

В публикуваната версия на това решение някои от данните са заличени, в съответствие с чл. 55, ал. 4 от ЗЗК, с който не се допуска разгласяването на търговска тайна или друга защитена от закон тайна на страните. Заличените данни са отбелязани с (.....)*.

РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
КОМИСИЯ ЗА ЗАЩИТА НА КОНКУРЕНЦИЯТА

Р Е Ш Е Н И Е

№ 722

София 24.06.2010 г.

Комисията за защита на конкуренцията в състав:

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Петко Николов

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Александър Александров

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

Реджеб Мустафа

ЧЛЕНОВЕ:

Весела Антонова

Диана Хитова

Евгений Иванов

при участието на секретар–протоколиста Милена Емилова, разгледа в закрито заседание, проведено на 24.06.2010г., преписка № КЗК–1111/2009г., докладвана от члена на Комисията г-жа Весела Антонова.

В Комисията за защита на конкуренцията (КЗК) е образувано производство по преписка № КЗК-1111/21.12.2009 г., образувана по искане на “168 ЧАСА” ЕООД за установяване на евентуално извършени нарушения по чл. 36, ал. 4, във връзка с чл. 29 от ЗЗК от страна на “Телеграф” ЕООД и „Експрес БГ” ЕАД, за постановяване прекратяване на нарушенията, както и налагане на предвидените в закона санкции.

СЪЩНОСТ НА ИСКАНЕТО

Искателят „168 ЧАСА” ЕООД посочва, че едноличен собственик на капитала му е „ВАЦ-МЕДИЙНА ГРУПА БЪЛГАРИЯ–ХОЛДИНГ” ЕООД.

Посочва като ответници дружествата „ТЕЛЕГРАФ” ЕООД и „ЕКСПРЕС БГ” ЕАД с едноличен собственик на капитала на дружествата „НОВА БЪЛГАРСКА МЕДИЙНА ГРУПА ХОЛДИНГ” АД. Твърди, че ответниците са част от икономическата група „НОВА БЪЛГАРСКА МЕДИЙНА ГРУПА ХОЛДИНГ” АД, включваща дружествата:

„МОНИТОР” ЕООД, издател на всекидневника „МОНИТОР”,
„ТЕЛЕГРАФ” ЕООД, издател на всекидневника „ТЕЛЕГРАФ”,
„ПОЛИТИКА ДНЕС” ЕООД, издател на вестник „ПОЛИТИКА”,
„ЕКСПРЕС БГ” ЕООД, издател на всекидневника „ЕКСПРЕС”,

Издателска къща „БОРБА” ООД, гр. Велико Търново, издател на регионалния вестник „БОРБА”,

„КОМПАКТ МЕРИДИАН” ЕООД, издател на спортния вестник „Меридиан мач”.

Като собственик на икономическата група посочва Ирена Ангелова Кръстева. Част от икономическата група е и дружеството „Краун Медиа” ЕАД, собственик на „ТВ СЕДЕМ” ЕАД, притежаващо правата върху „ТВ Седем”. Твърди се, че г-жа Ирена Ангелова Кръстева е избрана за член на съвета на директорите на „Краун Медиа” ЕАД на 26.11.2008 г., а по-късно на 24.03.2009 г. е освободена от длъжност в Съвета на директорите на „Краун Медиа” ЕАД. Съгласно доклада за управлението на „Краун Медиа” ЕАД за 2008 год., направените инвестиции в „Спорт седем” АД и ответното дружество „ЕКСПРЕС БГ” ЕАД се отчитат като инвестиции в дъщерни предприятия.

Искателят твърди, че притежава марката „24 часа”, регистрирана през 1992 година за стоки от клас 16 по Международната класификация „периодични и непериодични издания” и е най-известната и широко наложила се сред читателската аудитория в България, търговска марка с издавания всекидневник „24 часа”.

Ответникът „ТЕЛЕГРАФ” ЕООД е издател на всекидневника „Телеграф”, като вестникът е на пазара от **25 ноември 1992 г.** с името „Виж”. От **01.01.2005 г.** вестникът е преименуван на „Телеграф”.

Ответникът „ЕКСПРЕС БГ” ЕАД е издател на всекидневника „Експрес” и вестникът се издава от 19.03. 2007 г.

В молбата се излагат твърдения за извършено нарушение от страна на ответните дружества на разпоредбата на чл. 36, ал. 4 от ЗЗК.

Относно продажбата на **значително количество стоки** като елемент от фактическия състав на разпоредбата се посочва, че в периода 2007 - 2009 г., пазарът на централни всекидневници се формира от 13 всекидневника - Стандарт, Новинар, Сега, Монитор, Земя, Дневник, Дума, 24 часа, Дневен труд, Нощен труд (издаването на вестника е прекратено през месец май 2009г.), Телеграф, Експрес и Класа. Пазарните дялове на участниците на съответния пазар се изчисляват въз основа на различни критерии и методи за изчисляване, които в един или друг аспект се явяват алтернативни, като тираж на вестника (отпечатан или реално изкупен, което представлява търговска тайна на издателите и е трудно установим), равнище (в проценти или абсолютни стойности) на среднодневната, месечната и общата читателска аудитория и др., реализирани приходи от реклама (рекламни обеми), реализирана рекламна площ. Като единствени твърд критерий молителят сочи отпечатания тираж, който от една страна се декларира от самите издатели, а от

друга страна може да бъде установен по данни от печатниците. Според дружеството - молител, въз основа на отпечатания тираж на централни всекидневници в България по месеци за 2007г., 2008г. и 2009 г. (до месец ноември включително) може да се стигне до заключението, че на основание пазарните дялове на съответния пазар ответниците продават значително количество стока.

По отношение на елемента **продажби по цени, по ниски от разходите за производство и реализация** се излагат твърдения, че формирането на цената на вестник „24 часа” се извършва на база на най-често използваният метод на ценообразуване - „себестойност + печалба”. В подкрепа на това в табличен вид са представени измененията на цената на вестник „24 часа” за периода 2007-2009г.

С оглед преценяване на възможността приходите да покриват напълно необходимо присъщите разходи на едно издание, искателят подробно разглежда източниците на приходи и разходи, съпътстващи издаването на който и да е всекидневник. Посочва се, че приходите на който и да е вестник се формират от два източника - **приходи от разпространение и приходи от реклама**.

В този смисъл са анализирани и приходите от разпространение на вестниците „Телеграф” и „Експрес”, въз основа на подробно описани в табличен вид изменения на продажната цена на двата вестника за периода 2007-2009 г.

Относно приходите от отпечатан тираж, които издателят би следвало да получи от продажбата на един брой вестник, искателят подробно с математически формули обяснява начинът на формиране. Като за вестник „24 часа”, който дружеството издава и чиято продажна цена е 0.90 ст., твърди, че издателят би следвало да получи приход от 51 ст. при условие че 100 % от тиражът е продаден.

Относно вестник Телеграф, твърди, че издателят му при продажна цена от 40 ст. би следвало да получава реално приход от 22.6ст. при условие че 100% от тиражът е продаден.

Относно вестник Експрес твърди, че при продажна цена от 30ст. издателят му следва да получава реално приход от 17ст. при условие че 100% от тиражът е продаден.

Молителят твърди, че така получените цени следва да бъдат намалени с цената на бракуваните вестници (за които издателят е извършил разходи, но не е получил приход). Въз основа на представени данни от разпространителските агенции, среднодневният брак при вестник **Телеграф** е 19.35%, а при вестник **Експрес** е 60.02 %.

Искателят твърди, че това е необичайно висок процент на бракувани вестници, като цитира данни от Доклада на независимия одитор, заверил финансовия отчет на „**Експрес БГ**” ЕАД за 2008г., според който приходите от продажба на вестници за периода са 195 000 лева, а приходите от продажба на бракувани вестници (само по изкупна цена на хартията) са 55 000 лева. Според искателя, ако тази сума бъде разделена на 230 (средно броеве на вестника през годината) и на 11 998 (среден дневен тираж през 2008 г.) се получава приход от продажба на един брой вестник средно 7 ст.

