

ООО «Форвард Медиа Групп»
125009, г. Москва,
пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2
ЗАО «Аксель Шпрингер Раша»
129226, г. Москва,
ул. Докукина, д. 16, стр. 1

РЕШЕНИЕ

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «22» апреля 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено «08» мая 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства Российской

Федерации (далее — Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии: (.....),

членов Комиссии: (.....), (.....), (.....), (.....),

рассмотрев дело № 1-14-449/77-15 по признакам нарушения

ООО «Форвард Медиа Групп» пункта 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции),

в присутствии представителей ООО «Форвард Медиа Групп» в лице (.....)

(доверенность от 09.04.2015), (.....) (доверенность от 13.01.2015), (.....) (доверенность от 13.01.2015),

в присутствии представителей ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» в лице (.....)

(доверенность от 14.04.2015), (.....) (доверенность от 14.04.2015), (.....) (доверенность от 14.04.2015),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 1-14-449/77-15 возбуждено на основании заявления ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» относительно нарушения ООО «Форвард Медиа Групп» пункта 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции, выразившегося во введении в заблуждение потребителей (рекламодателей) относительно объемов тиражей журнала

1

«Hello!» (ХЕЛЛОУ!) в период с января по ноябрь 2014 г.

15.04.2015 для предоставления дополнительной информации Ответчик ходатайствовал о перерыве в заседании, руководствуясь статьей 46 Закона о защите

конкуренции Комиссия Московского УФАС России удовлетворила ходатайство и объявила о перерыве до 22.04.2015.

Рассмотрев представленные материалы и доказательства, выслушав представителей сторон по делу, оценив все сведения и материалы в их совокупности и

взаимосвязи, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

Заявитель, ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» (ОГРН: 1037716027777; ИНН: 7716236112; юридический адрес: 129226, г. Москва, ул. Докукина, д. 16, стр. 1), осуществляет производство, выпуск и распространение оптом и в розницу журналов и

газет, в том числе лицензированных изданий; производство и распространение содержаний газет и журналов в электронных средствах массовой информации, в частности в сети Интернет; производство и реализацию рекламной,

представительской и иной печатной продукции и услуг и др.

Одним из выпускаемых Заявителем СМИ является печатное издание «Ok!» (ОКЕЙ). Свидетельство о регистрации СМИ серии ПИ № ФС77-26008 от 17.10.2006, еженедельник информационный о звездах и знаменитостях; реклама до 40%.

Ответчик, ООО «Форвард Медиа Групп» (ОГРН: 5077746455947; ИНН 7703630545; юридический адрес: 125009, г. Москва, пер. Нижний Кисловский, д. 6, стр. 2), осуществляет редакционную деятельность, подготовку, производство, выпуск

и распространение печатных изданий, изданий в электронной форме; производсто и

реализацию фото-, видео-, теле-, кинопродукции; рекламную деятельность, включая

изготовление и распространение рекламы, в том числе в средствах массовой информации и др.

Одним из выпускаемых Ответчиком СМИ является печатное издание «Hello!» (ХЕЛЛОУ!). Свидетельство о регистрации СМИ серии ПИ № ФС77-31434 от 13.03.2008, журнал о жизни знаменитостей; реклама до 40%.

Статьей 4 Закона о защите конкуренции устанавливается, что товаром является объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу),

предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; взаимозаменяемые товары — это товары, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что приобретатель действительно заменяет или готов заменить один товар другим при потреблении (в том числе при потреблении в производственных целях).

Товарным рынком является сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и

такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

В соответствии с пунктом 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции, конкуренцией является соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном

рынке.

На основании вышеизложенного, Комиссией Московского УФАС России установлено, что ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» и ООО «Форвард Медиа Групп»

2 являются лицами, осуществляющими издательскую деятельность, а равно выпускают

издания с аналогичной тематикой (журнал о знаменитостях), целевой аудиторией и

схожим содержанием, то есть являются конкурентами, выпускающими взаимозаменяемые товары.

При этом, ООО «Форвард Медиа Групп» осуществляет вышеуказанную деятельность с использованием ассоциируемых с Ответчиком обозначением «Hello!»

(ХЕЛЛОУ!), а ЗАО «Аксель Шпрингер Раша» — с использованием ассоциируемого обозначения «Ok!» (ОКЕЙ).

Согласно заявлению ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», учредитель журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) ООО «Форвард Медиа Групп» нарушает антимонопольное законодательство Российской Федерации, выраженное в умышленном завышении тиража указанного печатного издания.

В соответствии с материалами дела, сравнительный анализ тиражей и аудитории журналов «Ok!» (ОКЕЙ) и «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) показал, что заявленный тираж журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) (298.000 экз.) выше тиража журнала «Ok!» (ОКЕЙ) (96.000 экз.) на 210%. При этом аудитория одного номера журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) (355.300) ниже аудитории журнала «Ok!» (ОКЕЙ) (463.100) согласно данным компании TNS Gallup Media (март — июль 2014) меньше на 25%.

