

Публикация документа не является официальной. Официально правовые акты публикуются в официальных печатных изданиях в соответствии с действующим законодательством.

ООО «Грейп-Маркет-Сити»

ул. Рабочая, д. 32, эллинг 9,

Великий Новгород, 173008

ООО «Грейп-Маркет-Регион»

ул. Рабочая, д. 32, эллинг 9,

Великий Новгород, 173008

ООО «Грейп-Маркет»

ул. Рабочая, д. 32, эллинг 9,

Великий Новгород, 173008

ООО «Градус»

ул. Нехинская, д. 59 в, оф. 22,

Великий Новгород, 173021

ООО «Майт»

ул. Нехинская, д. 59 в, оф. 22,

Великий Новгород, 173021

ООО «Экспотранс»

ул. Нехинская, д. 59 в, оф. 22,

Великий Новгород, 173021

ООО «Партал»

ул. Народная, д. 8а

Великий Новгород,

Исходящий № 6339/02 от 18.11.2015

РЕШЕНИЕ

Дело № 41
Новгород

Великий

Резолютивная часть решения оглашена 03.11.2015

В полном объеме решение изготовлено 18.11.2015

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России, Управление) по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: Виниченко О.С. – руководитель Управления,

Члены Комиссии:

Паньков С.Е. – главный специалист-эксперт Управления;

Крапивин А.И. – ведущий специалист-эксперт Управления,

при участии представителей:

от ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Партал» (далее – Ответчик) Данилов Д.Г. по доверенности от 01.09.2015 №б/н; Пименова Д.В. по доверенности от 01.09.2015 №б/н;

от ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» (далее – Заявитель, Общество) Пилецкая О.Ю. по доверенности от 28.09.2015 №М-25; Шалагина В.В. по доверенности от 28.09.2015 №С-24;

рассмотрев дело № 41 по признакам нарушения ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Партал» части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции),

УСТАНОВИЛА:

В Новгородское УФАС России (далее - Управление) поступили заявления от ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» о недобросовестной конкуренции.

Из заявлений следует, что ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» осуществляют деятельность по розничной продаже алкогольной продукции через сети специализированных магазинов «Эконом» и «Три бочки» на территории Великого Новгорода и Новгородского района. В магазинах «Эконом» покупатели могут приобрести дисконтную карту с размером скидки от 3 % до 5 % на весь ассортимент продукции, за исключением акционных товаров, с момента ее приобретения и при предъявлении на кассе.

В этом же сегменте рынка на территории Великого Новгорода и Новгородского района осуществляют деятельность ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс», через сеть магазинов «Градусы всего мира». В данных магазинах проходит акция по обмену дисконтных карт при совершении покупки в магазинах «Градусы всего мира» покупателям предлагается обменять дисконтные (скидочные) карты с размером скидки 6%, в частности, магазинов «Эконом» или «Три бочки», бесплатно на карту магазина «Градусы всего мира», заполнив анкету, при этом карта магазина «Эконом» изымается (далее - акция). Информация о проводимой акции ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс» доводится до потребителей путем распространения листовок и информационных баннеров в оконных проемах и на фасадах зданий, в которых располагаются магазины «Градусы всего мира». В данных информационных материалах идет речь об обмене дисконтной карты другого, специализирующегося на продаже алкогольной продукции магазина, на дисконтную карту торговой сети маркетов «Градусы всего мира».

На территории Великого Новгорода и Новгородского района сеть специализированных магазинов ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» и торговая сеть специализированных магазинов ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс» ведут бизнес на рынке аналогичных товаров.

ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» полагают, что вышеуказанные действия ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс» имеют признаки недобросовестной конкуренцией, выражающиеся в том, что ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс», проводя вышеуказанную

акцию, увеличивают покупательский спрос в своих торговых сетях, снижают спрос в другой торговой сети и тем самым получают преимущество при осуществлении предпринимательской деятельности. Также ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» полагают, что и м действиями ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс» причиняются убытки в виде упущенной выгоды.