В допълнение относно вестник „**Експрес**”, искателят твърди, че среднодневните приходи от реклама са около 5 000 лв., като на брой вестник при тираж 12 000 броя, реалният приход е около 11.6 ст. С отчитане на долните граници на бартерните сделки на вестниците, които при различните издания варират между 50-60% реалният приход от реклама на вестник „Експрес” е около 1 750 лева на ден, или на брой вестник при тираж 12 000 броя - около 11,6 ст.

Съгласно отчета за приходи и разходи на „ТЕЛЕГРАФ“ ЕООД за 2008г. приходите от продажба на стоки възлизат на 5 323 000 лева. Ако тази сума бъде разделена на 355 (средно броеве на вестника през годината) и на 82 903 (среден дневен тираж през 2008г.) се получава приход от продажба на един брой вестник средно 18 ст.

В допълнение, анализирайки приходите от реклама на вестник „Телеграф“, с включени данни за бартерните сделки на вестниците, искателят счита, че те са около 20 000 лева, като на брой вестник при тираж 110 000 броя, реалният приход е около 6.3ст. Ако се използва друг метод на изчисление, изхождайки от посочените в отчета за приходи и разходи на дружеството данни, приход от реклама на един брой вестник „Телеграф“ е средно 7 ст. В заключение с осреднените приходи от реклама от двата метода на изчисление за вестник Телеграф са $(6.3 + 7) : 2 = 6.65$ ст.

Искателят излага съмнения по отношение приходите от реклама на вестник „Експрес“, които според него се отличават повече от 30 пъти от стандартното съотношение. Счита, че нереалността на тези цифри се установява и от обстоятелството, че стандартното съотношение на приходи от разпространение към приходи от реклама е приблизително 3:1 в полза на приходите от разпространение, което е валидно както за искателя, така например и за в. „Телеграф“. Обобщава, че за вестник Телеграф се получава цена от 24.75 ст. (приход от разпространение плюс приход от реклама), а за вестник Експрес цена от 18.40 ст. с включени описаните приходи.

Искателят подробно излага становище относно присъщите разходи по издаването на всекидневник, като счита, че включват следните разходи:

- Разходи за отпечатване (включително закупуване на хартия и печат)
- Разходи за персонал, вкл. заплати и осигуровки
- Разходи за хонорари,
- Разходи за снимков материал, Абонамент за информационни агенции
- Разходи за командировки
- Разходи за наеми
- Разходи за амортизации.
- Други разходи

Искателят твърди, че след като е изчислил разходите за отпечатване на един брой вестник, минималната възможна цена за отпечатване на един брой вестник „Телеграф“ е около 21 ст., а за вестник Експрес е около 15 ст.

Направено е сравнение между приходите и разходите на процесните два всекидневника, на база на което е описано, че вестник „Телеграф“ разполага с 24.75 ст. за един брой реални приходи, като само разходите за хартия и печат на един брой са 21 ст. Вестник „Експрес“ разполага с 18.40 ст. за един брой реални приходи, като само разходите за печат на един брой са 15 ст.

В молбата се посочва, че месечният приход, който се формира от тези цени не е в състояние да покрие посочените по-горе месечни разходи (работни заплати, осигуровки и др.). По отношение на останалите разходи, вкл. разходи за снимков материал, разходи за хонорари, абонамент за информационни агенции, разходи за командировки, разходи за наеми, разходи за амортизации, лихви по лизинг на техника и други разходи, същите се покриват единствено чрез заеми от свързани лица и евентуално чрез закупуване на рекламна площ по нереални цени.

Относно вестник „Експрес“, искателят твърди, че съществува и друго обстоятелство, доказващо твърдението му, че изданието се финансира от свързани

лица с цел агресивно завземане на пазарна ниша без оглед на понасяните огромни финансови загуби. Аргументите, които изтъква са, че в счетоводния баланс на „ЕКСПРЕС БГ“ ЕАД към 31.12.2008г. са посочени задълженията по търговски кредити за 2007г. и 2008г. на дружеството, като и двете години са приключени с финансови загуби. В тази връзка се посочва, че ответниците са „свързани лица“ по смисъла на §1, т. 3 от Допълнителните разпоредби на ДОПК и са част от една и съща икономическа група „НОВА БЪЛГАРСКА МЕДИЙНА ГРУПА ХОЛДИНГ“ АД. Според искателя изкуственото поддържане на нереални продажни цени би следвало да се разглежда като централизирана политика за агресивно завземане на пазара от страна на тази икономическа група.

На следващо място е налице и елемента **продажби за продължителен период от време**, вземайки предвид, че всекидневниците се купуват често, евтини са и трайно се пренасочва търсенето към тях поради предложената ниска цена. С намаляването на цената от 40 на 30 ст. на вестник „Експрес“ от 11.11.09г., същата е напълно недостатъчна за покриване на необходимите за производство и реализация на вестника приходи.

Твърденият период за продължителност на нарушението според искателя, за ответниците „ТЕЛЕГРАФ“ ЕООД и „ЕКСПРЕС БГ“ ЕАД е от 2007 г. до 2009 г.

Въз основа на изложеното в своята молба „168 ЧАСА“ ЕООД твърди, че от страна на двете ответни дружества–издатели на всекидневниците „Телеграф“ и „Експрес“ са нарушени разпоредбите на чл. 36, ал. 4 във връзка с чл. 29 от ЗЗК, т.к. продажбата на посочените вестници се извършва на цени под тяхната себестойност.

В допълнение в молбата е отправено доказателствено искане за назначаване на икономическа експертиза, която да установи дали продажбите на вестниците „Телеграф“ и „Експрес“ се извършват по цени, по-ниски от разходите за производството и реализацията на тези издания.

С оглед на така отправеното искане от молителя, с протоколно Определение № 2270 / 29.12.2009г. КЗК допуска назначаването на експертиза, а с последващо свое Определение № 129/09.02.2010г. възлага съответни задачи по експертизата в изпълнение на определеното от нея вещо лице от Списъка на вещите лица към СГС под номер № 565–Панчо Панов. С Определение № 466/27.04.2010г. Комисията приема представеното с вх. № КЗК-1111/09 от 23.04.2010г. експертно заключение на вещото лице по експертизата.

Същевременно с Определение № 569/20.05.2010 г. Комисията възлага на посоченото вещо лице Панчо Панов, да допълни експертното си заключение по отношение на вестник „Експрес“ за процесния период 2007 – 2009г., като отговори на задачите, поставени с Определение № 129/2010г. С Определение № 668/10.06.2010 г. Комисията приема допълненото експертно заключение.

СТАНОВИЩЕ НА „ТЕЛЕГРАФ“ ЕООД и ЕКСПРЕС БГ“ ЕАД

С писма, вх. № КЗК-1111/11.01.10 г., ответните дружества предоставят идентични в изложението си становища.

В тях се посочва, че искането на „168 ЧАСА“ ЕООД е неоснователно и недоказано, поради това, че не са налице елементите от обективна страна продажба на значително количество стоки под тяхната себестойност, а от субективна страна антиконкурентна цел на продажбите.

Посочва се, че общият брой на вестниците (включително всекидневниците) и списанията, издавани от дружества, притежавани или свързани с „ВАЦ - Медийна Група България Холдинг“, част от която е и искателят е значителен, като всекидневниците „Труд“, „24 Часа“, „Утро“, седмичниците „168 Часа“, „Седмичен труд“, „Здраве“, „Всичко за семейството“, „Български фермер“, както и единадесет списания, между които „Хай клуб“, „Всичко за жената“, „Идеален дом“, „ОЕО“, „Съвременник“ и други.

Излагат се твърдения относно дейността и пазарния дял на „ВАЦ - Медийна Група България Холдинг“, част от която медийна група е искателя, като счита, че през последните петнадесет години е с най-сериозни възможности за оказване на въздействие върху медийния пазар, предвид значителния брой издавани вестници и други печатни продукти, и предвид притежаваните от медийната група собствена печатница и собствена фирма за разпространение и продажба на вестници и печатни издания. „ВАЦ - Медийна Група България Холдинг“ доминира на българския вестникарски пазар, като използва и т.н. „двойна“ (или „огледална“) реклама във всекидневниците Труд и 24 часа.

