

ВГТРК

5-ая улица Ямского поля, д. 19/21,
г. Москва, 125040

info@vgtrk.ru

РЕШЕНИЕ

«26» июня 2018 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:

председателя Комиссии: <...>,

членов Комиссии: <...>, <...>,

рассмотрев дело № 3-14-164/77-18 по признакам нарушения ВГТРК части 1 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в отсутствие предупреждения о последующей трансляции рекламы,

в присутствии представителя ВГТРК в лице <...> (по доверенности № <...> от <...>),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-14-164/77-18 возбуждено на основании заявления физического лица относительно наличия признаков нарушения части 1 статьи 14 Закона о рекламе в действиях ВГТРК при распространении 17.11.2017 перед телепередачей «60 Минут» рекламы на телеканале «Россия 1».

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим

выводам.

ВГТРК является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 14.10.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027700310076, ИНН 7714072839, КПП 771401001.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространяемая 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.

В соответствии с частью 1 статьи 14 Закона о рекламе, прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой, то есть остановка трансляции телепрограммы или телепередачи для демонстрации рекламы, должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы, за исключением прерывания спонсорской рекламой.

При просмотре представленной ВГТРК видеозаписи заставки, предваряющей показ рекламы перед телепередачей «60 Минут», Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

Данная заставка представляет собой стилизацию под часовой механизм, большими буквами надпись «60 Минут; смотрите через минуту», все изображение выполнено в сине-белом цвете с красными деталями.

При этом надпись «реклама» выполнена мелким шрифтом, полупрозрачным белым цветом, расположена в левом нижнем углу.

ВГТРК приводит довод о том, что законодательством Российской Федерации отсутствуют требования к форме, объему и продолжительности предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы, в связи с чем в настоящем случае ВГТРК были соблюдены требования части 1 статьи 14 Закона о рекламе.

Однако, Комиссия Московского УФАС России не может согласиться с такой позицией в связи с тем, что в силу части 1 статьи 14 Закона о рекламе до потребителя должна быть доведена информация о последующей трансляции рекламы.

Даже отсутствие законодательно установленных требований к форме, объему и продолжительности предварительного сообщения о последующей трансляции рекламы не может свидетельствовать о добросовестности ВГТРК при выборе способа показа предупреждения.

В настоящем случае, надпись «реклама» была показана мелким полупрозрачным белым шрифтом, при этом общий фон представляет собой движущийся часовой механизм сине-белого цвета.

Таким образом, в связи со способом размещения необходимой информации (включая продолжительность показа, общего оформления, цвета) до потребителя фактически не доводится необходимая в силу части 1 статьи 14 Закона о рекламе информация.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о наличии признаков нарушения части 1 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 «Россия 1» является ВГТРК, что не оспаривается стороной по делу.

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ВГТРК установлены признаки нарушения части 1 статьи 14 Закона о рекламе распространении 17.11.2017 перед телепередачей «60 Минут» рекламы на телеканале «Россия 1».

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.

Также, в дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ВГТРК предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно размещения (распространения) рекламы, нарушающей положения Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 Московского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать ВГТРК нарушившим часть 1 статьи 14 Закона о рекламе при распространении 17.11.2017 перед телепередачей «60 Минут» рекламы на телеканале «Россия 1», в отсутствие предупреждения о последующей трансляции рекламы.

2. Выдать ВГТРК предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, статьей 37 Закона о рекламе.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>