Согласно пункту 2 части 1 статьи 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о конкуренции) группой лиц признается совокупность физических лиц и (или) юридических лиц, если хозяйственное общество (товарищество, хозяйственное партнерство) и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо осуществляет функции единоличного исполнительного органа этого хозяйственного общества.

По запросу Управления ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» были представлены выписки из ЕГРЮЛ, из которых следует, что единоличным руководителем данных хозяйствующих субъектов, является Демешев А.В. Таким образом, ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» образуют группу лиц (далее – Заявитель).

По запросу Управления ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс» были представлены выписки из ЕГРЮЛ, из которых следует, что единоличным руководителем данных хозяйствующих субъектов, является Милютин А.А. Таким образом, ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Партал», ООО «Экспотранс» образуют группу лиц (далее – Ответчик).

В соответствии части 2 статьи 9 Закона о конкуренции установленные антимонопольным законодательством запреты на действия (бездействие) на товарном рынке хозяйствующего субъекта распространяются на действия (бездействие) группы лиц, если федеральным законом не установлено иное.

Ответчиком были представлены в Управление письменные пояснения, из которых следует, что проведение Ответчиком акции по обмену дисконтных (скидочных) карт иных специализированных на розничной продаже алкогольной продукции магазинов на дисконтные (скидочные) карты Ответчика при совершении гражданами (покупателями) покупок в сети магазинов «Градусы всего мира» не направлено на получение необоснованных преимуществ в связи с тем, что обмен дисконтных карт осуществляется среди покупателей, пришедших в магазин «Градусы всего мира» за покупками на добровольной основе. То есть покупатели уже выбрали магазин «Градусы всего мира» для совершения покупок. В случае, если покупателям понравился ассортимент товара, ценовая политика и обслуживание, они могут обратиться к продавцу с просьбой обменять имеющуюся у них дисконтную карту другого магазина, специализирующегося на розничной продаже алкогольной продукции, на дисконтную карту Ответчика.

Размер получаемой прибыли Ответчика в связи с проведением акции не увеличился, так как Ответчик предоставляет покупателям, получившим

дисконтную карту, скидку 6% от цены покупки, то есть уменьшает свою прибыль на размер указанной скидки.

По мнению Ответчика в качестве критериев противоправности недобросовестной конкуренции также выделяют противоречие действующему законодательству, и (или) обычаям делового оборота, и (или) требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Под противоречием действующему законодательству Ответчик понимает нарушение не только норм Закона о защите конкуренции, но и иных законов, устанавливающих требования к осуществлению добросовестной конкуренции и запреты различных недобросовестных действий, направленных на получение преимуществ в предпринимательской деятельности. Обычаи делового оборота являются разновидностью обычаев, предусмотренных пунктом 1 статьи 5 ГК РФ. Так, к обычаям делового оборота следует относить сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе.

Ответчик полагает, что проведение им акции по обмену дисконтных (скидочных) карт не противоречит действующему законодательству, так как в действующем законодательстве не имеется прямого либо косвенного запрета или ограничения на проведение подобного рода акций, обычаям делового оборота и требованиям добропорядочности, разумности и справедливости.

Также Ответчик полагает, что на территории Новгородской области сложились такие обычаи делового оборота, по которым многие магазины, специализирующиеся на продаже продовольственных и непродовольственных товаров, и иные субъекты хозяйствующей деятельности проводят акции по обмену дисконтных карт, а также акции по предоставлению скидок покупателям. Размер указанных скидок варьируется от 5% и выше. Ответчик предоставляет своим покупателям дисконтные карты со скидкой 6% от цены покупки, что практически является минимальной скидкой при проведении соответствующих акций другими хозяйствующими субъектами на территории Новгородской области.

Последствием совершенного акта недобросовестной конкуренции в соответствии с его легальным определением и одновременно его существенным признаком является возможность или факт причинения убытков хозяйствующему субъекту - конкуренту либо нанесения ущерба его деловой репутации.

