

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о наложении штрафа по делу об административном правонарушении

№ 97/04-А-2015

23 ноября 2015 г.

г. Чебоксары

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике – Чувашии «...», рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № 97/04-А-2015, возбужденного по признакам нарушения части 1 статьи 14.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) в отношении общества с ограниченной ответственностью «Сладкая жизнь Н.Н.» (юридический адрес: 603070, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Сергея Есенина, д. 10, ОГРН 1025202395525, ИНН/КПП 5257041777/525701001, далее – ООО «Сладкая жизнь Н.Н.») в отсутствие представителя ООО «Сладкая жизнь Н.Н.», надлежащим образом уведомленного о времени и рассмотрении дела,

### УСТАНОВИЛ

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Чувашской Республике-Чувашии (далее - комиссия) по результатам рассмотрения дела № 34/04-АМЗ-2015 решением от 11.09.2015 № 04-05/8242 признала факт нарушения ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» части 1 статьи 10 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон о защите конкуренции).

Нарушение выразилось в следующем.

1. Методология ценообразования - это совокупность общих правил, принципов и методов ценообразования. Это концепция определения и обоснования цен, формирования видов цен, управления ценообразованием.

Цена - это экономическая категория, рыночный фактор, находящийся под воздействием рыночных законов: спроса и предложения, конкуренции и монополизации.

Предметом ценовой политики торгового предприятия выступает не цена товара в целом, а лишь один из ее элементов - торговая надбавка. Именно этот элемент цены товара характеризует цену торговых услуг, предлагаемых покупателю при его реализации торговым предприятием.

Под формированием ценовой политики торгового предприятия понимается обоснование системы дифференцированных уровней торговой надбавки на реализуемые товары и разработка мероприятий по обеспечению оперативной их корректировки в зависимости от изменения ситуации на потребительском рынке и условий хозяйствования.

Письмом от 08.04.2015 № 01-2/989, (вх. Управления от 10.04.2015 № 04-11/2627), от 25.05.2015 № 01-2/590 (вх. Управления от 27.05.2015 № 04-06/4036) ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» предоставлены сведения о закупочных и розничных ценах на мойву свежемороженую фасованную FISH HOUSE (таблица 1).

Таблица 1. Закупочные и розничные цены на мойву свежемороженую фасованную в магазине «Пятерочка» за период 01.02.2015 по 10.05.2015 (в руб. с НДС за 1 кг. продукции).

	01.02.2015	01.03.2015	01.04.2015	20.04.2015	10.05.2015 с 20.04.2015
Закупочная цена	95,73	116,50	83,57	71,01	поставок не было
Розничная цена	159,00	169,00	149,00	149,00	149,00
Торговая наценка, %	66	45	78	109,82	109,82

Из представленных обществом данных видно, несмотря на снижение закупочных цен на мойву свежемороженую на 15,03 % (с 83,57 руб. до 71,01 руб.), цена реализации остается неизменной и составляет 149,00 руб.

Письмом Чувашстата от 03.06.2015 (вх. Управления от 03.06.2015 № 04-11/4293) были представлены средние потребительские цены на рыбу мороженую неразделанную (на конец месяца):

- за март - 124,79 рублей за 1 килограмм,

- за апрель – 122,41;

- за май – 121,87.

Установленные цены на мойву свежемороженую в торговых объектах «Пятерочка» ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» превышают средние потребительские цены по Чувашской Республике.

Письмом от 24.07.2015 № ВВ - 2/1190 (вх. Управления от 24.07.2015 № 04-05/5751) ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» указывает, что

торговые наценки устанавливаются в зависимости от плановых и фактически достигнутых показателей доходности как по товарной группе, так и продажам в целом, как по филиалу, так и формату в целом. Алгоритм расчета плановых наценок отсутствует, т.к. является гибким механизмом для достижения целевых показателей. Также установление торговой наценки учитывает ценовые сегменты товаров, конкурентную среду, позиционирование товаров и торговой сети на рынке и иные факторы.

Формирование розничной цены на реализуемую продукцию устанавливается исходя из той прибыли, которую ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» планирует получить, а также административных и коммерческих издержек (включающих в себя затраты на аренду торговых объектов, коммунальные платежи и текущий ремонт, рекламу и маркетинг, потери, расходы на персонал). Средняя торговая наценка ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» на продовольственные товары составляет 14 %, варьируясь в зависимости от вышеуказанных параметров.

ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» в качестве пояснения концепции ценообразования и правил управления ценообразованием представлено «Положение о ценообразовании для розничных продаж Торговой сети «Пятерочка» (далее – Положение).

Общество сообщает, что торговая марка «Fish House» является собственной торговой маркой Компании. Для ее производства посредством электронных торгов (тендеров) закупается весовая небрендируемая свежемороженая рыба, которая впоследствии в собственном цеху дефростации (Московская область, г. Орехово-Зуево, ул. Кирова, д. 54) фасуется и упаковывается реализуемыми единицами продукции.

Согласно Положению, товары под собственными торговыми марками (далее – СМТ) должны восприниматься покупателями как качественная альтернатива известным брендам, но по более низкой цене. Реализация товаров СМТ должна приносить более высокий доход, чем продажа брендового товара, при этом потери от канибализации не должны превышать разницы между доходностью СМТ и доходностью аналогичного брендового товара. Принцип ценообразования – фиксированная цена с учетом стоимости бенч-марка (при его наличии в торговых сетях Пятерочка, Перекресток, Карусель).

В соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 15.07.2010 № 530, рыба мороженая неразделанная (в том числе мойва свежемороженая) относится к перечню социально значимых продовольственных товаров первой необходимости.

В рассматриваемом случае, необоснованно увеличивая и устанавливая торговую наценку, общество увеличивает продажную (розничную) цену мойвы свежемороженой, что приводит к удорожанию названного продукта и последующему ущемлению прав покупателей.

2. Наценка (торговая наценка) на реализуемые товары — торговая надбавка к цене реализуемого товара, доход розничного продавца, разница между розничной и оптовой ценой товаров, необходимая для покрытия издержек и получения средней прибыли торговыми предприятиями.

Наценка определяется в соответствии с конъюнктурой рынка, качеством и потребительскими свойствами товаров. Чтобы торговля была прибыльной, наценка должна покрывать все расходы, связанные с продажей товаров. Иными словами наценка – это добавленная стоимость к покупной цене товара. За счет наценки торговые организации покрывают расходы на продажу, получают прибыль и уплачивают косвенные налоги (НДС, акцизы, налог с продаж и др.).

Размер наценки определяется организацией самостоятельно. Причем наценка может устанавливаться как единая на весь ассортимент товаров, так и различная по видам товарных групп.

Наценка на товар устанавливается именно на стадии продажи его гражданам для личного потребления.

При установлении наценки следует исходить из желаемой стратегической позиции предприятия относительно конкурентов. На одном конце рыночного спектра находятся предприятия, обеспечивающие высокое качество и назначающие заведомо высокие цены (то есть имеющие невысокий объем продаж). На другом конце рыночного спектра — предприятия, продающие большие объемы товара по низким ценам, к коим и относится сеть магазинов «Пятерочка».

Нарушение хозяйствующим субъектом такой ценовой политики, которое влечет за собой отклонение цены от влияния указанных объективных и обоснованных факторов ценообразования, является основанием для рассмотрения таких действий хозяйствующего субъекта на предмет нарушения антимонопольного законодательства, в частности части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Письмом от 27.05.2015 № 01-2/1672 (вх. Управления от 29.05.2015 № 04-11/4145) ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» предоставлена информация о ценах на томаты, огурцы, апельсины, виноград черный, рис длиннозерный, хлеб пшеничный йодированный, молоко 3,2 % и их динамика (таблица 2).

Таблица 2. Закупочные и розничные цены на отдельные продукты питания в магазине «Пятерочка» (в руб. с НДС).