Практиката на „огледалната“ реклама не е лоялна конкуренция спрямо останалите български издатели, част от които са и ответниците в настоящото производство.

В становищата се посочва, че „Краун Медия“ ЕАД, собственик на „ТВ Седем“ ЕАД, не принадлежи към икономическата група „Нова Българска Медийна Група Холдинг“. Участието на г-жа Ирена Кръстева, според ответника в състава на Съвета на директорите на „Краун Медия“ за периода от м. ноември 2008г. до м. март 2009г. е в изпълнение на задължение по договор, свързан единствено с оптимизиране и подобряване управлението на това дружество. „Нова Българска Медийна Група Холдинг“ не е придобила пряко, или чрез свързано лице акционерно участие в „Краун Медия“.

Ответниците излагат съображения, че извършеният от искателя, анализ на пазара на всекидневниците през периода от 2007 до 2009г., не отразява вярно действителното положение, като не включва сегмента на безплатните всекидневници. В тази връзка, подробно са описани издаваните безплатни вестници за периода от 2008г. до 2009г. като ответниците считат, че безспорно същите са оказали въздействие върху пазара на всекидневниците в страната и следва да бъдат взети предвид при формирането на пазара на централните всекидневници и определянето на относителния пазарен дял на същите, което не е направено от искателя. Поддържат още, че пазарът на разпространение на вестници и печатни издания на територията на град София поема между 40% и 50% (а при някои всекидневници и повече) от общия тираж на всеки един централен всекидневник, включително същите проценти от общо реализирания (продаден) тираж на всекидневниците. Поради това всекидневник за новини, политика, икономика и друга информационно аналитична и/или развлекателна тематика, разпространяван и продаван на територията на град София, не може да има смисъла на „регионално издание“ и да не бъде взет предвид при формирането на пазара на централните всекидневници. Ответниците считат, че искателят не е взел предвид всички издавани през периода 2007–2009 г. национални всекидневници, поради което твърдението на същия, че пазарът се формирал от 13 всекидневника е невярно и не дава точна и актуална информация относно пазарния дял на всеки един от всекидневниците

включително относно пазарния дял на всекидневниците, издавани от ответниците по настоящото производство.

Излагат се съображения относно анализа на пазарния дял на вестниците „Телеграф” и „Експрес” от страна на искателя, като считат, че са взети предвид и съпоставени само тиражите на централните всекидневници, но не на всички, като не са коментирани по никакъв начин седмичните издания с политическа и/или информационно развлекателна тематика. Като последните според искателя оказват въздействие върху обема на продажбите на всекидневниците със същата тематика, в дните, в които седмичниците излизат на пазара. Не са взети предвид и т.н. жълти вестници, като седмичниците „Уикенд”, „Шок”, „Шоу”, „Трета възраст”, които оказват въздействие върху тиражите и продаваемостта на централните ежедневници.

Ответните дружества подробно описват средномесечния тираж на вестниците Телеграф и Експрес за процесния период от 2007 до 2009г., като считат, че не е налице продажба на значително количество стоки по смисъла на чл. 36, ал. 4 от ЗЗК особено за вестник Експрес. Тиражът на вестник Експрес е незначителен според ответниците, с оглед общия тираж на всекидневниците и не може да влияе по никакъв начин на пазара, още повече е намалявал през процесния период.

В становищата се оспорва използвания от молителя начин за определяне на пазарния дял, а именно критерия „отпечатани тиражи”, т.к. се твърди, че същият не дава реална представа за положението на всекидневниците на пазара, защото тиражите могат да бъдат изкуствено завишавани (за привличане на рекламодатели или с други цели), поради което увеличаването на тиражите (увеличаването на бройките отпечатан вестник) не означава винаги по-голяма продаваемост на съответния вестник. Критерият „продаден тираж” е най-точното отражение на пазарния дял, който всеки един всекидневник притежава от пазара.

Ответниците сочат, че искателят е използвал като база за сравнение собственото си търговско предприятие, без да се съобрази със спецификите на отделните издания, което създава погрешни изводи за формиране на цените на всекидневниците.

Излагат се твърдения, че за периода от 2008 до 2009г., цените на повечето основни всекидневници са се запазили непроменени и са значително по ниски от коричната цена на искателя, с изключение на цените на съботни или неделни броеве, предвид често променяната концепция на издателите относно съдържанието, броя на страниците и/или влаганията в тези броеве.

Ответните дружества оспорват начина, по който молителят е изчислил приходите от отпечатан тираж на вестниците „Телеграф” и „Експрес”, както и използваните данни за изчисляване на среднодневен брак на изданията. Данните за средномесечен брак са търговска тайна и такива данни не могат да се разпространяват от разпространителските фирми на конкурентни вестници. Представена е информация за средномесечния брак на в. „Телеграф” за 2007г., 2008г., 2009г., който е в размер на (.....)*, а за в. „Експрес” за периода от месец септември до месец ноември 2009г., средномесечния брак е (.....)*.

Относно изчислената и посочена от молителя цена за отпечатване на един брой на в. „Телеграф” същата, според ответниците не следва да бъде взета предвид, т.к. единичната цена (хартия и печат) за изработването на един брой на изданието е около (.....)*. От друга страна, единичната цена (хартия и печат) за

изработването на един брой на в. „Експрес” към м. ноември 2009г. е била около (.....)* ст. а не около 0,15 ст., както неправилно е посочил искателя.

В становищата се твърди, че наведените от искателя доводи, че приходите от продажба и реклама не покриват разходите за производството и реализацията на вестниците „Телеграф” и „Експрес” са недоказани и необосновани.

Ответните дружества подробно описват, че вестник „Телеграф” е придобит от „Нова Българска Медийна Група Холдинг” АД чрез придобиване на дружеството ответник „Телеграф” ЕООД (издател на вестник „Телеграф”) през м. юли 2007г.

Първоначалната единична (корична) цена на вестника е била **0,30 лв.** (в петък **0,50 лв.**), като от м. януари 2007г. цената е увеличена на **0,40 лв.** (в петък **0,50 лв.**, а от юни 2007г. и съботния брой е увеличен на **0,50 лв.**)

Вестник „Телеграф” излиза всеки ден от седмицата, като се разпространява на територията на цялата страна (има национално покритие), чрез съществуващата в страната разпространителска мрежа чрез разпространителски фирми, които извършват разпространението и продажбата на всички всекидневници и други печатни издания (посочва, че основни фирми са „ОБВ – Разпространение”, „Оларт”, „Сенатор”, „Братя Герини”, „Прес”, „Прес 2000”, „Агенция стрела”, „Разпространение на печата”, „Жак прес” и други).

Среднодневният тираж на вестник „Телеграф” през 2009г. достига (.....)*.

Средномесечният брак на вестника за 2009г. е (.....)*, а средномесечни приходи от продажби (разпространение) са в размер на (.....)*.

Значително са увеличени и приходите от реклама, като за 2009г. са реализирани общо приходи от реклама (без бартери) в размер на (.....)*.

Според представената от ответниците информация, себестойността на един брой на в. „Телеграф” включва стойност на хартията, цената на печата и разходите за ФРЗ и осигуровки, като средната себестойност на един брой на вестника при цена от **0,40 лв.** е (.....)*, а средната себестойност на един брой на вестника при цена от **0,50 лв.** е (.....)*.

Приходите от продажба на един брой от в. „Телеграф” при цена от **0,40 лв.** и търговска отстъпка от (.....)* са в размер на (.....)* (при **100%** продаден тираж), а приходите от продажба на един брой от в. „Телеграф” при цена от **0,50 лв.** и търговска отстъпка от (.....)* са в размер на (.....)*. (при **100%** продаден тираж).