Проведение Ответчиком акции по обмену дисконтных карт не направлено на причинение убытков (реального ущерба либо упущенной выгоды) или нанесение ущерба деловой репутации конкурирующих хозяйствующих субъектов.

При проведении Ответчиком акции по обмену дисконтных карт, Ответчик не распространяет ложные, неточные или искаженные сведения, которые могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам либо нанести ущерб их деловой репутации, не вводит в заблуждение покупателей

в отношении характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей, не проводит некорректное сравнение производимых или реализуемых Ответчиком товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами, не получает, не использует и не разглашает информацию, составляющую коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну.

Проведение Ответчиком акции по обмену дисконтных карт не связано с использованием промышленных достижений конкурирующих хозяйственных субъектов, коммерческой ценности, различительной способности и известности средств индивидуализации хозяйствующего субъекта конкурента, производимых им товаров или оказываемых услуг, и с созданием смешения с подобного рода товарами и средствами индивидуализации.

Ответчик при проведении акции по обмену дисконтных (скидочных) карт не приобретает и не использует исключительные права на средства индивидуализации хозяйствующих субъектов, средства индивидуализации продукции, работ и услуг.

Все полученные от покупателей дисконтные (скидочные) карты иных специализированных на розничной продаже алкогольной продукции магазинов Ответчиком и сотрудниками Ответчика не используются и подлежат утилизации.

За время проведения акции Ответчиком было произведено 67 (шестьдесят семь) обменов дисконтных (скидочных) карт, в следующих магазинах: пгт. Панковка, 9 км. Псковского шоссе, г. Великий Новгород, Воскресенский бульвар, д. 12/24, г. Великий Новгород, ул. Завокзальная, д. 1, г. Великий Новгород, ул. Б.С. Петербургская, д. 106, корп. 1.

Информирование о проведении Акции осуществлялось путем расклеивания рекламных буклетов (листовок) в магазинах Ответчика, данные буклеты изготавливались ИП Титовым Л.О., о чем свидетельствует Договор №28-07 об оказании услуг от 31.07.2015.

До настоящего времени к Ответчику не поступало претензий и обращений от хозяйствующих субъектов, осуществляющих розничную продажу алкогольной продукции, по осуществлению данной Акции.

Учитывая вышеизложенное, Ответчик полагает, что при проведении им акции по бесплатному обмену дисконтных (скидочных) карт иных специализированных на розничной продаже алкогольной продукции магазинов на дисконтные (скидочные) карты Ответчика при совершении гражданами (покупателями) покупок в сети магазинов «Градусы всего мира» нормы Закона о конкуренции не были нарушены, и указанная акция проводилась правомерно.

В соответствии с приказом Управления от 08.09.2015 № 165 возбуждено дело № 41 в отношении ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Партал» по части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции.

На заседании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства Пилецкая О.Ю. поддержала ранее

представленные письменные пояснения ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» и пояснила, что совершенные Ответчиком действия противоречат обычаям делового оборота, а проводимая Акция носит агрессивный характер и направлена именно на торговую сеть Заявителя, так как изымаются карточки Заявителя, а иных торговых сетей, таких как «Лента» или «Вольный купец», не изымаются. Кроме того, Заявитель полагает, что сложившаяся практика по проведению Акций магазинами «Зенден» и «Летуаль» нельзя считать схожими с проводимой Ответчиком Акцией, так как дисконтные карты не изымались.

На заседании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства Пименова Д.В. поддержала ранее представленные письменные пояснения ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Партал» и пояснила, что Ответчик полагает, что раз клиенты Заявителя дисконтные карты приобретают за денежные средства, то эти карточки, являются их собственностью, и они вправе распоряжаться своей собственностью на свое усмотрение, а в рассматриваемом случае, обменять дисконтные карты торговой сети Заявителя на дисконтные карты торговой сети Ответчика.

Кроме того, Ответчик обменивает дисконтные карты не только торговой сети Заявителя, но и иных специализированных на торговле алкогольной продукцией магазинов.