№ п/п	Наименование товара	Дата поставки	Наименование поставщика	Закупочная цена	Розничная цена	Средняя торговая наценка, %
1	Томаты (1 кг.)	28.04.2015	ООО «Диал НН регион»	119,08	149,00	30
		28.04.2015	ООО «Сантол»	115,01		
2	Виноград черный (1 кг)	28.04.2015	ООО «Артекс»	110,00	239,00	55
		29.04.2015	ООО «Фрут Пост»	151,93		
3	Апельсины (1 кг.)	29.04.2015	ООО «Сантол»	156,00	59,95	32,5
		26.04.2015	ООО «Агро Ритейл»	45,50		
4	Огурцы (1 кг.)	28.04.2015	ООО «Глобус»	45,01	142,00	53,5
		28.04.2015	ООО «Агрохолдинг Семеновский»	103,00		

Хлеб пшеничный йодированный (450 г.)	28.04.2015	ООО «Чебоксарский хлебзавод № 2»	19,20	25,10	31
Рис длиннозерный (900 г.)	27.04.2015	ООО «Компания БакалеяОпт»	31,00	43,95	42
Молоко 3,2 % (900 г.)	29.04.2015	ООО «Кривское»	26,85	37,35	39

Комиссией установлено, что ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» в рамках рассматриваемого дела торговая наценка на социально значимые продукты питания (рис длиннозерный, молоко 3,2 %, хлеб пшеничный йодированный, томаты и огурцы свежие, апельсины, виноград черный) установлена в размере более 30%, что значительно превышает среднюю наценку общества (более чем в 2 раза).

В рассматриваемом случае, необоснованно устанавливая торговую наценку, общество увеличивает продажную (розничную) цену социально значимых продуктов питания (рис длиннозерный, молоко 3,2 %, хлеб пшеничный йодированный, томаты и огурцы свежие, апельсины, виноград черный), что приводит к удорожанию названного продукта и последующему ущемлению прав покупателей.

3. Норма пункта 6 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции определяет, что одним из способов злоупотребления является установление различных цен на один и тот же товар.

Для установления нарушения необходимо подтверждение совокупности обстоятельств.

На товар установлены различные цены. При рассмотрении соответствующей категории дел продукция, цена на которую исследуется на предмет законности, должна быть одинаковой либо максимально приближенной по своим качествам.

При этом в целях обеспечения корректности исследования сравниваться должны цены на одном базисе поставки по Инкотермс (FCA, CPT и т.п.). Также во внимание необходимо принимать единство других условий поставки: срок поставки, условия доставки, отсрочка платежа, оптовые скидки, условия, соответствующие обычаям делового оборота и пр.

Отмечаем, что любое, даже незначительное, расхождение в ценах на один и тот же товар (прежде всего в рамках одной группы покупателей) независимо от обстоятельств установления цен (согласия или несогласия отдельных покупателей с предложенным условием) должно иметь надлежащее (экономическое, технологическое или иное) обоснование.

При этом несогласие покупателя на заключение договора с предложенным условием по цене может стать предметом оценки антимонопольного органа с точки зрения нарушения поставщиком запрета на навязывание невыгодных условий договора (пункта 3 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции).

1) Что касается момента установления отличной цены. Общий подход, сформировавшийся в практике, свидетельствует о том, что для целей сопоставления цен отгрузка товара разным покупателям должна иметь место в один и тот же временной период. Тем не менее, вопрос о наличии в действиях, относящихся к разному периоду времени, признаков нарушения является оценочным.

2) Цены установлены на одном товарном рынке. В соответствии с общим подходом, сформулированным в правоприменительной практике, объектом сравнения должны выступать цены, установленные для покупателей, действующих на одном товарном рынке.

Одинаковая ценовая политика должна применяться ко всем потребителям независимо от того, входят они в группу лиц продавца или нет. Такая позиция отражена, в частности, в деле «ТНК-ВР-Холдинг». ВАС РФ поддержал данный подход, исходя из того, что хозяйствующие субъекты, входящие в одну группу лиц, не утрачивают самостоятельности в гражданско-правовых отношениях.

3) Отсутствует технологическое и экономическое, иное обоснование для установления различных цен. Как следует из анализируемой нормы Закона о защите конкуренции, различия в ценах на один и тот же товар могут быть обоснованы экономически, технологически или иным образом. В то же время Законом не установлены четкие критерии оценки того или иного обоснования различия в ценах в качестве надлежащего. В связи с этим в данном вопросе большая роль отводится судебной практике и административной практике антимонопольных органов.

