

Резолютивная часть оглашена 18 января 2010 г.  
Решение в полном объеме изготовлено 29 января 2010 г.

#### РЕШЕНИЕ № 32-14АМЗ/09

Комиссия Вологодского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении антимонопольного законодательства в составе:  
Хлевчук В.Т. - председатель Комиссии, заместитель руководителя Управления;  
Власов А.А. - начальник отдела антимонопольного и рекламного контроля;  
Лукова И.С. - ведущий специалист - эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;  
Шишеловой С.А. - ведущий специалист - эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля;  
рассмотрев дело № 32-14АМЗ/09 по признакам нарушения ООО «СеверИнфо» (160012, г. Вологда, Советский пр-т, д. 80Б) п.1, п. 2 ч.1 ст.14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

#### УСТАНОВИЛА:

В Управление ФАС по Вологодской области поступило заявление от главного редактора газеты «Комсомольская правда в Вологде и Череповце» ООО «ИД Север» (далее - Заявитель) (полномочия подтверждены Трудовым договором от 16.03.2009 г. между ООО «ИД «Север» и Кондратьевой Е.А.) на действия ООО «СеверИнфо» (далее - Ответчик, Общество), выразившиеся в распространении ложных, неточных сведений о тираже периодического печатного издания (газета «Московский комсомолец в Вологде и Череповце»), которые могут причинить убытки другому хозяйствующему субъекту, так же введение в заблуждение потребителей в отношении количества товара.

На рассмотрении дела присутствовали:

- представитель заявителя - Серов О.В. по доверенности от 18.03.2009 г.;
- представитель ответчика - Трайнин И.А. по доверенности от 17.11.2009 г.;
- представитель Роскомнадзора по Вологодской области - Беляев Н. Н. по доверенности от 02.11.2009 г.
- представитель ЗАО «Редакция газеты «Московский комсомолец» - Амелина Н.С. по доверенности от 19.12.2008 г.

Заявители просят провести проверку подлинного тиража газеты «Московский Комсомолец в Вологде и Череповце», считают, что еженедельный тираж издания не соответствует заявленному в выходных данных и составляет меньшее количество, так же, количественные данные тиража являются одним из важнейших показателей, определяющих привлекательность печатного издания для рекламодателей, что, в конечном итоге, определяет финансовый успех издания и занимаемую им долю рынка. Указание реальных выходных данных выступает необходимым условием добросовестной конкуренции среди средств массовой информации и эффективного функционирования рынка печатной рекламы. Так же, действия ООО «СеверИнфо» направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, могут причинить убытки конкурентам Общества.

Ответчики с доводами Комиссии согласились частично, подтверждают, что выходные данные, указанные в газете не соответствуют фактическим данным изготовленных (напечатанных) газет. Считают, что была допущена техническая ошибка, возникшая вследствие того, что технический работник ООО «СеверИнфо» вовремя не отследил и не внес все соответствующие изменения в выходные данные в соответствии с заявкой на печать выпуска газет.

Комиссия, заслушав представителей сторон, изучив материалы дела, считает ООО «СеверИнфо» нарушившим пункт 1, пункт 2 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 г. (далее - Закон о защите конкуренции), по следующим основаниям.

Как следует из материалов дела, ООО «СеверИнфо» зарегистрировано в качестве юридического лица 03.03.2006 г. (свидетельство о государственной регистрации серия <...> Предметом деятельности Общества, согласно Уставу, утвержденным решением №1 от 19.11.2007 г., является деятельность по сбору, обработке анализа, обобщению и распространению общественно значимой информации, деятельность информационных агентств, рекламная деятельность, издательская деятельность, деятельность средств массовой информации.

Учредителем газеты «Московский Комсомолец. Российский региональный еженедельник» (Рег. ПИ № ФС77-27985) (далее - «МК.РРЕ»), газеты «Московский Комсомолец в Вологде» (Рег. № Т-1161) (далее - «МК в Вологде»), газеты «Московский Комсомолец в Череповце» (Рег. № Т-1340) (далее - «МК в Череповце»), является ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец».

