

ОПРЕДЕЛЕНИЕ
о прекращении производства по делу № 3-14-35/00-08-16

«23» марта 2017г.

г.Москва

Комиссия ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: <...> ,
в присутствии представителей: <...> ,

УСТАНОВИЛА:

В ФАС России поступило обращение гражданки Российской Федерации <...> (вх.ФАС России № 49363-ЭП/16 от 12.04.2016) с указанием на превышение уровня громкости рекламы над средним уровнем громкости прерываемой рекламой телепередачи на телеканале «Россия 1».

Сотрудниками ФАС России совместно с сотрудниками ФГУП РТРС произведены записи эфира телеканала «Россия 1» с целью проведения измерения соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой телепередачи в соответствии с требованиями части 12 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе).

Записи фрагментов эфира телепрограммы были осуществлены в помещении Филиала РТРС «Московский РЦ» в присутствии <...> Коровенковой Анастасии Николаевны – заместителя начальника отдела – главного государственного инспектора отдела антимонопольного контроля в сфере рекламы и средств массовой информации Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России и <...> 18.04.2016 в период с 11 часов 48 минут до 12 часов 33 минут (имя медиа файла «PLP1_45min.ts») (далее – Запись1) и в период с 12 часов 33 минут до 13 часов 18 минут (имя медиа файла «PLP1_45min_2.ts») (далее – Запись2) в г.Москве, источником записи сигнала является цифровое наземное вещание.

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



с помощью средства измерения Комплекс программно-аппаратный «АСК-громкость» (свидетельство об утверждении типа средств измерений RU.E.36.002.A № 58595, свидетельство о поверке № 3/340-0997-16 действительно до 26 мая 2017 года).

В этих целях Запись1 в соответствии с Методикой была разделена на 14 фрагментов: 1 дорекламный фрагмент и 2 пострекламных фрагмента (каждый 300 сек.), 1 межрекламный фрагмент (межрекламный фрагмент1 - 10,01 сек.), 3 рекламных блока (реклама1 – 240,01 сек., реклама2 – 100,03 сек., реклама3 – 120,01 сек.), 3 фрагмента анонсов (анонс1 – 71,29 сек., анонс2 – 52,24 сек., анонс3 — 52,84 сек.), 3 фрагмента с сообщением о рекламе (сообщение1 – 10,00 сек., сообщение2 – 5,01 сек., сообщение3 – 9,97 сек.), 1 логотип телеканала (логотип1 – 5,03 сек.).

При этом, Запись1 включает в себя дорекламный фрагмент телепередачи «Местное время» первый продолжительностью менее 5 минут, который в соответствии с пунктом 5 Методики не подлежит измерению.

Результаты измерений уровня громкости фрагментов Записи1 телепрограммы отражены в протоколе от 31.05.2016 № 519668 измерений уровней громкости аудиофрагментов программно-аппаратного комплекса «АСК-громкость» (далее – Протокол1).

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 и сообщений о рекламе, анонсов, логотипов телеканала и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи превышение более чем на 1,5 дБ в Записи1 выявлено в следующих случаях:

- уровень громкости звука анонса2 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента2 на 4,3 дБ (стр.6 Протокола 1);
- уровень громкости звука анонса2 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента2 на 3,4 дБ (стр.7 Протокола 1);
- уровень громкости звука рекламы2 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента2 на 4,0 дБ (стр.8 Протокола 1);
- уровень громкости звука рекламы2 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента2 на 3,1 дБ (стр.9 Протокола 1);
- уровень громкости звука сообщения о рекламе3 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента2 на 3,4 дБ (стр.10 Протокола 1);
- уровень громкости звука сообщения о рекламе3 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента2 на 2,5 дБ (стр.11 Протокола 1);
- уровень громкости звука рекламы3 превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента2 на 3,6 дБ (стр.12 Протокола 1);
- уровень громкости звука рекламы3 превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента2 на 2,7 дБ (стр.13 Протокола 1);

- уровень громкости звука логотипа¹ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 4,1 дБ (стр.14 Протокола 1);
- уровень громкости звука логотипа¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,1 дБ (стр.15 Протокола 1);
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента² на 3,3 дБ (стр.16 Протокола 1);
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,3 дБ (стр.17 Протокола 1).

Запись² в соответствии с Методикой была разделена на 16 фрагментов: 1 дорекламный фрагмент и 2 пострекламных фрагмента (каждый 300 сек.), 4 рекламных блока (реклама¹ – 60,01 сек., реклама² – 120,02 сек., реклама³ – 60,04 сек., реклама⁴ — 119,99 сек.), 4 фрагмента анонсов (анонс¹ – 42,33 сек., анонс² – 32,58 сек., анонс³ — 52,35 сек., анонс⁴ — 93,48 сек.), 2 фрагмента с сообщением о рекламе (сообщение¹ – 10,02 сек., сообщение² – 9,90 сек.), 3 логотипа телеканала (логотип¹ – 5,02 сек., логотип² — 9,94 сек., логотип³ — 5,02 сек.).

Результаты измерений уровня громкости фрагментов Записи² телепрограммы отражены в протоколе от 31.05.2016 № 689042 измерений уровня громкости аудиофрагментов программно-аппаратного комплекса «АСК-громкость» (далее – Протокол²).