Так, безусловным обоснованием установления различных цен является разный уровень затрат продавца в связи с производством / реализацией товара различным потребителям, который может являться следствием, в частности, таких различных условий, как:

- различный объем и ритмичность поставок закупаемого товара;
- разница в затратах, связанных с доставкой товара (железнодорожные и иные тарифы, таможенное оформление и уплата таможенных пошлин);
- различие в качественных характеристиках товара (различия в себестоимости, а также особенности способа (технологии) производства);
- условия оплаты — предоплата или отсрочка платежа;
- прочие условия.

В качестве иного обоснования используется также целый ряд различных критериев, которые без увязки с экономической

обоснованностью по затратам и технологическими особенностями товара представляют собой самостоятельное обоснование различных цен (специальные критерии):

- срок коммерческого сотрудничества с конкретным контрагентом;
- наличие или отсутствие дебиторской задолженности перед поставщиком;
- необходимость привлечения новых клиентов;
- прочие критерии.

Данные критерии не носят универсальный характер и оцениваются индивидуально в каждом деле.

В соответствии с частью 1 статьи 10 ГК РФ не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление доминирующим положением на рынке.

Экономически, технологически и иным образом не обоснованное установление различных цен (тарифов) на один и тот же товар влечет ущемление прав покупателей, для которых была необоснованно установлена более высокая цена их приобретения по сравнению с другими покупателями, может причинить ущерб и образует состав нарушения пункта 6 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Частью 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц. В соответствии с частью 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением может выражаться в экономически необоснованном повышении стоимости (тарифа) на продукцию (услугу).

ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» письмом от 18.05.2015 № 01-2/1465 (вх. Управления от 20.05.2015 № 04-06/3826) представлены сведения о закупочных и розничных ценах на крабовые палочки, морскую капусту, кукурузу сладкую и горошек зеленый в торговой сети «Пятерочка», расположенных на территории Чувашской Республики.

Сопоставим розничные цены в универсамах «Пятерочка» ООО «Сладкая жизнь Н.Н.», расположенных по адресам г. Чебоксары, 139 – Стрелковой дивизии ул., д. 22 и г. Чебоксары, М. Павлова ул., д. 12 (таблица 3). Оба магазина находятся в пределах одного микрорайона г. Чебоксары.

Таблица 3. Розничные цены в универсамах «Пятерочка» по адресам г. Чебоксары, 139 – Стрелковой дивизии ул., д. 22 и г. Чебоксары, М. Павлова ул., д. 12 по состоянию на 21.02.2015, 21.03.2015, 21.04.2015.

	Наименование товарной позиции	Закупочные цены	г. Чебоксары,		Разница между розничными ценами
			139-Стрелковой дивизии ул., д. 22	г. Чебоксары, М. Павлова ул., д. 12	
На 21.02.2015	З.В.Кукуруза сладкая ж/б 340г	-	111,00	60,15	<b>50,85</b>
	BOND.Кукур.слад.зерн.ж/б. 212мл	38,11	40,85	45,75	<b>4,90</b>
	BOND.Горошек зел.с кольц. 212мл	38,11	40,85	45,75	<b>4,90</b>
	GLOBUS Зеленый горошек ж/б 400г	44,37	53,25	44,95	<b>8,30</b>
	GLOBUS Кукуруза сладкая ж/б 340г	44,37	53,25	44,95	<b>8,30</b>
На 21.03.2015	FISH HOUSE Палоч.СНЕЖ.КРАБ краб.охл.200г	49,85	72,95	69,95	<b>3,00</b>
	КРАСНАЯ ЦЕНА Кукуруза сахарная 420г	26,53	29,65	29,90	<b>0,25</b>
	VICI Палочки КРАБОВЫЕ заморож.имит.200г	41,37	59,95	63,35	<b>3,40</b>
	З.В.Кукуруза сладкая ж/б 340г	-	111,00	60,15	<b>50,85</b>
	GREEN RAY Горошек зеленый ж/б 425мл	38,90	44,85	46,65	<b>1,80</b>
На 21.04.2015	GREEN RAY Кукуруза деликатесная ж/б425мл	38,90	44,85	46,65	<b>1,80</b>
	GLOBUS Зеленый горошек ж/б 400г	44,37	53,25	44,95	<b>8,30</b>
	З.В.Кукуруза сладкая ж/б 340г	87,36	111,00	60,15	<b>50,85</b>
	GREEN RAY Горошек зеленый ж/б 425мл	38,90	46,75	46,65	<b>0,10</b>
	GREEN RAY Кукуруза деликатесная ж/б425мл	38,90	46,75	46,65	<b>0,10</b>
На 21.04.2015	GLOBUS Зеленый горошек ж/б 400г	44,37	53,25	53,35	<b>0,10</b>
	GLOBUS Кукуруза сладкая	44,37	53,25	53,35	<b>0,10</b>