Между ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец» и ООО «СеверИнфо» заключен Договор № 8/Р от 01.03.2009 г., согласно которому, права по осуществлению функций Редакции газет «Московский комсомолец «МК в Вологде», «Московский комсомолец «МК в Череповце» и неисключительные права на издание (печать) и распространение периодического печатного издания «Московский Комсомолец. Российский региональный еженедельник», передаются ООО «СеверИнфо».

На основании указанного договора п. 1.4.3 общий объем газеты, включая «Московский Комсомолец. Российский региональный еженедельник» и «Московский Комсомолец «МК в Вологде», «Московский Комсомолец «МК в Череповце» должен составлять не менее 32 полос, территория распространения: г. Вологда; п. 2.1.5 Общество обязано указывать тираж газеты в полном соответствии со ст. 27 Федерального закона от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (далее - Закон о СМИ).

Так же, ООО «СеверИнфо» заключило договор № 312 от 17.08.2009 г. с ГП «Областная типография им. М. Горького» (далее - Типография), на основании которого Типография принимает на себя обязательства по выполнению на своей полиграфической базе и собственной бумаге или бумаге Общества распечатки газеты «МК в Вологде и Череповце» (п. 1.1 Договора).

Согласно данного договора Общество в лице генерального директора Смирновой А.В. направило в адрес Типографии заявки на распечатку следующих номеров:

- номер <...> от 25.08.2009 г.

1. «МК.РРЕ», полоса 1,4,5,6,7,8,9,10,11,12,16,17,21,22,23,24 - 1910 экземпляров,
2. «МК в Вологде», полоса 2,12,14,15,18,19,20 - 1910 экз.,
3. «МК в Череповце», полоса 3 - 1910 экз.

- номер <...> от 01.09.2009 г.

1. МК.РРЕ», полоса 1,4,5,6,7,8,9,10,11,13,16,17,21,22,23,24,25,26,27,28 - 1810 экземпляров,
2. «МК в Вологде», полоса 2,12,14,15,18,19,20 - 1810 экз.,

3. «МК в Череповце», полоса 3 - 1810 экз.
- номер <...> от 08.09.2009 г.
1. МК.РРЕ», полоса 1,4,5,6,7,8,9,10,11,13,16,17,21,22,23,24,25,26,27,28 - 1940 экземпляров,
  2. «МК в Вологде», полоса 2,12,14,15,18,19,20 - 1940 экз.,
  3. «МК в Череповце», полоса 3 - 1940 экз.
- номер <...> от 15.09.2009 г.
1. МК.РРЕ», полоса 1,4,5,6,7,8,9,10,11,13,16,17,21,22,23,24,25,26,27,28 - 2177 экземпляров,
  2. «МК в Вологде», полоса 2,12,14,15,18,19,20 - 2177 экз.,
  3. «МК в Череповце», полоса 3 - 2177 экз.
- номер <...> от 22.09.2009 г.
1. МК.РРЕ», полоса 1,4,5,6,7,8,9,10,11,13,16,17,21,22,23,24,25,26,27,28 - 1855 экземпляров,
  2. «МК в Вологде», полоса 2,12,14,15,18,19,20 - 1855 экз.,
  3. «МК в Череповце», полоса 3 - 1855 экз.

В соответствии с указанной заявкой, Типография распечатала следующие номера газет, объединив их в каждый номер <...> назвав при этом - «МК в Вологде и Череповце»: №35 - 1910 экз., № 36 - 1810 экз., № 37 - 1940 экз., № 38 - 2177 экз., № 39 - 1855 экз., что подтверждается счетами - фактурой № 00003990 от 25.08.2009 г., № 00004149 от 02.09.2009 г., № 00004240 от 08.09.2009 г., № 00004320 от 15.09.2009 г., № 00004439 от 22.09.2009 г.