Заявителем представлены мотивированные и основанные на правоприменительной практике доводы о том, что количественные данные тиража являются одним из важнейших показателей, определяющих привлекательность печатного издания для рекламодателей, заинтересованных проинформировать наибольшее количество потенциальных потребителей о реализуемых ими товарах и оказываемых услугах. Указание достоверных выходных данных, включающих тираж, выступает необходимым условием добросовестной конкуренции печатных средств массовой информации и эффективного функционирования рынка рекламы в печатных изданиях. В свою очередь, финансовый успех издания и занимаемая им доля рынка во многом зависит от поступлений за размещение рекламных материалов на коммерческой основе. Таким образом, указание заведомо ложной информации о тираже издания, а именно завышение тиражей, предоставляет необоснованные преимущества ООО «Форвард Медиа Групп», как участнику рынка печатных изданий.

Ответчик, не согласившись с доводами ЗАО «Аксель Шпрингер Раша», представил письменные пояснения, в которых указал следующее. ООО «Форвард Медиа Групп», начиная с 2004 года, выпускает периодическое печатное издание «Hello!» (ХЕЛЛОУ!), в том числе на территории Российской Федерации.

Количественные показатели экземпляров журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) в рассматриваемый период находились на уровне 200.000 - 298.000 экземпляров. В выходных данных журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) указывалось количество реально распространяемых экземпляров журнала.

Распространение каждого выпуска журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) за 2014 год осуществлялось путем розничной продажи, подписки через подписные агентства и иными способами, в том числе через сеть «Интернет».

По мнению Ответчика, распространение журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) различными способами дает возможность покрыть наибольшую аудиторию читателей. В подтверждение Ответчиком приведены данные компании TNS Gallup Media, согласно которым среднее число фактических читателей журнала «Hello!»

3
(ХЕЛЛОУ!) за период с января по октябрь 2014 года составляло около 351.200 человек, что значительно превышает заявленный тираж журнала.

Ответчик полагает, что не нарушил антимонопольного законодательства, поскольку своими действиями не нанес какого-либо ущерба хозяйствующим субъектам – конкурентам так как, по его мнению, при выборе издания третьи лица ориентируются на целевую аудиторию журнала, географию распространения,

глянцевый формат и показатель фактической аудитории журнала. В соответствии с пунктом 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, недобросовестной конкуренцией являются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции, не допускается недобросовестная конкуренция, выраженная во введении в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей.

Согласно пункту 6 части 1 статьи 27 Закона Российской Федерации от 27.12.1991 № 2124-1-ФЗ «О средствах массовой информации» (далее — Закон о СМИ), каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать сведения о тираже издания.

Согласно статье 2 Закона о СМИ, под продукцией средства массовой информации понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания. Под периодическим печатным изданием понимается, в том числе, газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное наименование (название), текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год.

Указание недостоверных (завышенных) сведений о тираже журнала способно ввести в заблуждение участников гражданского оборота и потребителей продукции в отношении количества товара (услуги), а также рекламодателей - относительно объемов распространения своей рекламы, количества потребителей рекламы. ООО «Форвард Медиа Групп» представлены сведения, в соответствии с которыми тираж периодического печатного издания, указанный в выходных данных журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) (для примера взят номер <...> (519), май 2014), составляет 298.000 экземпляров. В то же время, в соответствии с представленным договором с ОАО

Полиграфический комплекс «Пушкинская площадь», издательством заказана печать существенно меньшего количества экземпляров.

Вместе с тем, по результатам анализа представленных Ответчиком по запросу Московского УФАС России в режиме коммерческой тайны документов о выпуске журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!), Комиссия Московского УФАС России установила несоответствие заявленного в выходных данных объема тиража журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) фактически отпечатанному в типографии количеству экземпляров указанного журанала в номерах с 01-45 за период с января по ноябрь 2014 года. Согласно письменным пояснениям ООО «Форвард Медиа Групп», указанный

тираж состоит из экземпляров журнала:

1. отпечатанных в типографиях для распространения на территории

4

Российской Федерации;

2. предназначенных для распространения среди русскоязычного населения на территории зарубежных государств, в том числе на территории СНГ;

3. распространяемых в электронном виде посредством сети Интернет.

В отношении включения в сумму тиража «экземпляров журнала,

предназначенных для распространения среди русскоязычного населения на

территории зарубежных государств, в том числе на территории СНГ Комиссией Московского УФАС России установлено следующее.

Запросами информации исх. № РП/35405 от 07.11.2014, № ИК/2662 от

28.01.2015 у ООО «Форвард Медиа Групп» истребовано документальное

подтверждение достоверности сведений об объемах тиражей журнала «Hello!»

(ХЕЛЛОУ!) (номер регистрации ПИ № ФС77-31434 от 13.03.2008), указанных в

выходных данных названного журнала, копии договоров с типографией

(типографиями)

на изготовление журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!).

Из указанного запроса следовала обязанность представить информацию,

подтверждающую печать всего указанного тиража, в том числе для зарубежных государств или в зарубежных государствах. Между тем, Обществом были

представлены

сведения о печати каждого номера издания только в типографии на территории

Российской Федерации.