Ответниците сочат, че от получения приход (.....)* следва да се приспадне брака на вестника (среднодневния брак в размер на (.....)*), като резултатът е (.....)* реално получен приход от продажбата на един брой от в. „Телеграф” при корична цена от 0,40лв. (съответно (.....)* реално получен приход от продажбата на един брой от в. „Телеграф” при корична цена от **0,50 лв.**)

Полученият приход от продажба следва да се увеличи и със стойността на прихода от реклама, относим към един брой от вестника - или със средно (.....)* лв. приход от реклама на един брой от вестника (цифрата е получена след като общия приход от рекламата в размер на (.....)* се раздели на 355 - средно броеве на вестника през годината и на (.....)* - среднодневен тираж на вестника през годината, изчисление, което е използвал и искателят).

Общите приходи от продажба и реклама на един брой от в. „Телеграф” за 2009г. при корична цена от **0, 40 лв.**, са около (.....)*, а при корична цена от **0, 50**

лв. – около (.....)* . В заключение, ответниците считат, че извършените продажби на вестника не са под неговата себестойност.

По отношение на в. „Експрес” се сочи, че същият е придобит от „Нова Българска Медийна Група Холдинг” чрез придобиване на дружеството „Експрес БГ” ЕАД (издател на вестник „Експрес”) на 24.08.2009г. Всекидневникът се разпространява на територията на цялата страна, чрез съществуващата разпространителска мрежа.

През 2007г. вестник „Експрес” излиза седем дни в седмицата, от 2008г. спира неделният брой на всекидневника, а от м. 11.2009 г. спира и съботният брой.

Коричната цена на вестника към момента на придобиване на дружеството издател от страна на „Нова Българска Медийна Група Холдинг” е **0,40 лв.** (в събота - **0,50 лв.**), а след месец ноември 2009г., цената е намалена на **0,30 лв.** (в петък - **0,40 лв.**) като с намаляването на коричната цена е преустановено издаването на съботния брой на вестника.

За краткия период след придобиването на вестника от м. септември до м. ноември 2009г., среднодневният тираж на вестник „Експрес” е (.....)*, а средномесечният брак на вестника е (.....)*.

Себестойността на един брой на вестник „Експрес” включва стойност на хартията, цената на печата, разходите за ФРЗ и осигуровки, като за периода месец септември до месец ноември 2009г. е предоставена следната информация за цени:

- при корична цена от **0.40 лв.**, себестойността е (.....)*, при корична цена от **0.50 лв.**, себестойността е (.....)*.

-през месец октомври 2009г. при корична цена от **0.40лв.**, себестойността е (.....)*

- при корична цена от **0.50 лв.**, себестойността е (.....)* лв.,

-през месец ноември 2009г. при корична цена от **0.30лв.**, себестойността е (.....)* лв.

- при корична цена от **0.40 лв.**, себестойността е (.....)*. Към себестойността се прибавят и приходите от реклама, които също са били увеличени през периода м. 09.2009г. до м.12.2009г.

Ответниците оспорват и твърдението на искателя, че свързаността им с „Нова Българска Медийна Група Холдинг” АД предполага изкуствено поддържане на нереално ниски продажни цени с цел завземане на пазара.

По декларативни данни на ответните дружества, видно от представените справки за продажби по месеци, вестник „Телеграф” има следните продажби и тираж за периода от месец януари 2007 год. до месец декември 2009 г.:

2007 г. Справка за продажбите по месеци

в. „Телеграф” –при продажна цена 0.30 (0.40) лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Февруари. 07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Март.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Април. 07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Май. 07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Юни. 07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*

Юли. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Август. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Септември. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Октомври. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Ноември. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Декември. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Общо:	()*	()*	()*	()*	()*

в. "Телеграф"-при продажна цена 0.50 лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Февруари. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Март. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Април. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Май. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Юни. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Юли. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Август. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Септември. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Октомври. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Ноември. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Декември. 07	()*	()*	()*	()*	()*
Общо:	()*	()*	()*	()*	()*

2008 г. Справка за продажбите по месеци

в. „Телеграф“-при продажна цена - 0.40 лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Февруари. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Март. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Април. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Май. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Юни. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Юли. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Август. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Септември. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Октомври. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Ноември. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Декември. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Общо:	()*	()*	()*	()*	()*

в. "Телеграф"-при продажна цена 0.50 лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Февруари. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Март. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Април. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Май. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Юни. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Юли. 08	()*	()*	()*	()*	()*

Август. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Септември. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Октомври. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Ноември. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Декември. 08	()*	()*	()*	()*	()*
Общо:	()*	()*	()*	()*	()*

2009г.¹ Справка за продажбите по месеци

в. „Телеграф”-при продажна цена 0.40 лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Февруари. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Март. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Април. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Май. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Юни. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Юли. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Август. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Септември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Октомври. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Ноември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Декември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Общо:	()*	()*	()*	()*	()*

в. „Телеграф”-при продажна цена 0.50 лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Февруари. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Март. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Април. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Май. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Юни. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Юли. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Август. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Септември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Октомври. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Ноември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Декември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Общо:	()*	()*	()*	()*	()*

Видно от представените справки за продажби по месеци, тиражът на вестник „Експрес” е следният:

2008 г. Справка за продажбите по месеци

в. „Експрес”- при продажна цена 0.40 лв.

¹ Забележка от „Телеграф” ЕООД: Брактът и реализацията за месец декември не са посочени, тъй като към месец януари 2010 г. все още се приемат и обработват бракове.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 08					
Февруари 08					
Март 08					
Април 08					
Май 08					
Юни 08					
Юли 08					
Август 08					
Септември 08					
Октомври 08					
Ноември 08					
Декември. 08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Общо:	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*

в. „Експрес”- при продажна цена - 0.60 лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 08					
Февруари 08					
Март 08					
Април 08					
Май 08					
Юни 08					
Юли 08					
Август 08					
Септември 08					
Октомври 08					
Ноември 08					
Декември. 08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Общо:	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*

2009 г. Справка за продажбите по месеци

в. „Експрес”- при продажна цена - 0.40 (0.30) лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Февруари. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Март. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Април. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Май. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Юни. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Юли. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Август. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Септември. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Октомври. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Ноември. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Декември. 09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Общо:	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*

в. „Експрес”- при продажна цена - 0.60 (0.50, 0.40) лв.

период	тираж	редакция	гратис	брак	продажби
Януари. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Февруари. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Март. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Април. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Май. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Юни. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Юли. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Август. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Септември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Октомври. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Ноември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Декември. 09	()*	()*	()*	()*	()*
Общо:	()*	()*	()*	()*	()*

ФАКТИЧЕСКА ОБСТАНОВКА

-

ИДЕНТИФИКАЦИЯ НА СТРАНИТЕ

1. „168 ЧАСА” ЕООД, ЕИК 831400025, със седалище и адрес на управление в град София, бул. „Цариградско шосе”, № 47. Предметът на дейност на дружеството е издателска и печатарска дейност и други дейности, незабранени със закон.

Дружеството се управлява от Пламен Иванов Тенев, заедно с прокуриста Лъчезар Любомиров Павлов.

Едноличен собственик на капитала е „ВАЦ-МЕДИЙНА ГРУПА БЪЛГАРИЯ-ХОЛДИНГ” ЕООД

2. „ТЕЛЕГРАФ” ЕООД, ЕИК 130446187, със седалище и адрес на управление в град София, бул. „Цариградско шосе”, № 113А. Предметът на дейност на дружеството е медийна, издателска и разпространителска дейност, маркетинг, консултантски услуги, търговска дейност, представителство, посредничество и агентство, информационни, програмни и импресарски услуги, както и всяка друга дейност незабранена със закон.

Дружеството се управлява от Ирена Ангелова Кръстева.

Едноличен собственик на капитала е „Нова Българска медийна група Холдинг” АД.

3. „ЕКСПРЕС БГ” ЕАД, ЕИК 131521073, със седалище и адрес на управление в град София, бул. „Цариградско шосе”, № 113 А. Дружеството има следния предмет на дейност: издателска дейност, бизнес консултиране, упражняване на права по франчайз договори, търговско представителство и посредничество, както и всяка друга дейност, незабранена от закона.