При измерении соотношения уровня громкости звука блоков рекламы и сообщений о рекламе, анонсов, логотипов телеканала и уровня громкости звука прерываемой ими телепередачи превышение более чем на 1,5 дБ в Записи² выявлено в следующих случаях:

- уровень громкости звука анонса¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,9 дБ (стр.1 Протокола 2);
- уровень громкости звука рекламы¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,5 дБ (стр.2 Протокола 2);
- уровень громкости звука сообщения о рекламе¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 4,0 дБ (стр.3 Протокола 2);
- уровень громкости звука рекламы² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,1 дБ (стр.4 Протокола 2);
- уровень громкости звука логотипа¹ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,9 дБ (стр.5 Протокола 2);
- уровень громкости звука анонса² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 3,1 дБ (стр.6 Протокола 2);
- уровень громкости звука логотипа² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента¹ на 4,4 дБ (стр.7 Протокола 2);
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,4 дБ (стр.8 Протокола 2);
- уровень громкости звука анонса³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,6 дБ (стр.9 Протокола 2);

- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,0 дБ (стр.10 Протокола 2);
- уровень громкости звука рекламы³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,2 дБ (стр.11 Протокола 2);
- уровень громкости звука сообщения о рекламе² превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,0 дБ (стр.12 Протокола 2);
- уровень громкости звука сообщения о рекламе² превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,2 дБ (стр.13 Протокола 2);
- уровень громкости звука рекламы⁴ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2,0 дБ (стр.14 Протокола 2);
- уровень громкости звука рекламы⁴ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,2 дБ (стр.15 Протокола 2);
- уровень громкости звука логотипа³ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 3,4 дБ (стр.16 Протокола 2);
- уровень громкости звука логотипа³ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 3,6 дБ (стр.17 Протокола 2);
- уровень громкости звука анонса⁴ превышает уровень громкости звука дорекламного фрагмента¹ на 2,3 дБ (стр.18 Протокола 2);
- уровень громкости звука анонса⁴ превышает уровень громкости звука пострекламного фрагмента² на 2,5 дБ (стр.19 Протокола 2).

Таким образом в рекламе, анонсах, сообщениях о рекламе и логотипах телеканала, транслировавшихся 18.04.2016 на телеканале «Россия 1» посредством сигнала цифрового наземного 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.

В качестве рекламодателя к участию в деле привлечено ВГТРК (юридический адрес: 125040, г.Москва, 5-я ул.Ямского Поля, д.19-21, ОГРН 1027700310076, ИНН 7714072839, КПП 771401001, дата регистрации 11.10.1993).

Согласно объяснениям ВГТРК по делу №3-14-35/00-08-16 ВГТРК не производит вещания в сети цифрового наземного вещания на всей территории Российской Федерации, а также Запись¹ и Запись², осуществленные для измерения уровня громкости звука сотрудниками ФАС России и РТРС, никогда не выходили в эфире телеканала «Россия 1» в г.Москве.

Из объяснений ВГТРК следует, что сети цифрового наземного вещания в г.Москве находятся в тестовой эксплуатации, где производятся пусконаладочные работы оператором цифрового наземного вещания — РТРС.

В промышленную эксплуатацию данная сеть не введена, кроме того у ВГТРК отсутствуют какие-либо договорные обязательства с РТРС на распространение эфирного цифрового наземного вещания телеканала

«Россия 1».

По мнению ВГТРК, ФАС России при осуществлении процесса записи телепрограмм принял цифровой сигнал, не предназначенный для эфирной подачи. В эфире телеканала «Россия 1» в г.Москве сделанные записи не проходили. Сотрудники ФАС России совместно с сотрудниками РТРС исследовали и проводили измерения уровней громкости фрагментов записей **неустановленного эфира**.

Письмом от 01.09.2016 № 56/5002/09 ВГТРК представила отчет системы автоматизации по выполненным событиям (контентному наполнению) на телеканале «Россия 1» (Дубль М Европейская часть РФ) от 18.04.2016 (за период времени с 11 часов 57 минут по 13 часов 18 минут). Данный телеканал не является эфирным и предназначается для подачи на космические аппараты для дальнейшей «регионализации» региональными филиалами ВГТРК с последующим аналоговым вещанием на территорию субъектов РФ в каждом из регионов.

Из представленной ВГТРК информации при сравнительном анализе следует, что произведенные сотрудниками ФАС России совместно с сотрудниками ФГУП РТРС записи эфира телеканала «Россия 1» - Запись1 и Запись2 от 18.04.2016 полностью соответствуют представленному отчету автоматизации и являются записями не эфирного телеканала «Россия 1» (Дубль М, Европейская часть РФ).

Также, письмом от 18.10.2016 № 455/1700/09 ВГТРК представила эфирную справку о прохождении рекламных материалов в региональных эфирах телеканала «Россия 1» за 18.04.2016 в период времени с 11 часов 48 минут по 13 часов 18 минут.

Проведенный сравнительный анализ представленной эфирной справки, Записи1 и Записи2 телеканала «Россия 1», подтвердил ранее приведенный довод ВГТРК о том, что Запись1 и Запись2 телеканала «Россия 1» в эфир не выходили.

РТРС, привлеченная к участию в деле № 3-14-35/00-08-16 в качестве заинтересованного лица, не представило доказательств, опровергающих доводы ВГТРК о том, что Запись1 и Запись2 телеканала «Россия 1» в эфир не выходили.

Учитывая данные обстоятельства, в указанной рекламе, анонсах, сообщениях о рекламе и логотипах телеканала, содержащихся в Записи1 и Записи2 телеканала «Россия 1», осуществленных 18.04.2016 сотрудником ФАС России на оборудовании РТРС, отсутствуют признаки нарушения части 12 статьи 14 Закона о рекламе.

Руководствуясь подпунктом «а» пункта 36 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,

ОПРЕДЕЛИЛА:

Прекратить производство по делу № 3-14-35/00-08-16 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.