Однако, из выходных данных каждого из указанных номеров газет следует, что количество выпускаемого тиража составляет 6600 (шесть тысяч шестьсот) экземпляров.

На заседании Комиссии представители ООО «СеверИнфо» и ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец» пояснили, что юридическим лицом, распространяющим газету «МК в Вологде и Череповце», является ООО «СеверИнфо» согласно заключенным договорам с ЗАО «Редакция газеты «МК». Распространение данной газеты проводится на территории Вологодской области.

Количество выпускаемых газет прописано в договоре между сторонами (Обществом и ЗАО «МК»), где определяется количество выпусков, в том числе и тираж выпускаемых печатных изданий. Так называемых «приписок» здесь нет, присутствует человеческий фактор. На потребительские свойства количество товара не влияет. Данных о том, что своими действиями Общество нанесло Заявителю ущерб или вред, нет. Так же газету определяют качественные характеристики, а не тираж. Не всех рекламодателей интересуют только тираж. Неправильное указание тиража не является нарушением антимонопольного законодательства. То несоответствие, которое было в выходных данных устранено (представлены в качестве доказательств газеты с номерами: № 50 (616) от 9-16 декабря 2009 г.; № 51 (617) от 16-23 декабря 2009 г.; № 52 (618) от 23-30 декабря 2009 г.; № 1-2 (619,620) от 30.12.2009 - 13.01.2010 г.; № 3 (621) от 13-20.01.2010 г.).

Представитель Заявителя на заседании Комиссии поддержал заявленные требования, так же пояснил, что для рекламодателей Вологодской области важной составляющей при подаче рекламы является тираж.

Управление Роскомнадзора по Вологодской области сообщило (вход. № 6482 от 31.12.2009 г.), что на территории Вологодской области выходят совместно распространяющиеся выпуски газет: «МК. РРЕ», «МК в Вологде», «МК в Череповце».

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-27985 от 12.04.2007 г. Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия, учредителем СМИ «МК. РРЕ» является ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец». Территория распространения СМИ - Российская Федерация.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации № Т-1161 от 03.03.1998 г. Центрального регионального управления Госкомитета РФ по печати, учредителем средства массовой информации «Московский комсомолец «МК в Вологде» является ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец». Территория распространения СМИ - Вологодская область.

Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации № Т-1340 от 09.03.1999 г. Центрального регионального управления Госкомитета РФ по печати, учредителем средства массовой информации «Московский комсомолец «МК в Череповце» является ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец». Территория распространения СМИ - Вологодская область.

Таким образом, вышеперечисленные средства массовой информации являются самостоятельными периодическими печатными изданиями, объединенными учредителем для выхода в свет в один общий еженедельник.

Структура еженедельника складывается из полос.

В соответствии с письмом генерального директора ЗАО «Редакция газеты «Московский Комсомолец» П.Н. Гусева, исх. № 1749 от 31.10.2008 г., общий объем еженедельника определен не менее 32 полос, в том числе, газета «МК.РРЕ» не менее 20 полос, оставшийся объем не менее 12 страниц распределяется между газетами «МК в Вологде» и «МК в Череповце».

В связи с этим, при заявке на печать указанных средств массовой информации указываются полосы для конкретных СМИ и их тираж. Тираж полос для вышеперечисленных СМИ одинаков. Это необходимо для их объединения в один еженедельник.

В соответствии с заявкой на печать тиражей изданий № 35 от 25.08.2009 г.,

1. «МК.РРЕ», полоса 1,4,5,6,7,8,9,10,11,12,16,17,21,22,23,24 - 1910 экземпляров,
2. «МК в Вологде», полоса 2,12,14,15,18,19,20 - 1910 экз.,
3. «МК в Череповце», полоса 3 - 1910 экз.

В соответствии с заявкой, тираж полос имеет одно общее значение - 1910 экз. Перечисленные полосы складываются в единое целое, объемом 24 полосы, с общим тиражом - 1910 экземпляров. Таким образом, тираж совместно распространенного выпуска вышеназванных газет № 35 от 25.08.2009 г. составил - 1910 экз.

