

Р Е Ш Е Н И Е

21 января 2015

г.Барнаул

г.

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии:

П<...>,

Члены Комиссии:

Б<...>,

Ч<...>,

рассмотрев дело № 21-ФАС22-НК/12-14 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Литера» (далее ООО «Литера») п.2 ч.1 ст. 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»,

в присутствии представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения – ООО «Литера» главного редактора журнала «LOOK» К<...>,

в отсутствие заинтересованного лица — управление Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай, о дате, времени и месте рассмотрения дела извещено надлежащим образом, поступило ходатайство о рассмотрении дела без участия представителя,

УСТАНОВИЛА:

в Алтайское краевое УФАС России поступило обращение управления Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай (вхд. №13314 от 24.11.2014г.) о признаках нарушения ст.14 Федерального закона «О защите конкуренции», а именно, в периодическом печатном издании - «LOOK» (№14 за 2014г.) указаны недостоверные сведения о форме распространения СМИ. Указанное СМИ зарегистрировано с формой распространения «журнал», однако, при анализе печатного издания «LOOK» (№14 за 2014г.) выявлено, что на титульном листе указано «газета об искусстве жить со вкусом». Данное обстоятельство, может способствовать введению в заблуждение потребителей.

В ходе расследования, проведенного управлением, установлено, что в номере № 14 за октябрь 2014г. на первой полосе (обложке) издания размещена информация об издании: газета об искусстве жить со вкусом.

ООО «Литера» издает журнал «LOOK» на основании свидетельства о регистрации СМИ ПИ №ТУ22- 00460 от 17 декабря 2013г., выданного управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Алтайскому краю и Республике Алтай. Согласно данным, указанных в свидетельстве: название издания - «LOOK»; форма периодического

распространения (вид – для периодического печатного издания): Периодическое печатное издание, журнал; примерная тематика и (или) специализация: рекламное СМИ. Информационно-рекламная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Следовательно, размещенная на обложке информация о форме периодического распространения: вместо - журнал, указано – газета, является недостоверной, не соответствующей сведениям о СМИ «LOOK», содержащимся в свидетельстве о регистрации.

ГОСТ 7.60-2003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу, введенного постановлением Госстандарта России от 25.11.2003г. №331-ст содержит виды периодических и продолжающихся изданий (п.3.2.5).

Так, понятие «газета» определяется как «Периодическое газетное издание, выходящее через непродолжительные интервалы времени, содержащее официальные материалы, оперативную информацию и статьи по актуальным общественно-политическим, научным, производственным и другим вопросам, а также литературные произведения и рекламу» (п.3.2.5.1).

Понятие «журнал» определяется как «Периодическое журнальное издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи или рефераты по различным вопросам и литературно-художественные произведения, количественный показатель объема издательской продукции, исчисляемых в экземплярах издания» (3.2.5.2).

В п.6 указанного стандарта содержится информация о системе показателей статистического учета.

Согласно п. 6.5. ГОСТ 7.60-2003 в статистическом учете применяются простые, сложные и комбинированные группировки изданий. Простые группировки статистических данных отражают итоги учета издательской продукции по одному качественному признаку. Сложные группировки статистических данных отражают итоги статистического учета по нескольким разным качественным показателям. Комбинированные группировки отражают данные, полученные в результате сочетания рядов, построенных на основе разных классификаций.

В соответствии с п. 6.6. ГОСТ 7.60-2003 издательская продукция классифицируется по следующим признакам, в том числе периодические и продолжающиеся издания (п. 6.6.2).

Журналы, периодические сборники, бюллетени:

- по тематике;
- по целевому назначению;
- по читательскому адресу;
- по языку публикации;
- по территориальному признаку;

- по периодичности выхода в свет.

Статистический учет по данным признакам проводится для каждого вида периодического/продолжающегося издания отдельно (п.6.6.2.1);

Газеты:

- по типам и специализации;

- по территориальному признаку;

- по периодичности выхода в свет;

- по языку публикации (п. 6.6.2.2).

Исходя из указанных положений ГОСТа 7.60-2003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу, следует, что «газета» предполагает выход в свет через более непродолжительные интервалы времени, чем «журнал».

Таким образом, периодичность выхода в свет является одним из признаков, по которому классифицируются печатные СМИ. Так, по периодичности выхода газеты делятся на ежедневные (утренние, вечерние), еженедельные, ежемесячные (реже), журналы по периодичности выхода в свет ежедневными не бывают, сложившаяся периодичность выхода журнала 2 раза в месяц, ежемесячно, 2 раза в год и т.п.

В заседании Комиссии главный редактор журнала «ЛООК» пояснил, что журнал «ЛООК» имеет периодичность выхода 1 раз в квартал.

Таким образом, указание в выходных данных вместо вида печатного СМИ «журнал» - «газета» вводит в заблуждение потребителей как в отношении периодичности выхода печатного СМИ, так и в отношении его содержания.

Статьей 14 Федерального закона «О защите конкуренции» установлен запрет на недобросовестную конкуренцию.

В соответствии с пунктом 9 ст. 4 Федерального закона «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 нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Согласно п.2 ч.1 ст.14 Федерального закона «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.

В действиях редакции журнала «ЛООК» содержатся признаки недобросовестной конкуренции в форме введение потребителей в заблуждение в отношении вида печатного СМИ, в связи с чем, ООО «Литера» приобретает необоснованные

преимущества при осуществлении предпринимательской деятельности.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-3 статьи 41, статьей 48 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия ООО «Литера» связанные с распространением недостоверных сведений о форме периодического распространения печатного СМИ – журнала «LOOK» актом недобросовестной конкуренции, выразившимся в нарушении п.2 ч.1 ст.14 Федерального закона «О защите конкуренции».
2. Рассмотрение дела № 21-ФАС22-НК/12-14 прекратить в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства ООО «Литера».

Председатель Комиссии

П<...>

Члены Комиссии

Б<...>

Ч<...>

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