Дружеството се управлява от Ирена Ангелова Кръстева.

Едноличен собственик на капитала е „Нова Българска медийна група Холдинг” АД.

УСТАНОВЕНИ ФАКТИ

1. **„168 ЧАСА” ЕООД** е дружество, което извършва издателска и разпространителска дейност. Дружеството е издател на централния ежедневник вестник „24 часа” от 1991 г., както и на изданията „168 часа” – седмичник от 1990 г., „Всичко за жената” – седмичник от 1994 г., преименуван на „Всичко за семейството” през 2008 г., „Здраве” – седмичник от 2007 г.²

2. **„Телеграф” ЕООД** е дружество, което извършва издателска и разпространителска дейност, като от 2007г. дружеството издава централния ежедневник „Телеграф”³ „Нова българска медийна група” ЕООД купува през юли 2007г. „Телеграф” ООД, видно от Договор от (.....)*.

3. За процесния период вестник **„Телеграф”** се предлага на цени, така както следва:

- за 2007г. – продажната цена на вестника е **0,30лв.; 0,40лв. и 0,50 лв.**⁴;
- за 2008г. и за 2009г. – продажната цена на вестника е **0,40лв. и 0,50 лв.**⁵;

4. **„Експрес БГ” ЕАД** е дружество, което извършва издателска и разпространителска дейност, като от 22.03.2007г. дружеството издава централния ежедневник „Експрес”⁶ . „Нова българска медийна група холдинг” придобива през август 2009г. собственост върху „Експрес БГ” ЕАД, видно от (.....)*.

5. От 18 януари 2010г., „Експрес БГ” ЕАД преустановява издаването на вестник „Експрес”⁷ ;

6. За процесния период вестник **„Експрес”** се предлага на цени, така както следва:

- за 2007г. и 2008г. – продажната цена на вестника е **0,40лв. и 0,50 лв.**⁸;
- за 2009г. - продажната цена на вестника е съответно **0,40лв; 0,50лв. и 0,30лв.**⁹;

7. Въз основа на представено заключение по възложена с Определение № 129/09.02.2010г. счетоводна експертиза, приета с Определение № 466/27.04.2010г., относно продажбените цени на в.„Телеграф” се установява следното:

- За периода **август-декември 2007г.**, вестника е **продаван на цени под себестойност**. При среднопретеглена цена от (.....)* за отпечатан брой и съответно (.....)* за продаден брой е продаван под себестойност, която е (.....)* за отпечатан брой и (.....)* за продаден брой.

- За периода **2008 г.** в.„Телеграф” е **продаван на цени над себестойност**. При среднопретеглена цена от (.....)* за отпечатан брой и съответно (.....)* за продаден брой е продаван над себестойност, която е (.....)* за отпечатан брой и (.....)* за продаден брой.

² Видно от становище вх. № към КЗК-1111 / 05.05.2010г. на „168 ЧАСА” ЕООД;

³ Видно от становище вх. № към КЗК-1111/11.01.2010г. на „Телеграф” ЕООД и приложени към него копия на вестник „Телеграф”.

⁴ Видно от информационни източници, предоставени от ответниците на вещото лице по експертизата, както и от становище вх. № към КЗК-1111/11.01.2010г. на ответниците и приложени към него копия на вестник „Експрес”.

⁵ Видно от информационни източници, предоставени от ответниците на вещото лице по експертизата.

⁶ Видно от становище вх. № към КЗК-1111/11.01.2010г. на „Експрес БГ” ЕАД и приложени към него копия на вестник „Експрес”.

⁷ Видно от Протокол-решение от 06.01.2010 г.

⁸ Видно от становище вх. № към КЗК-1111/11.01.2010г. на „Експрес БГ” ЕАД и приложени към него копия на вестник „Експрес”, както и от информационни източници, предоставени от ответниците на вещото лице по експертизата.

⁹ Видно от становище вх. № към КЗК-1111/11.01.2010г. на „Експрес БГ” ЕАД и инф. източници по експертизата

• **За периода 2009г. в. „Телеграф” е продаван на цени над себестойност.** При среднопретеглена цена (.....)* за отпечатан брой и съответно (.....)* за продаден брой е продаван над себестойност, която е (.....)* за отпечатан брой и (.....)* за продаден брой.

8. Въз основа на представено допълнително заключение, възложено за извършване от страна на вещото лице с Определение № 569/20.05.10 г. и прието от КЗК с Определение № 668/10.06.2010 г. относно продажбените цени на в. „Експрес” се установява следното:

• **За периода 2007-2009г. вестникът е продаван под търговската си себестойност.** Търговската себестойност е надвишавала нетната продажна стойност съответно през:

- **2007г. около 2 пъти** (осреднената себестойност на един брой издаван вестник приравнен към такъв с пазарна цена 0.50 лв. възлиза на (.....)* за 2007г.),
- **през 2008г. около 2.5 пъти** (осреднената себестойност на един брой издаван вестник приравнен към такъв с пазарна цена 0.50 лв. възлиза на (.....)* за 2008 г.),
- **през 2009 г. малко под 3 пъти** (от 01.10.09г. до 31.12.09г. вестник „Експрес” е продаван при нетна продажна цена без ДДС между (.....)* и (.....)* за брой или осреднено за периода възлиза на (.....)*)

9. В практиката си¹⁰ КЗК дефинира самостоятелен продуктов пазар на централните всекидневници (с географски обхват–територията на Република България). Ответните дружества, издатели на вестниците „Телеграф” и „Експрес” участват този пазар, където се конкурират с останалите издатели на централни всекидневници. За целите на настоящото проучване КЗК събра данни за действително продадените бройки от съответните вестници. За анализа са използвани данните, предоставени от съответните издатели за продажбите на вестниците „Стандарт”, „Дневник”, „Новинар”, „Труд”, „24 часа”, „Класа”, „Сега” и издаваните от ответните дружества вестници „Телеграф” и „Експрес”, които са конкуренти на така дефинирания пазар.

Таблицата с движението на продажбите на издаваните от ответните дружества вестници „Телеграф” и „Експрес” и останалите 7 национални всекидневника е посочена по-долу и е илюстрирана с графика.

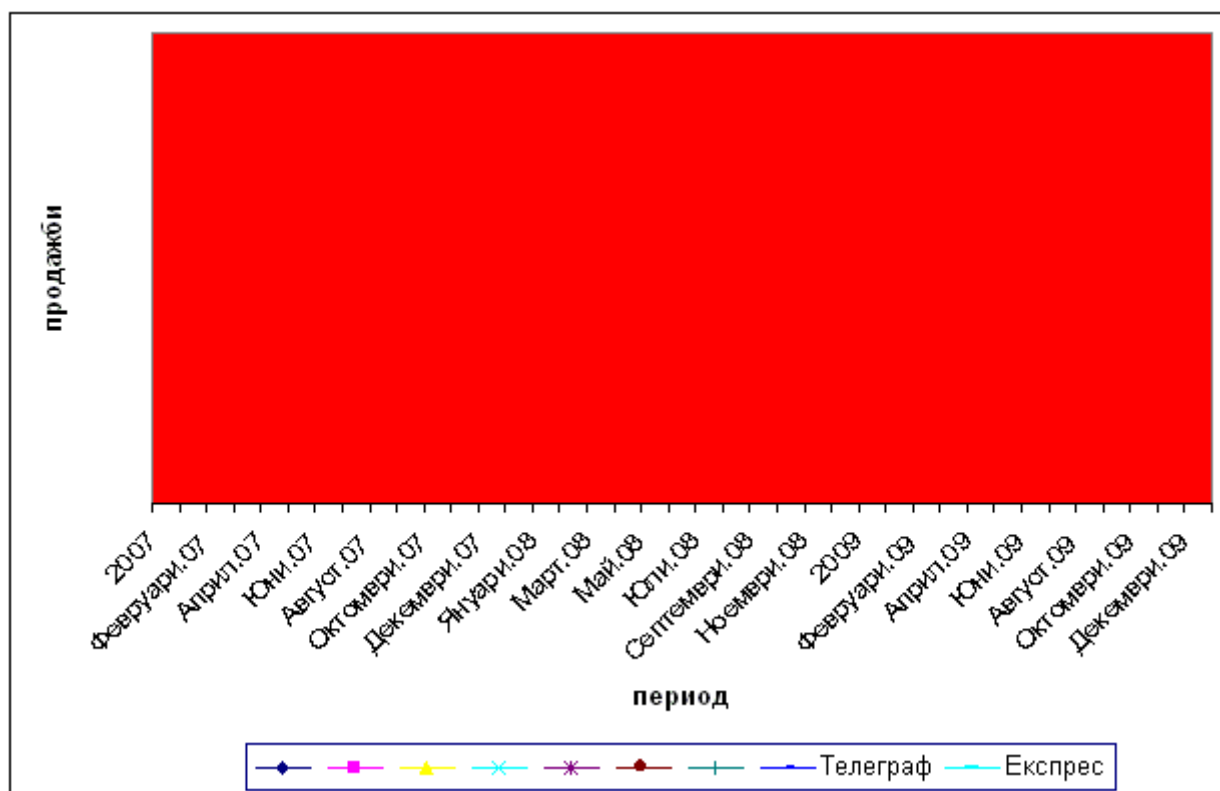
(заб.: доколкото продажбите на 7 от общо 9 вестника са посочени от дружествата –издатели като търговска тайна, цялата таблица следва да се счита като съдържаща търговска тайна)