Из выходных данных, размещенных в журнале «Hello!» (ХЕЛЛОУ!), следует, что

печать журнала осуществлялась с января по август 2014 г. в ОАО

«Полиграфический

комплекс «Пушкинская площадь», в период с августа по ноябрь 2014 г. в ООО

«Р.Р.Доннелли».

Каких-либо документов, подтверждающих изготовление и распространение

существенной части тиража, превышающей количество заказанных в других

типографиях, оплаченных и ввезенных на территорию Российской Федерации

экземпляров журнала, за пределами Российской Федерации, Обществом не

представлено. Сведений об иных типографиях, печатающих издание, в выходных

данных не содержится, Ответчиком не представлено.

В свою очередь, Комиссия Московского УФАС России считает, что включение

издателем «электронных копий» в тираж является ошибочной позицией, не

соответствует определению тиража в выходных данных изданиях, а равно

сложившейся правоприменительной практике, так как тираж периодического

печатного издания включает в себя только бумажные экземпляры издания,

изготовленные типографским способом. Более того, свидетельство о регистрации

спорного СМИ прямо указывает на его печатную форму.

Кроме того, из представленных документов следует, что печать тиража с

недостоверными сведениями заказывалась до начала распространения

соответствующего номера электронным способом, в связи с чем подсчитать

(предугадать) количество журналов, которое будет распространено в будущем

электронным способом, объективно невозможно.

Таким образом, Комиссия Московского УФАС России считает, что в полном

объеме установлены признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте

9

статьи 4 Закона о защите конкуренции, в связи со следующим.

Направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности над конкурентом выразилась в том, что Ответчик

путем указания несоответствующих действительности сведений о тираже издаваемого

5

и реализуемого им на территории Российской Федерации и зарубежных стран журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) привлекает рекламодателей, поскольку данные о тираже

(существенно завышенное количество) являются существенным критерием для рекламодателя, заинтересованного осведомить наибольшее количество потенциальных потребителей о реализуемых им товарах или оказываемых услугах. Противоречие требованиям добропорядочности, разумности и справедливости выразилось в указании данных о тираже, не соответствующих количеству реально выпущенных экземпляров журнала.

Способность причинения убытков конкурентам выразилась в том, что действия Ответчика могут повлечь отток рекламодателей от печатных изданий хозяйствующих

субъектов – конкурентов, указывающих достоверные сведения о тиражах своих изданий.

Учитывая вышеизложенное, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу, что тираж периодического печатного издания, с одной стороны, является важным критерием определения популярности издания среди его читателей, с другой

стороны, позволяет рекламожителю определить объем распространения рекламы в

соответствующем номере издания. Следовательно, указание недостоверной информации о тираже печатного издания влечет получение издателем незаконного конкурентного преимущества на рынке.

Указание реальных выходных данных является необходимым условием добросовестной конкуренции средств массовой информации и эффективного функционирования рынка печатной рекламы. В свою очередь, финансовый успех издания и занимаемая им доля рынка во многом зависит от поступлений за размещение рекламных материалов на коммерческой основе. Таким образом, указание

заведомо недостоверной информации о тираже издания, а именно завышение тиражей, предоставляет необоснованные преимущества ООО «Форвард Медиа Групп» как участнику рынка печатных СМИ.

Учитывая вышеизложенное, на основании материалов дела № 1-14-449/77-15, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Форвард Медиа Групп» установлен факт нарушения пункта 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции,

выразившегося во введении в заблуждение относительно объемов тиражей журнала

«Hello!» (ХЕЛЛОУ!) в период с января по ноябрь 2014 года.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 48 Закона о защите конкуренции, Комиссия Московского УФАС России прекращает рассмотрение дела о нарушении

антимонопольного законодательства в случае добровольного устранения нарушения

антимонопольного законодательства и его последствий лицом, совершившим

такое
нарушение.

ООО «Форвард Медиа Групп» в адрес Московского УФАС России в режиме коммерческой тайны были представлены документально подтвержденные доказательства добровольного устранения им нарушения антимонопольного законодательства, выразившегося во введении в заблуждение относительно объемов тиражей журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!). Данный факт в полной мере подтвержден Комиссией Московского УФАС России. В частности, согласно представленным документам количество отпечатанных экземпляров журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) за апрель 2015 г. (№16) соответствует объему тиража, указанному в выходных данных журнала.

При этом, в соответствии с частью 2 статьи 48 Закона о защите конкуренции,
6

настоящим решением о прекращении рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства устанавливается факт нарушения ООО «Форвард

Медиа Групп» антимонопольного законодательства Российской Федерации, а именно

пункта 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частью 1 - 3 статьи 41, статьями 48-49 Закона о защите конкуренции, Комиссия Московского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать ООО «Форвард Медиа Групп» нарушившим пункт 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции в части введения в заблуждение относительно объемов тиражей журнала «Hello!» (ХЕЛЛОУ!) в период с января по ноябрь 2014 года.

2. Прекратить рассмотрение дела № 1-14-449/77-15 в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства ООО «Форвард Медиа Групп».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Московского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьей 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии (.....)

Члены Комиссии (.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в Арбитражный суд г. Москвы.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа частью 2.5 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.