Аналогичная ситуация просматривается и с № 36 по № 39 газеты «МК в Вологде и Череповце».

Кроме того, в выпуске любого еженедельника в содержании полос, отведенных для каждого конкретного СМИ, нет информации о его тираже, что является нарушением ст. 27 ФЗ «О СМИ».

Указанный на последней странице выпуска тираж в количестве 6600 экз. не соответствует действительности.

При этом Комиссия по рассмотрению дела исходит из следующего.

Антимонопольное законодательство Российской Федерации, в соответствии со статьёй 2 Закона о защите конкуренции, основывается на Конституции Российской Федерации, Гражданском кодексе Российской Федерации и состоит из настоящего Федерального закона, иных федеральных законов, регулирующих отношения, указанные в статье 3 настоящего Федерального закона.

Территориальный орган Федеральной антимонопольной службы осуществляет функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства в сфере конкуренции на товарных рынках и защиты конкуренции на рынке финансовых услуг (далее - антимонопольное законодательство), деятельности субъектов естественных монополий (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа), рекламы (в части установленных законодательством полномочий антимонопольного органа).

Конкуренция - соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия

обращения товаров на соответствующем товарном рынке (п. 7 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции»).

В соответствии с п. 9 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция - 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 нанести или могут нанести вред их деловой репутации.

В соответствии с п.1 ч.1 ст.14 ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе связанная с распространением ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

На основании п. 2 ч.1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе введение в заблуждение в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей.

Исходя из определения недобросовестной конкуренции, следует, что для признания действий какого-либо субъекта недобросовестной конкуренции необходимо одновременное выполнение следующих условий:

- наличие конкурентных отношений между субъектами, что предполагает осуществление ими фактической деятельности на одном товарном рынке и в пределах определенных географических границ (на определенной территории), а также наличие соперничества, состязательности между ними на данном рынке;

- при наличии конкурентных отношений совершение одним из хозяйствующих субъектов каких-либо действий, которые: противоречат законодательству РФ, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности, справедливости; направлены на приобретение преимуществ перед конкурентом; причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В соответствии с проведенным Вологодским УФАС России экономическим анализом и составленной на основании данного анализа аналитического отчета № 186 от 18.11.2009 г., установлено, ООО «ИД Север» и ООО «СеверИнфо» являются конкурентами на рынке информационных услуг в географических границах Вологодской области.

В соответствии с Уставом ООО «ИД «Север» осуществляет следующие виды деятельности: полиграфия, производство печатных изданий, проведение PR-компаний, рекламных акций и т. д. В соответствии с Уведомлением Федеральной службы государственной статистики от 19.01.2006 г. при государственной регистрации ООО «ИД «Север» заявлен основной вид деятельности, соответствующий коду 22.2 «Полиграфическая деятельность и предоставление услуг в этой области» Общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2007, дополнительными видами деятельности является издательская и рекламная деятельность (коды ОКВЭД 22.1 и 74.4 соответственно). На основании письма Вологодстата № 08-20/170 от 17.09.2008 г. ООО «СеверИнфо» при регистрации Общества, заявлены следующие виды деятельности: деятельность информационных услуг, издательская деятельность, полиграфическая деятельность и предоставление услуг в этой области и рекламная деятельность (коды ОКВЭД) 92.4, 22.1, 22.2, 74.4 соответственно).

Факт распространения ложных сведений о количестве выпускаемого тиража подтверждается имеющимися в материалах дела экземплярами газеты «МК в Вологде и Череповце» № 35 от 25.08.2009 г., № 36 от 01.09.2009 г., № 37 от 08.09.2009 г., № 38 от 15.09.2009 г., № 39 от 22.09.2009 г., и не оспаривается ответчиком.