продадени бройки	Стандарт	Дневник	Новинар	Труд	24 часа	Класа	Сега	Телеграф	Експрес
2007									
Януари.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	
Февруари.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	
Март.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	
Април.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	
Май.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	
Юни.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	

¹⁰ Виж напр. решение на КЗК № 205/20.07.2005г.

продадени бройки	Стандарт	Дневник	Новинар	Труд	24 часа	Класа	Сега	Телеграф	Експрес
Юли.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	
Август.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*		(.....)*	(.....)*	
Септември.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Октомври.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Ноември.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Декември.07	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
2007 (общо)	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
2008									
Януари.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Февруари.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Март.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Април.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Май.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Юни.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Юли.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Август.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Септември.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Октомври.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	
Ноември.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Декември.08	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
2008 (общо)	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
2009									
Януари.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Февруари.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Март.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Април.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Май.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Юни.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Юли.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Август.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Септември.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Октомври.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Ноември.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
Декември.09	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*			
2009 (общо)	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*	(.....)*
при посочени две цифри за продажбите за съответния месец / година (в случай на различна цена), се сочи сумата им									
предоставените годишни данни за Стандарт са разделени на 12 за посочване на (средните) месечни продажби									
Данните за 24 часа, Труд, Експрес, Телеграф, Стандарт, Новинар и Класа са посочени като тайна.									

При анализа на общите продажби за периода 2007–2009г., се установява следното:



По отношение на вестник „Телеграф“:

За петте месеца на 2007г., в които експертизата установява наличието на продажби под себестойност е налице непостоянна тенденция на увеличение в продажбите му, с регистрирани спадове в общите продажби. За 2008г., когато продажбите са по цени, за които експертизата установява изравняване с разходите на практика, годишната възходяща тенденция е по-ясно откроява, достига значително по-високи пикове, при наличието също на силни месечни колебания, вкл. значителни спадове. За 2009г., когато експертизата установява продажба на вестника по цени, превишаващи разходите, възходящата тенденция е особено силно изразена, като общите продажби в абсолютни стойности значително превишават продажбите през предходните години. Общият извод, който може да бъде направен е, че през трите години е налице постоянна тенденция към увеличаване на продажбите на вестник „Телеграф“, като нарастването е особено значително през двете години, в които вестникът е продаван на цена, равна на или по-висока от разходите за отпечатването и разпространението му.

По отношение на вестник „Експрес“:

Анализирани са предоставените от ответното дружество „Експрес БГ“ ЕАД данни за продажбите на вестника, които не покриват целия процесен период, а само периода ноември 2008 – ноември 2009г. Тенденцията на движението им през този период след първоначално увеличение с пик през м. януари 2009г. е постоянно низходяща, като през септември 2009г. достига нивата от ноември 2008г., а през ноември 2009г пада под тях. През м. януари 2010г. издаването на вестника е прекратено.

По отношение продажбите на останалите всекидневници

Следва да се отбележи, че не са налице данни, сочещи зависимост на движението на продажбите на останалите вестници от продажбите под себестойност на вестниците Телеграф и Експрес в съответните периоди. При останалите всекидневници са налице както спадове, така и пикове, някои от тях поддържат

относително постоянни продажби. През 2009г., когато в-к Телеграф е продаван по цени, превишаващи разходите за издаването и разпространението му, се наблюдава най-голямото нарастване на продажбите на този вестник, при тенденции към спад в продажбите на някои от останалите всекидневници.

ПРАВНИ ИЗВОДИ

Производството пред КЗК е образувано на основание чл. 94, ал. 1, във връзка с чл. 38, ал. 1, т. 3 от Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК) по искане на „168 ЧАСА“ ЕООД за установяване на евентуално извършени нарушения по чл. 36, ал. 4, във връзка с чл. 29 от ЗЗК от страна на „Телеграф“ ЕООД и „Експрес БГ“ ЕАД.

Основният принцип, заложен в чл. 3 от ЗАНН е, че *„за всяко административно нарушение се прилага нормативният акт, който е бил в сила по време на извършването му“*. Предвид факта, че производството е образувано на 21.12.2009г., т.е. след датата на влизането на новия ЗЗК в сила (обн. – ДВ, бр. 102 от 2008г.), процедурата по установяване на нарушенията следва да се развие по разпоредбите на действащия закон.

Относно предполагаемите противоправни деяния на ответните страни, въз основа на установеното от настоящото изложение, става ясно, че в посочения от молителя процесен период 2007-2009г., единствено за месеците от август до декември 2007г., вестник „Телеграф“, издаван от „Телеграф“ ЕООД е продаван на цени под себестойност. С оглед на това поведението на ответното дружество следва да бъде разгледано с оглед материалноправните разпоредби на закона, който е бил в сила по време на извършването на деянието. Поради това действията на ответника следва да бъдат анализирани с оглед нормата чл. 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.).

По отношение на „Експрес БГ“ ЕАД, видно от установените факти¹¹ за целия процесен период 2007-2009г., вестникът, който дружеството издава - в „Експрес“ е продаван на цени под себестойност. Предвид това, че предполагаемото противоправно поведение е започнало по време на действие на отменения ЗЗК (2007г.), но е преустановено след влизане в сила на настоящия ЗЗК (2009г.) същото следва да бъде разгледано с оглед материалноправните разпоредби на чл. 36, ал. 4 от действащия ЗЗК.

Приложимост на Глава VII от ЗЗК

За да е налице приложение на Глава VII от ЗЗК, е необходимо да бъдат установени кумулативно посочените елементи на чл. 29 от ЗЗК, а именно: наличието на стопанска дейност, отношения на конкуренция и действие или бездействие, противоречащо на добросъвестната търговска практика и увреждащо или създаващо опасност от увреждане интересите на конкурентите в отношенията помежду им.

Искателят „168 ЧАСА“ ЕООД и ответниците „Телеграф“ ЕООД и „Експрес БГ“ ЕАД са предприятия по смисъла на § 1, т. 7 от ДР на ЗЗК, които извършват стопанска дейност. Релевантна в настоящото производство е дейността им, свързана с издаване и разпространение на централните ежедневници „Телеграф“, „Експрес“ и „24 часа“. В настоящото решение КЗК напълно споделя извода, обоснован в Решение № 188/06.07.05г. на Комисията¹², че централните ежедневници представляват отделен продукт от регионалните ежедневници, тъй като двата вида

¹¹ т.8 от Установените факти.

