей рекламы, транслировавшейся 16.03.2016 г. на телеканале «Губерния» в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### ПРЕДПИСЫВАЕТ:

ООО «ИТА «Губерния» (ИНН 2724047448, место нахождения: 680000, г. Хабаровск, ул. Фрунзе, 58) в пятнадцатидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение на телеканале «Губерния» сообщения о рекламе, информации о телеканале, рекламы и анонсов, уровень громкости звука которых превышает уровень громкости звука прерываемой ими телепрограммы.

2. ООО «ИТА «Губерния» (ИНН 2724047448, место нахождения: 680000, г. Хабаровск, ул. Фрунзе, 58) представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 12.09.2016 г.

В случае неисполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России в праве в соответствии с частью 2.4. статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере двенадцати до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот до пятисот тысяч рублей.

Настоящее предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).