Так, в № 35 от 25.08.2009 г. указан тираж в количестве – 6600 экз., однако фактическое количество напечатанных газет, согласно заявке и счета – фактуры от 25.08.2009 г., составляет 1910 экз.; № 36 от 01.09.2009 г. – 6600 экз., фактическое количество – 1810 экз. (счет – фактура от 02.2009 г.); № 37 от 08.09.2009 г. – 6600 экз., фактическое количество – 1940 экз. (счет – фактура от 08.09.2009 г.); № 38 от 15.09.2009 г. – 6600 экз., фактическое количество – 2177 экз. (счет – фактура от 15.09.2009 г.); № 39 от 22.09.2009 г. – 6600 экз., фактическое количество – 1855 экз. (счет – фактура от 22.09.2009 г.).

Кроме того, представитель Ответчика сообщил, что Общество размещало в выходных данных каждого номера газеты сведения о тираже, показатель которого был получен путем сложения тиражей каждого печатного издания («МК.РРЕ» «МК в Вологде» «МК в Череповце»).

В соответствии с п. 6 ст. 27 ФЗ «о СМИ» каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать сведения о тираже.

На основании ст. 2 Закона о СМИ под продукцией средства массовой информации понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск радио-, теле-, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы.

Комиссией принимается довод Общества, что в выходных данных содержатся данные о выпускаемом тираже, однако, по мнению, Комиссии, указанные данные носят ложные сведения, которые впоследствии вводят в заблуждение потребителей в отношении количества товара (выпускаемых газет), что подтверждается имеющимися в материалах дела копией заявок и счетов – фактуры об оплате за услуги Типографии.

При выборе периодического печатного издания для размещения в нем своей рекламы рекламодатель руководствуется несколькими критериями (цена, территория распространения, круг читателей – потенциальных потребителей рекламируемого товара и т.п.), в том числе, количеством потребителей рекламы, которое напрямую зависит от показателя печатного издания (чем выше тираж, тем большее количество людей ознакомится с рекламой, что повышает ее эффективность, окупает затраты).

В условиях конкуренции распространение информации является одним из действенных способов привлечения потребителей.

Приобретение преимуществ перед конкурентами возможно посредством воздействия на потребителей, что в свою очередь изменяет структуру потребительского спроса, дает возможность увеличить объем реализации продукции и, соответственно получаемую прибыль.

В рассматриваемом случае, ООО «СеверИнфо» в № 35 от 25.08.2009 г., № 36 от 01.09.2009 г., № 37 от 08.09.2009 г., № 38 от 15.09.2009 г., № 39 от 22.09.2009 г. газеты «МК в Вологде и Череповце» распространило недостоверную информацию о тираже, что вводит в заблуждение потребителей в отношении характера количества товара.

На основании ст. 27 Закона о СМИ каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать тираж.

Действия ООО «СеверИнфо» по указанию недостоверных сведений о тираже и введении в заблуждение в отношении количества товара противоречат как ст. 27 Закона о СМИ, так и обычаям делового оборота (принято указывать достоверные сведения о продукции, в том числе на самой этой продукции), требованиям добропорядочности (ложные, недостоверные сведения не достойные одобрения), разумности и справедливости.

Согласно ст. 5 Гражданского Кодекса РФ обычаям делового оборота признается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности правило поведения, не предусмотренное законодательством, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе. При этом, обычаи делового оборота применяются, если они не противоречат положениям действующего законодательства или договору.

Термины «добропорядочность», «разумность», «справедливость» действующим законодательством не определены, в связи с чем, применяются в соответствии с их общим значением в русском языке. Термин «добропорядочный» толкуется как «приличный», «достойный одобрения», «порядочный», а термин «порядочный», в свою очередь, как «честный и соответствующий принятым правилам поведения» (Толковый словарь русского языка под ред. С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой: М., 2001).

Категории «разумность» и «справедливость» отражают различные моральные принципы, распространяющиеся и на предпринимательскую деятельность.

Актом недобросовестной конкуренции признается такое действие хозяйствующего субъекта, которое способно оказать влияние на конкуренцию, то есть повлиять на распределение спроса, предоставить лицу, распространившему информацию, преимущества над конкурентами и причинить им вред.