¹² Потвърдено с решение № 7961/13.07.06 г. на 5-членен състав на ВАС

издания задоволяват различни потребителски интереси. Централните ежедневници се разпространяват на територията на цялата страна и са достъпни за всички читатели. Те съдържат главно информацията относно водещите новини в световен и национален мащаб, както и публикации, свързани с дейността на националните институции, докато регионалните издания залагат предимно на новините от местен характер, свързани с развитието на отделните региони. Поради това се налага изводът, че страните в настоящото производство са конкуренти на пазара на централни ежедневници, което е обективна предпоставка за прилагането на глава VII от ЗЗК.

Преценката дали действията на ответниците се осъществяват в противоречие с добросъвестната търговска практика и увреждат или могат да увредят интересите на конкурентите, в отношенията помежду им, следва да се направи с оглед изложените твърдения в молбата за нарушения на разпоредбата на чл. 36, ал. 4 от ЗЗК, респективно - 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.).

По отношение на „Телеграф” ЕООД

По чл. 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.)

В чл. 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.) е регламентирана забраната за продажби на вътрешния пазар на значителни количества стоки за продължително време на цени, по ниски от разходите за производството и реализацията им, с цел нелоялно привличане на клиенти. Вредоносният резултат в този случай не е елемент от фактическия състав на забраната, доколкото самото поддържане на цени, които не покриват присъщите разходи за производство и реализация на съответния продукт, се приема като недобросъвестно пазарно поведение.

Твърденията на искателя в настоящото производство са, че в качеството си на издател „Телеграф” ЕООД е продавало вестник „Телеграф” на цени под себестойност за периода от 2007г. до месец декември 2009г.

За да е налице специалната разпоредба на чл. 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.) е необходимо кумулативно да са установени всички елементи от фактическия състав. На първо място е необходимо да е реализирана продажба, като намерението за това не изпълнява разглежданата хипотеза.

В хода на извършеното проучване, от събраните доказателства безспорно бе установено, че ответното дружество е издавало и разпространявало централния ежедневник „Телеграф” от 2007г. насам на територията на цялата страна. За целия процесен период (2007- 2009г.), посочен от молителя обаче, приетото от Комисията заключение по поисканата и назначена счетоводна експертиза показва, че за периода от **месец август 2007г. до месец декември 2007г., вестникът е продаван на цени под реалната си себестойност**, т.е. периодът на продажба на цени под себестойност е с продължителност от пет месеца. Веднъж установила наличието на реално извършени продажби под себестойност на дадения продукт/услуга, Комисията следва да анализира доколко количествата осъществени процесни продажби на стоката/услугата са **значителни** и доколко установеният период, през който са реализирани същите представлява **„продължителен период от време”**, като тази преценка следва да се преценява с оглед всеки конкретен случай. В константната си практика Комисията приема, че количествата на предлаганата под себестойността си продукция трябва да са толкова значителни и периодът – толкова дълъг, че търсенето да бъде пренасочено към услугите на нарушителя в степен, която реално обосновава нерентабилност на услугите на конкурентите. В практиката си по приложението на този текст от закона, Комисията е

възприела подход на оценка за всеки конкретен случай с оглед особеностите на търсенето на обсъждания продукт. В тази връзка, за оценката на характеристиката „продължителност” на посочения период от пет месеца по смисъла на чл. 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.), следва да се отчете обстоятелството, че наличието на нарушение се изследва по отношение на централен ежедневник, чиято основна насоченост е да представя актуална информация за събитията от съответния ден, което обуславя и интереса на читателската аудитория. На пазара на централните всекидневници съществува активна конкуренция за читателска аудитория, която се развива не само на ценова, но и на съдържателна плоскост. В този смисъл Комисията приема, че е налице бързооборотен и евтин по своя характер продукт, търсенето на който се предопределя в значителна степен и от неценови фактори, поради което трайното пренасочване на търсенето към конкретния вестник поради временно предложена по-ниска цена е и по-трудно. Периодът от пет месеца сам по себе си не би могъл да пренасочи потребителите, които привлечени от ниската начална цена на продукта, да продължат да го закупуват по инерция и след повишаване на цената му (което в конкретния случай не е реализирано, доколкото цената на вестника е останала непроменена през целия тригодишен период - 0,50 лв./бр., 0,40 лв./бр., а цената от 0,30лв./бр. е прилагана само през 2007г.), без оглед на действието на и другите фактори, влияещи върху търсенето на този продукт.

Като допълнителен аргумент за това може да служи фактът, че вестникът има постоянно повишаващи се продажби, като през двете години, в които **не е** продаван под себестойност (2008 и 2009), продажбите му са по-високи от тези в месеците, в които е продаван под себестойност, а най-високи продажби са реализирани през 2009г., когато, съгласно заключението на експертизата, е налице превъзходство от 0,052 лв. на приходите от продаден брой от вестника над разходите за издаването му. Допълнително, доколкото цените, по които вестникът е продаван, остават непроменени през целия период, наличието на изразени месечни колебания в продажбите му навежда на възможността измененията в продажбите му се дължат на фактори извън ценовите. Следователно, може да бъде направен извод, че петмесечният период на продажби под себестойност през 2007г. не е повлиял в конкретния случай, за да се осъществи отклоняване на читателската аудитория от конкурентните издания .

Фактът, че продажбите под себестойност се осъществяват само в един кратък отрязък от време от процесния период, а именно от август до декември 2007г., а през юли 2007г. дружеството ответник е закупено от купувача „Нова българска медийна група холдинг” и от 2008г. нататък и до настоящия момент вестникът се продава на цена над неговата себестойност, също говори за това, че политиката на издаване на вестника не е насочена към увеличаване на пазарния дял на дружеството чрез недобросъвестно поведение.

След като бе установена липсата на единия от кумулативно посочените в нормата елементи на фактическия състав, а именно продължителността на процесния период, изследването на последната предпоставка- значителни количества стоки е безпредметно.

Въз основа на изложеното, Комисията приема, че с действията си „Телеграф” ЕООД не е осъществил нарушение по смисъла на чл. 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.).

По отношение на „Експрес БГ” ЕАД

По чл. 36, ал. 4 от ЗЗК

В своята молба „168 ЧАСА“ ЕООД отправя твърдения и към дружеството „Експрес БГ“ ЕАД за нарушение на чл. 36, ал. 4 от ЗЗК, заради извършени продажби на изданията от него в „Експрес“ на цени под себестойност за периода от 2007г. до месец декември 2009г.

Доколкото текстът на посочената разпоредба е буквално възпроизведен от текста на чл.34, ал.7 от ЗЗК (отм.), Комисията счита, че анализ на елементите от фактически състав не е необходим, т.к. такъв вече е изложен подробно по-горе в настоящото решение и е напълно приложим и тук.

Както се установи¹³ от събраните доказателства в хода на проучването, дружеството „Експрес БГ“ ЕАД е издател на вестник „Експрес“, който е предлаган на пазара от 2007г., а от 18 януари 2010 г. издаването му е преустановено.

От представеното и прието с Определение № 668/10.06.2010г. допълнително експертно заключение става ясно, че **през целия процесен период от 2007-2009г. в. „Експрес“ се е продавал на цени под неговата себестойност.** Търговската себестойност на вестника (т.е. разходите по издаването и разпространението му) е надвишавала значително – **от 2 до почти 3 пъти** - приходите от продажбите му

Като причина за това, в своето становище ответното дружество изтъква лошото си финансово състояние към 2009г., което е обусловило и целта за съществено намаляване на производствените и редакционни разходи и увеличаване на приходите.

Комисията не споделя така изложените от ответното дружество аргументи, т.к. те са неотносими в контекста на обсъжданата разпоредба и спрямо противоправното поведение, което датира още от 2007г., а не само за периода след придобиване на капитала на издателя от „Нова българска Медийна Група Холдинг“ ЕАД. Ответна страна в производството не е собственикът на капитала на издателя на вестника, а дружеството „Експрес БГ“ ЕАД, издаващо вестник „Експрес“. Законодателят е поставил изискване разходите за производство и реализация на продукта да не надвишават приходите от продажбата на същия, като е обвързал това си изискване само с конкретния продукт, а не с други обстоятелства, като например неизменност на собствеността върху дружеството–производител, външни финансови трансфери за покриване на разходите или др.под. Обстоятелството, че приблизително 4 месеца след като „Нова българска медийна група холдинг“ ЕАД купува ответното дружество, последното преустановява издаването на вестник „Експрес“, ще бъде отчетено като смекчаващо отговорността обстоятелство в конкретния казус, но не релевира липса на извършено нарушение.