Дисконтные карты в торговой сети Ответчика изымаются у покупателей исключительно в целях отчетности перед руководством, то есть, как доказательство того, что продавцы не сами заполняли анкеты держателей дисконтных карт.

Ответчик полагает, его действия не могут повлиять на рынок, привести к перераспределению покупательского спроса, так как Заявитель на рассматриваемом рынке занимает значительную долю, у Заявителя значительно больше торговых точек по сравнению с Ответчиком, и Заявитель уже давно работает в Новгородской области.

На рассмотрении дела Пименова Д.В. не признала в рассматриваемых действиях Ответчика допущенное нарушение антимонопольного законодательства.

Также Пименова Д.В. пояснила, что в настоящее время Акция завершена, баннеры с рекламой об Акции с витрин магазинов сняты.

В результате проведенного антимонопольного расследования и в процессе рассмотрения дела было установлено следующее.

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ (выписка от 07.07.2015 №6493в/2015) о количестве видов экономической деятельности, которыми занимается юридическое лицо, Ответчик осуществляет следующие виды деятельности:

1. Основной вид: код ОКВЭД 52.25 – розничная торговля

алкогольными и другими напитками;

2. Дополнительный вид: код ОКВЭД 52.2 – розничная торговля пищевыми продуктами, включая напитки и табачными изделиями в специализированных магазинах.

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ (выписка от 15.07.2015 №6883в/2015) о количестве видов экономической деятельности, которыми занимается юридическое лицо, Заявитель осуществляет следующие виды деятельности:

1. Основной вид: код ОКВЭД 52.25.1 – розничная торговля алкогольными напитками, включая пиво.

2. Дополнительный вид: код ОКВЭД 52.25 – розничная торговля алкогольными и другими напитками.

Кроме того, из представленных Департаментом экономического развития и торговли Новгородской области сведений следует, что Ответчик и Заявитель относятся к организациям, специализирующимся на розничной продаже алкогольной продукции, имеют соответствующие лицензии на осуществление розничной продажи алкогольной продукции и состоят в Реестре организаций, осуществляющих розничную продажу алкогольной продукции на территории Новгородской области.

Из вышеизложенных обстоятельств следует, что группа лиц (Ответчик), была создана для осуществления видов деятельности, аналогичных видам деятельности Заявителя, значительно позже (05.05.2012), чем Заявитель (30.11.2000), при этом осуществляет свою хозяйственную деятельность с извлечением прибыли от такой деятельности.

Оценив соответствующие временной интервал (период 2012-2015 годы), продуктовые и географические границы обращения товаров (работ, услуг), следует сделать вывод о том, что Ответчик и Заявитель являются конкурентами на товарных рынках Новгородской области, в том числе на товарном рынке розничной продажи алкогольной продукции.

В розничной торговой сети Заявителя покупатели могут приобрести дисконтную карту с размером скидки от 3% до 5%. Данная карта предоставляет покупателю в дальнейшем скидку в размере 5% на определенные товары.

В розничной торговой сети Ответчика покупатели могут бесплатно обменять дисконтные (скидочные) карты иных специализированных на розничной продаже алкогольной продукции магазинов на дисконтные (скидочные) карты Ответчика, при совершении гражданами (покупателями) покупок в сети магазинов «Градусы всего мира». При этом покупатели получают дисконтные (скидочные) карты с начальным накоплением суммы покупок 60 000 рублей и с размером скидки от 6%. В зависимости от общей суммы покупок, совершенных по дисконтной карте Ответчика, предоставляемая скидка может увеличиться от 6% (при совершении покупок на сумму от 60000 рублей) до 10% (при совершении покупок на сумму от 100 000 рублей).

Таким образом, следует сделать вывод о том, что зачисление бонусных баллов (суммы покупок - 60 000 рублей) за сам факт обмена карточки (а не за

факт совершения покупок, как во всех иных случаях), свидетельствует о предоставлении изначально лучших условий новому потребителю, отказавшемуся от дисконтной карты Заявителя.

