

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о наложении штрафа по делу № 4-14.3-639/00-08-16
об административном правонарушении

«11» июля 2016г.

г.Москва

Заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы А.Б. Кашеваров, рассмотрев протокол и материалы дела №4-14.3-639/00-08-16 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «ТПО Ред Медиа» (юридический адрес: 127427, г.Москва, ул.Академика Королева, д.19; ОГРН 1067746687623, ИНН 7701663721; дата регистрации 08.06.2006),

УСТАНОВИЛ:

На основании приказа № 201/16 от 29.02.2016 руководителя ФАС России Артемьева И.Ю. в период с 14.03.2016 по 01.04.2016 сотрудниками ФАС России проведена плановая выездная проверка в отношении ОАО «НТВ-ПЛЮС» (место нахождения: 123610, г. Москва, Краснопресненская набережная, д. 12, подъезд 6; ОГРН 1027700156703, ИНН 7703121379).

Предметом проводимой проверки являлось соблюдение ОАО «НТВ-ПЛЮС» требований антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе при осуществлении хозяйственной деятельности.

В рамках проведения указанной проверки, ФАС России произведена запись эфира телеканала «Наше новое кино» с целью проведения измерения соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой телепередачи в записи телеканала «Наше новое кино» 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 «14» марта 2016 года в период с 13 часов 32 минут по 16 часов 00 минут в помещении телецентра «Останкино» АСК-1, комната 521, аппаратная INGEST, источником записи сигнала является эфирное цифровое вещание (имя медиа файла «НашеНовоеКино.mxf»).

Запись телепрограммы включает в себя следующие фрагменты:

- фрагмент кинофильма «Стиляги» продолжительностью 300 секунд, предшествующий блоку рекламы и анонсов (наименование файла: «1_фрагмент1.wav») (далее – дорекламный фрагмент1);
- заставка телеканала первая продолжительностью 10 секунд (наименование файла: «2_заставка1.wav») (далее – заставка1);
- анонс первый продолжительностью 183,64 секунды (наименование



файла: «3_анонс1.wav») (далее – анонс1);

- реклама первая продолжительностью 234,91 секунды (наименование файла: «4_реклама1.wav») (далее – реклама1);

- сообщение о рекламе первое продолжительностью 12,21 секунды (наименование файла: «5_сообщение о рекламе1.wav») (далее – сообщение1);

- реклама вторая продолжительностью 65,15 секунды (наименование файла: «6_реклама2.wav») (далее – реклама2);

- сообщение о рекламе второе продолжительностью 5,76 секунды (наименование файла: «7_сообщение о рекламе2.wav») (далее – сообщение2);

- реклама третья продолжительностью 29,45 секунды (наименование файла: «8_реклама3.wav») (далее – реклама3);

- заставка телеканала вторая продолжительностью 10,20 секунды (наименование файла: «9_заставка2.wav») (далее – заставка2);

- фрагмент кинофильма «Ярослав. Тысячу лет назад» продолжительностью 300 секунд (наименование файла: «10_фрагмент2.wav») (далее – пострекламный фрагмент1);

- фрагмент кинофильма «Ярослав. Тысячу лет назад» продолжительностью 300 секунд, предшествующий блоку рекламы и анонсов (наименование файла: «11_фрагмент3.wav») (далее - дорекламный фрагмент2);

- заставка телеканала третья продолжительностью 9,42 секунды (наименование файла: «12_заставка3.wav») (далее – заставка3);

- анонс второй продолжительностью 183,93 секунды (наименование файла: «13_анонс2.wav») (далее – анонс2);

- реклама четвертая продолжительностью 335,65 секунд (наименование файла: «14_реклама4.wav») (далее – реклама4);

- сообщение о рекламе третье продолжительностью 6,61 секунды (наименование файла: «15_сообщение о рекламе3.wav») (далее – сообщение3);

- реклама пятая продолжительностью 65,15 секунды (наименование файла: «16_реклама5.wav») (далее – реклама5);

- сообщение о рекламе четвертое продолжительностью 5,85 секунды (наименование файла: «17_сообщение о рекламе4.wav») (далее – сообщение4);

- реклама шестая продолжительностью 29,93 секунды (наименование файла: «18_реклама6.wav») (далее – реклама6);

- заставка телеканала четвертая продолжительностью 9,99 секунды (наименование файла: «19_заставка4.wav») (далее – заставка4);

- фрагмент кинофильма «Еще один год» продолжительностью 300 секунд (наименование файла: «20_фрагмент4.wav») (далее – пострекламный фрагмент2).

