

ФАС России признала рекламу на «Радио 7» слишком громкой

02 октября 2020, 15:00

Уровень громкости рекламы и логотипов значительно превышал громкость прерываемой им радиопередачи

Комиссия ФАС России признала действия АО «САК» нарушающими требования Закона о рекламе к ее громкости.

Комиссия службы установила, что в эфире радиоканала «Радио 7» громкость звука блока рекламы и логотипа радиоканала превысили уровень звука межрекламного фрагмента на 3,2 дБ и на 3,7 дБ при допустимых 1,5 дБ.

Для проведения измерения соотношения среднего уровня громкости сотрудники ФАС России произвели запись эфира радиоканала «Радио 7» 9 июля 2020 года.

Согласно Методике измерений, утвержденной приказом ФАС России, значение громкости звука блока рекламы или анонсов не должно превышать значение громкости звука дорекламного либо пострекламного фрагмента более чем на 1,5 дБ.

«Таким образом, компания «САК» как рекламодатель нарушила требования Закона о рекламе[1]. По факту нарушения ей выдано предписание о прекращении таких действий, - отметила начальник Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России. - Материалы разбирательства переданы для возбуждения дела об административном правонарушении».

Справка:

Согласно части 11 статьи 15 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 радиопрограммы или радиопередачи.

При этом в силу части 14 статьи 15 Закона о рекламе указанное требование также распространяется на размещаемую в радиопрограммах информацию о радиопередачах, транслируемых по соответствующему радиоканалу, сообщения о названии радиопрограммы и частоте ее вещания, а также иную информацию о данной радиопрограмме.

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).

Согласно пункту 7 Методики соотношения уровня громкости звука рекламы и передачи, значение громкости звука блока рекламы или анонсов не должно превышать значение

громкости звука дорекламного либо пострекламного фрагмента более чем на 1,5 дБ.

Измерение уровня громкости фрагментов записи производилось с помощью средства измерения Комплекс программно-аппаратный «АСК-громкость» (свидетельство об утверждении типа средств измерений RA.RU.311478 № 60512-15, свидетельство о поверке № 3/340-0758-20 действительно до «11» мая 2021 года).

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 15 Закона о рекламе.

[1] части 11 статьи 15