От установения **период на нарушението** е видно, че същият е достатъчно дълъг - **3 години**, за да може безспорно да се приеме, че той следва да бъде определен като продължителен. В подкрепа на изложеното, следва да се отчете и специфичния пазар на централните всекидневници, които са бързооборотни стоки, предлагани на ниски цени и потребявани ежедневно, което в контекста на три годишния период, създават потенциална възможност да повлияят на потребителското търсене, а оттам до създадат и риск от негативни последици за останалите конкуренти на този пазар.

По отношение изискването за продажба на **„значителни количества“** от съответната стока/услуга, същото следва да бъде преценено с оглед конкретния случай. При анализа за наличието на този елемент от фактическия състав, Комисията взема предвид спецификата на предоставяния продукт (ежедневник) и

¹³ Видно от т.4 на Установените факти.

възможността той да достига до неограничен брой читатели. Цялото количество продажби на вестника (или всеки един брой, който е купуван от читателите на пазара през тригодишния период) е продаван по цени по-ниски от разходите за отпечатване и разпространение на вестника. Допълнително, от данните, предоставени от ответника за продажбите на изданията от него вестник в процесния период е видно, че съотнесени към отпечатания тираж на ежедневника всеки месец, количествата реализирани продажби от него са значителни. Поради изложеното Комисията приема, че условието за продажби на значителни количества е изпълнено.

След като се установи наличието на трите обективни елемента от фактическия състав на забраната, може да се приеме, че е налице и субективният елемент - продажбата под себестойността на значителни количества стоки е извършена с цел нелоялно привличане на клиенти. В подкрепа на този извод е и обстоятелството, че след като всяка стопанска дейност е насочена към реализиране на печалба, доброволният отказ от такава за продължителен период от време очевидно цели завземане на пазарен дял от конкурентите от пазара чрез нелоялно привличане на клиенти. Обстоятелството, че продажбите под себестойност са поддържани 3 години въпреки негативните резултати от стопанската дейност (загуба) доказва целенасочеността на тази политика, доколкото, в случай, че би се оказало, че продажните цени в определен период превишават разходите поради погрешна управленска преценка или форсмажорни обстоятелства, цените (или съответно разходите) биха били коригирани своевременно, а не биха били систематично поддържани през целия период на издаване на вестника.

Разпоредбата не предвижда настъпването на резултат, вследствие нелоялните действия на лицето и следователно не следва да се обсъжда какви щети са настъпили вследствие действията на ответника. Поради това, по аргумент на противното основание фактът, че дружеството не успява да увеличи своя дял благодарение на политиката за продажба на вестника под неговата себестойност, и че останалите вестници продължават да реализират успешно своите издания, не води до извода, че ответната страна не е извършила нарушение на анализираната разпоредба.

Въз основа на изложеното, Комисията приема, че „Експрес БГ” ЕАД чрез действията си по извършване на продажби на значителни количества на ежедневника „Експрес” в периода 2007–2009г. по цени, по-ниски от разходите за производството и реализацията му, за продължителен период от време е осъществило разпоредбата на чл. 36, ал. 4 от ЗЗК.

Мотиви относно налагане на имуществена санкция

Съгласно чл. 100, ал. 4 от ЗЗК, при определяне на имуществената санкция за извършено нарушение на закона се вземат предвид тежестта и продължителността на нарушението, както и смекчаващите и отегчаващите отговорността обстоятелства. Конкретният размер на санкцията се определя от Комисията в съответствие с приетата от нея Методика за определяне на санкциите по Закона за защита на конкуренцията, приета с решение 71/03.02.2009 г. на КЗК („Методиката”) и не може да превишава максималния размер от 10% от общия оборот на ответното дружество, определен в ЗЗК.

В хода на проучването се установи, че вестникът е продаван на цени под себестойност за целия период от съществуването му, в продължение на 3 години от 2007г. до 2009 г. Тригодишният период на извършване е „продължителен“, като тази му характеристика предопределя както квалифициране на поведението като нарушение по смисъла на чл. 36, ал. 4 от ЗЗК, така и представлява фактор за определяне на размера на имуществената санкция на предприятието.

Превишението на разходите над приходите е било значително, в пъти, и с всяка следваща година това превишение се е увеличавало. От това може да се направи извод, че това поведение представлява целенасочена ценова политика на дружеството - издател, насочена към заемане на по-голям дял от пазара на централни ежедневници, а не е била случаен или страничен резултат от лошо управление или непрецизно позициониране на пазара.

Същевременно като смекчаващо отговорността обстоятелство следва да се отчете, че от м. януари 2010г. издаването на вестник „Експрес“, съответно – извършването на нарушението, е преустановено. Преустановяването на нарушението е осъществено по собствена инициатива на ответното дружество, като след промяната на собствеността върху дружеството–издател на вестника, новият му собственик „Нова Медийна Група Холдинг“, след първоначален период на инерционно превишаване на разходите над приходите, е отчел риска и е преценил, че по-нататъшното издаване на вестника е губеща дейност, поради което и го е преустановил.

Имуществената санкция за извършеното нарушение следва да има и превантивен характер срещу бъдещи недобросъвестни действия от страна както на ответното дружество, така и на другите стопански субекти и да е съобразена с реализирания оборот на дружеството. Тук е необходимо да се посочи, че със спиране издаването на вестника, респективно преустановяването на нарушението от страна на „Експрес БГ“ ЕАД по време на производството (много преди постановяване на решението) е постигната на практика основната цел на установяването на нарушението – а именно прекратяването му, съответно целената от законодателя специална превантивната функция на налагането на санкция за извършеното нарушение може да бъде постигната при определяне на относително малка по размер санкция.

Съгласно отчета за приходи и разходи на „Експрес БГ“ ЕАД, общият оборот за 2009 година на дружеството е в размер на 5 430 000 лв.

С оглед на това, Комисията приема, че размерът на имуществената санкция следва да възлиза на 0,5 % от общия оборот на дружеството.

С оглед на гореизложеното и на основание чл. 98, ал. 1, т. 1 и т. 3, на основание чл. 100, ал. 1, т. 6 от ЗЗК, Комисията за защита на конкуренцията

Р Е Ш И:

1. УСТАНОВЯВА, ЧЕ НЕ Е ИЗВЪРШЕНО НАРУШЕНИЕ на чл. 34, ал. 7 от ЗЗК (отм.) от страна на „Телеграф“ ЕООД, със седалище и адрес на управление: гр. София, район „Младост“, бул. „Цариградско шосе“ № 113А.

2. УСТАНОВЯВА, ЧЕ Е ИЗВЪРШЕНО НАРУШЕНИЕ на чл. 36, ал. 4 от ЗЗК от страна на „Експрес БГ” ЕАД, със седалище и адрес на управление: гр. София, район „Младост”, бул. „Цариградско шосе” № 113А и налага имуществена санкция на дружеството в размер на 27 150 лв. (двадесет и седем хиляди сто и петдесет лева)

Глобите и имуществените санкции се внасят само по банков път на името и по сметка на КЗК: БНБ – Централно управление, пл. „Ал. Батенберг”, № 1, IBAN: BG32 BNBG 9661 3000101701; BIC код на БНБ: BNBG BGSD.

Решението подлежи на обжалване пред Върховен административен съд в 14- (четиринадесет) дневен срок от съобщаването му на страните.

ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....
Петко Николов

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....
Александър Александров

ЗАМ.-ПРЕДСЕДАТЕЛ:

.....
Реджеб Мустафа

ЧЛЕНОВЕ:

.....
Весела Антонова

.....
Диана Хитова

.. ..
Евгений Иванов