Вред может выражаться в убытках или ущербе деловой репутации, при этом для признания действий хозяйствующего субъекта недобросовестной конкуренцией достаточно лишь возможности наступления таких последствий и доказательств наступления таких последствий не требуется.

На заседании Комиссии представитель Общества представил следующие номера газет в качестве доказательств о прекращении опубликования недостоверных данных о тираже в выходных данных: № 50 (616) от 9-16 декабря 2009 г.; № 51 (617) от 16-23 декабря 2009 г.; № 52 (618) от 23-30 декабря 2009 г.; № 1-2 (619,620) от 30.12.2009 – 13.01.2010 г.; № 3 (621) от 13-20.01.2010 г.), количество тиража которых в каждом номере составляет 6600 экз. Однако, из приложенных заявок в Типографию на распечатку указанных номеров следует, что Общество по-прежнему нарушает действующее законодательство, так как указание тиража в выходных данных газеты фактически не соответствует заявленным количествам изданий.

Таким образом, указание ООО «СеверИнфо» недостоверных сведений о тираже газеты «МК в Вологде и Череповце» № 35 от 25.08.2009 г., № 36 от 01.09.2009 г., № 37 от 08.09.2009 г., № 38 от 15.09.2009 г., № 39 от 22.09.2009 г. расценивается комиссией УФАС как распространение ООО «СеверИнфо» ложных, несоответствующих действительности сведений, противоречащих законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, направленных на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, так же введение в заблуждение в отношении количества товара, что в конечном итоге может причинить убытки ООО «ИД Север».

На основании изложенного, Руководствуясь ст.ст. 23; 39 ч.1; 41, 49 Закона «О защите конкуренции», Комиссия Вологодского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении антимонопольного законодательства,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ООО «СеверИнфо» нарушившим п.1, п. 2 ч.1 ст.14 Федерального закона № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
2. Выдать ООО «СеверИнфо» предписание о недопущении действий, которые могут являться препятствием для возникновения конкуренции и (или) могут привести к ограничению, устранению конкуренции и нарушению антимонопольного законодательства.
3. Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждении административного производства уполномоченному должностному лицу Вологодского УФАС России.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа частью 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Председатель Комиссии

В.Т. Хлевчук

Члены Комиссии:

А.А. Власов

И.С. Лукова  
С.А. Шишелова

#### **ПРЕДПИСАНИЕ № 32-14АМЗ/09**

29 января 2010 г.

г. Вологда

Комиссия Вологодского УФАС России по рассмотрению дел о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Хлевчук В.Т. – заместитель руководителя Управления - председатель Комиссии;

Власов А.А. – начальник отдела антимонопольного и рекламного контроля – член Комиссии;

Шишелова С.А. – ведущий специалист - эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля – член Комиссии;

Лукова И.С. - ведущий специалист - эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля – член Комиссии;

руководствуясь ст. 23, частью 1 ст. 39, частью 4 ст. 41, ст. 50 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» на основании своего решения от 18.01.2010 г. по делу № 32-14АМЗ/09 о нарушении ООО «СеверИнфо» (160012, г. Вологда, Советский пр-т, д. 80Б) п.1, п. 2 ч.1 ст.14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»

#### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Прекратить нарушение п. 1, п. 2 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции.
2. Во исполнение п.1 настоящего предписания ООО «СеверИнфо» указывать достоверные сведения в выходных данных о выпускаемом тираже печатного издания.
3. ООО «СеверИнфо» о выполнении п.2 настоящего предписания сообщить в Вологодское УФАС России в срок до 30.02.2010 г.

Неисполнение в срок Предписания по делу о нарушении антимонопольного законодательства влечет за собой административную ответственность.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня его вынесения.

Председатель Комиссии

В.Т. Хлевчук

Члены Комиссии:

А.А. Власов  
С.А. Шишелова  
И.С. Лукова