По своей сути, дисконтная карта позволяет получить покупателю определенную скидку (дисконт) от стоимости товара или покупки. Для получения дисконтной карты и дальнейшего увеличения размера скидки необходимо выполнить ряд требований.

Дисконтные карты Заявителя покупателями приобретаются, и вне зависимости от суммы покупки размер скидки не меняется. Дисконтная карта Заявителя является способом достижения им результата своего основного вида предпринимательской деятельности.

Между тем, факт предложения Ответчиком покупателям Заявителя обменять его дисконтную карту на свою фактически является предложением таким покупателям перестать осуществлять последующее посещение сети магазинов Заявителя, а равно привлечением потребителей к товарам (услугам) Ответчика.

Принимая во внимание то, что предоставляемая скидка Ответчиком может увеличиться от 6% (при совершении покупок на сумму от 60 000 рублей) до 10% (при совершении покупок на сумму от 100 000 рублей), а у Заявителя такого увеличения не предусмотрено, потребитель мотивирован перестать посещать сеть Заявителя и начать посещать сеть магазинов Ответчика в связи с предоставлением сетью Ответчика дополнительных преимуществ в виде предусмотренного увеличения скидки.

Следует отметить, что условия получения дисконтной карты Ответчика при сдаче дисконтной карты Заявителя выгодно отличались от условий изначального приобретения карты Заявителя обычным потребителем, который без покупки товаров на сумму 60 тыс.руб., не мог получить сумму начального накопления (60 000), гарантированной при обмене карты Заявителя на накопительную карту Ответчика без дополнительных затрат.

Таким образом, Ответчик в действительности привлекал новых потребителей в свою торговую сеть путем переманивания их у конкурентов.

Рассматриваемые действия Ответчика с предложением по обмену дисконтных карт безусловно направлены на увеличение объема продажи собственных товаров, а равно, снижение продажи товаров Заявителя.

Способность нанесения рассматриваемыми действиями Ответчика убытков Заявителю, выражается в привлечении потребителей Заявителя к товарам (услугам)

Ответчика, фактическом прекращении использования такими потребителями услуг Заявителя в пользу услуг Ответчика.

Ответчик назвал известных ему конкурентов на территории В. Новгорода, а именно: торговая сеть «Красное и белое»; торговая сеть «Три бочки»; торговая сеть «Хмель»; торговая сеть «Долина вин»; торговая сеть «Эконом»; торговая сеть «Пивко»; торговая сеть «Хмель 5.0»; торговая сеть «Погребок».

Также Ответчик представил в Управление сведения об изъятых

дисконтных картах. Проанализировав данные сведения, Комиссия установила, что большее количество было изъято дисконтных карт именно магазинов «Эконом» и «Три бочки», при том, что на территории В. Новгорода и Новгородской области присутствуют и иные специализированные на продаже алкогольной продукции торговые сети. Данное обстоятельство также указывает на то, что рассматриваемые действия были осуществлены в отношении Заявителя осознано и в корыстных целях.

В материалах дела имеется копия письменного заявления гражданки <Д...> от 27.07.2015, поданное ею Заявителю. В заявлении указано, что гражданка <Д...> 27.07.2015 совершила покупку в магазине «Градус» на Сушанской. Сотрудники магазина предложили ей обменять карту сети магазинов «Эконом» на карту магазина «Градус». Сотрудники пояснили ей, что по их карте скидка 6% и действует накопительная система. Предложенную ею карту торговой сети «Вольный купец» у гражданки не приняли. Забрали только карту сети магазинов «Эконом». В обмене карты магазина «Градусы» обратно на карту сети магазинов «Эконом» гражданке в сети магазинов «Эконом» отказали и предложили приобрести новую карту сети магазинов «Эконом».