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 29.03.2016 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 следующих случаях:

- уровень громкости звука заставки¹ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 1,6 дБ;
- уровень громкости звука анонса¹ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2,2 дБ;
- уровень громкости звука рекламы¹ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2 дБ;
- уровень громкости звука рекламы² превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2,2 дБ;
- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2,3 дБ;
- уровень громкости звука заставки² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,3 дБ;
- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 4,1 дБ;
- уровень громкости звука сообщения² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 2 дБ;
- уровень громкости звука рекламы² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 4 дБ;
- уровень громкости звука сообщения¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,1 дБ;
- уровень громкости звука рекламы¹ превышает уровень громкости звука

пострекламного фрагмента¹ на 3,8 дБ;

- уровень громкости звука анонса¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 4 дБ;

- уровень громкости звука заставки¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,4 дБ;

- уровень громкости звука заставки³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,2 дБ;

- уровень громкости звука анонса² превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,6 дБ;

- уровень громкости звука рекламы⁴ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,5 дБ;

- уровень громкости звука сообщения³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 2,5 дБ;

- уровень громкости звука рекламы⁵ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,8 дБ;

- уровень громкости звука сообщения⁴ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 2,8 дБ;

- уровень громкости звука рекламы⁶ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,8 дБ;

- уровень громкости звука заставки⁴ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 3,9 дБ;

- уровень громкости звука заставки⁴ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,1 дБ;

- уровень громкости звука рекламы⁶ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3 дБ;

- уровень громкости звука рекламы⁵ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3 дБ;

- уровень громкости звука рекламы⁴ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,7 дБ;

- уровень громкости звука анонса² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,8 дБ;

- уровень громкости звука заставки³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,4 дБ.

Таким образом, реклама, анонсы, сообщения о рекламе и заставки телеканала, транслировавшиеся «14» марта 2016 года на телеканале «Наше новое кино» посредством эфирного цифрового вещания, нарушают требования части 12 статьи 14 Закона о рекламе.

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

Учредителем и вещателем телеканала «Наше новое кино» является ООО «ТПО Ред Медиа» (свидетельство о регистрации СМИ - Эл № ФС77-

64302 от 25.12.2015, лицензия на осуществление телевизионного вещания телеканала «Наше новое кино» - серия ТВ № 27103 от 04.09.2015).

Таким образом, рекламодателем на телеканале «Наше новое кино» является ООО «ТПО Ред Медиа» (место нахождения: 127427, г.Москва, ул.Академика Королева, д.19; ОГРН 1067746687623, ИНН 7701663721).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

ООО «ТПО Ред Медиа» имело возможность для соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, однако обществом не были приняты меры по соблюдению его требований.

Таким образом, установлена вина ООО «ТПО Ред Медиа» в нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе по факту превышения уровня громкости звука рекламы, анонсов, сообщений о рекламе и заставок телеканала над уровнем звука прерываемой ими телепрограммы на телеканале «Наше новое кино» 14.03.2016 в период с 13 часов 32 минут по 16 часов 00 минут в г.Москве.

Руководствуясь частью 12 статьи 14, статьей 33 Закона о рекламе, статьями 14.3, 23.48, 28.9, пунктом 1 статьи 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Применить к ООО «ТПО Ред Медиа» меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в размере 100 000 рублей.

2. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: УФК по г. Москве (Федеральная антимонопольная служба л/с 04731001610)

Банк получателя: <...>

Согласно пункту 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлечённым к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В трёхдневный срок со дня уплаты штрафа просьба представить в Федеральную антимонопольную службу надлежащим образом заверенные копии платёжных документов (по электронной почте petruk@fas.gov.ru).

В соответствии с пунктом 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления. Жалоба на постановление по делу об административном правонарушении подается вышестоящему должностному лицу либо в суд в порядке, предусмотренном главой 30 КоАП РФ.