Также в материалах дела имеется копия страницы из жалобной книги с заявлением гражданки <С...> от 12.08.2015. В заявлении указано, что гражданка <С...> является давним покупателем сети магазинов «Эконом». 12.08.2015 гражданка <С...> совершила покупку в магазине «Градусы». Сотрудница магазина предложила ей поучаствовать в акции и обменять дисконтную карту торговой сети «Эконом» или торговой сети «Три бочки» на карту магазина «Градусы». Гражданка <С...>, со своей стороны, предложила обменять карту «Ленты», но ей отказали, объяснив, что в акции участвуют только карты «Эконом» и Три бочки». Гражданка <С...> карту «Эконом» все же обменяла на карту «Градусы», но при этом сообщила, что все равно остается покупателем сети магазинов Заявителя.

Кроме того, по запросу Управления гражданка <С...> направила в Управление письмо, в котором подержала свои ранее изложенные в жалобной книге претензии.

При такой ситуации следует отметить два негативных момента.

Во – первых, граждане, у которых изъяли карты, но которые хотят совершать покупки со скидкой в сети магазинов Заявителя, вынуждены повторно их приобретать и понести дополнительные затраты, что можно квалифицировать как ущемление интересов других лиц, допущенное вследствие недобросовестной конкуренции со стороны Ответчика.

Во – вторых, при сложившейся ситуации Заявитель может потерять своих клиентов в случае отказа граждан повторно приобретать скидочные карты, и как следствие, отказ граждан от посещений сети магазинов «Эконом», что также приведет к убыткам Заявителя.

Кроме того, как следует из заявления гражданки <Д...>, она желала бы остаться клиентом сети магазинов «Эконом», но не имеет скидочной карты, а бесплатно их не выдают.

Согласно протоколу № 4 от 29.06.2010 Экспертного совета по

применению антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции (консультативно-совещательный орган ФАС России, далее - Протокол), действия хозяйствующего субъекта, выраженные в предоставлении потребителям при приобретении ими товаров или услуг данного хозяйствующего субъекта дисконтной карты, которая предоставляет аналогичные или существенно лучшие условия (большую скидку) в обмен на дисконтную карту хозяйствующего субъекта-конкурента, противоречит принципам добропорядочности, разумности и справедливости.

Кроме того, хозяйствующий субъект, выпустивший дисконтную карту, лишь наделяет потребителя правом использования данной дисконтной карты, при этом сохраняя за собой право собственности на нее.

В материалах дела имеются копии договоров на изготовление дисконтных карт для Заявителя на возмездной основе. Данные дисконтные карты являются собственностью Заявителя.

Также в Протоколе указано, что действия хозяйствующего субъекта по обмену дисконтной карты хозяйствующего субъекта-конкурента на свою дисконтную карту могут повлечь нарушение имущественных прав конкурента.

Согласно пункту 9 статьи 4 Закона о 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.

Учитывая вышеизложенное, квалифицирующие признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, присутствуют в рассматриваемых действиях Ответчика, а именно:

1. Направленность на получение при осуществлении предпринимательской деятельности преимуществ, которая выразилась в привлечении новых покупателей путем переманивания покупателей у своего конкурента, целеполаганием которого, является увеличение объема реализации своих товаров и, соответственно, причинение ущерба своему конкуренту вследствие изъятия дисконтных карт конкурента в связи с проводимой акцией;

2. Противоречие требованиям добропорядочности, разумности и справедливости.

3. Возможность причинения убытков конкуренту, которая выразилась в том, что в результате проведения акции Ответчиком на рассматриваемом товарном рынке Заявитель лишается возможности эффективно реализовывать свои товары (работы, услуги) путем потери своих постоянных клиентов (предположительно 67 клиентов), что, в свою очередь, не может не сказаться на его прибыли, а также может повлечь перераспределение в

пользу Ответчика спроса на региональном товарном рынке розничной продажи алкогольной продукции, в данном случае в Новгородской области.

Следовательно, рассматриваемые действия хозяйствующего субъекта в нарушение законодательства РФ, обычаев делового оборота, требований добропорядочности, разумности и справедливости по проведению акции по обмену дисконтных карт в целях получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, что в результате могло причинить убытки хозяйствующему субъекту – конкуренту либо нанести вред его деловой репутации, в силу пункта 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции являются признаками недобросовестной конкуренции.

Согласно пунктам 1 и 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о конкуренции) не допускается недобросовестная конкуренция.

По смыслу вышеприведенных нормативных положений актом недобросовестной конкуренции могут быть признаны различные действия противоправного характера.

Таким образом, в действиях Ответчика содержатся признаки нарушения части 1 статьи 14 Закона о конкуренции, выразившиеся в вышеуказанном предложении потребителям по обмену дисконтной карты Заявителя на дисконтную карту Ответчика.

Изучив имеющиеся в деле материалы, заслушав пояснения лиц, участвующих в деле, Комиссией сделаны следующие выводы.

Согласно пунктам 1 и 2 части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о конкуренции) не допускается недобросовестная конкуренция.

По смыслу вышеприведенных нормативных положений актом недобросовестной конкуренции могут быть признаны различные действия противоправного характера.

В соответствии с частью 2 статьи 15 Гражданского кодекса РФ (часть 1) под убытками понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

То есть, в силу части 2 статьи 15 Гражданского кодекса РФ (часть 1) упущенная выгода является убытком.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что в результате рассматриваемых действий Ответчика Заявителю как потенциальному конкуренту могут быть причинены убытки, выразившиеся в упущенной выгоде, поскольку фактически как минимум Ответчиком было произведено 67 (шестьдесят семь) обменов дисконтных (скидочных) карт, то есть 67

постоянных покупателей Заявитель мог лишиться.

Кроме того, потенциальные клиенты из Новгородской области, имеющие намерение получить услуги от ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет», то есть у организаций, имеющих значительный опыт работы и хорошую деловую репутацию, но в силу того, что у них изъяли дисконтные (скидочные) карты, такие клиенты лишены возможности приобретать продукцию со скидками, что, естественно, для них не выгодно и является ущемлением интересов потребителей, что и подтверждается письменными пояснениями граждан.

В соответствии с приказами Генерального директора ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Партал» от 25.05.2015 «О проведении акции «Чужие как свои» установлен срок проведения Акции в период с 01.06.2015 по 01.10.2015.

Таким образом, прекращение проведения Акции на момент рассмотрения дела (03.11.2015) обусловлено сроком окончания (01.11.2015) проведения Акции в соответствии с приказами Ответчика и соответственно не может быть расценено как добровольное устранение допущенного нарушения со стороны Ответчика.

Таким образом, проведение Акции в нарушение законодательства РФ, обычаев делового оборота, требований добропорядочности, разумности и справедливости в целях получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, что могло причинить убытки хозяйствующему субъекту – конкуренту либо могло нанести вред его деловой репутации, в силу пункта 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции является признаками недобросовестной конкуренции.

На основании вышеизложенного Комиссия пришла к обоснованному выводу, что совершенные действия ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Партал», при проведении Акции, выразившееся в обмене дисконтных карт торговой сети «Градусы всего мира» на дисконтные карты своих конкурентов - ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет» являются актом недобросовестной конкуренции и противоречат части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать действия ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Партал» на товарном рынке розничной продажи алкогольной продукции через сеть специализированных магазинов, выразившиеся в обмене дисконтных карт торговой сети «Градусы всего мира» на дисконтные

карты своих конкурентов - ООО «Грейп-Маркет-Сити», ООО «Грейп-Маркет-Регион», ООО «Грейп-Маркет», актом недобросовестной конкуренции, противоречащим части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.06 №135-ФЗ «О защите конкуренции».

2. Выдать ООО «Градус», ООО «Майт», ООО «Экспотранс», ООО «Портал» предписание о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции.

Председатель Комиссии

О.С. Виниченко

Члены Комиссии

А.И. Крапивин

С.Е. Паньков