капуста морская	-	-	-	-	-	-	38,28	51,65	<b>34,93</b>
Русское Море с луком и п									
<b>Средняя торговая наценка</b>		<b>60,80</b>		<b>33,08</b>				<b>39,65</b>	

ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» в письме от 25.05.2015 № 01-2/1603 (вх. Управления от 27.05.2015 № 04-06/4038) сообщает, что средневзвешенная фактическая торговая наценка на морскую капусту составляет 30 %, на крабовые палочки – 26 %.

В ходе анализа закупочных и розничных цен на указанные продуктовые группы продовольственных товаров выявлено, что средняя торговая наценка на крабовые палочки по состоянию на 21.02.2015 составляет 51,06; на 21.03.2015 – 64,62; на 21.04.2015 – 63,95; на капусту морскую по состоянию на 21.02.2015 – 60,80; на 21.03.2015 – 33,08; на 21.04.2015 – 36,65.

Таким образом, по состоянию на указанные даты средние торговые наценки на такие продуктовые группы, как крабовые палочки и капуста морская, значительно превышают средневзвешенные наценки общества.

ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» сообщает, что формирование розничной цены на реализуемую продукцию устанавливается исходя из той прибыли, которую Компания планирует получить, а также административных и коммерческих издержек (включающих в себя затраты на аренду торговых объектов, коммунальные платежи и текущий ремонт, рекламу и маркетинг, потери, расходы на персонал).

Общество в ответах от 24.07.2015, от 31.07.2015 представило целевые показатели доходности от розничных продаж в разрезе категорий на 2014 год (таблица 6).

Таблица 6. Целевые показатели доходности в торговой сети «Пятерочка» на 2014 г.

«...»

Согласно информации СМИ, в 2015 году на волне снижения доходов россиян ухудшилась динамика российского розничного рынка. Однако крупнейшим торговым компаниям потребительского сектора за счет роста инфляции и фокуса на форматах «дискаунтер» и «магазин у дома» в первом полугодии удалось удержать темпы роста выручки выше 20 %.

Продажи X5 Retail Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») увеличились на «...» до «...». За первые шесть месяцев выручка сети «Пятерочка» выросла на «...» до «...» млрд. руб.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу о необоснованном установлении обществом торговых наценок и розничных цен на рассматриваемые товарные группы.

Письмом от 10.11.2015 № 04-07/8947 ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» указывает, что антимонопольный орган не доказал наличие коллективного доминирующего положения АО «Тандер», ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» и ООО «Смак-Гурмэ».

В феврале 2015 года Управлением завершён анализ состояния конкурентной среды на рынке розничной реализации продовольственных товаров торговыми сетями на территории города Чебоксары Чувашской Республики. Согласно названного анализа, установлено коллективное доминирование следующих хозяйствующих субъектов: ЗАО «Тандер», ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» и ООО «Смак-Гурмэ». Управлением установлено коллективное доминирование ЗАО «Тандер», ООО «Сладкая жизнь Н.Н.», ООО «Смак Гурмэ» - с общей долей за 2012г.- 1-е полугодие 2014- свыше 50%. При этом доля каждого хозяйствующего субъекта выше 8%.

Выписка из аналитического отчета по обзору состояния конкурентной среды на рынке розничной реализации продовольственных товаров торговыми сетями на территории города Чебоксары Чувашской Республики за период 2012 – 1-ое полугодие 2014 гг. размещена на сайте Чувашского УФАС и находится в свободном доступе <http://chuvashia.fas.gov.ru/analytic/14363>, соответственно любое желающее лицо имеет возможность для ознакомления.

Оценив обстоятельства дела, Комиссия пришла к выводу о совершении ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» действий, нарушающих часть 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Согласно части 1.2 статьи 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дел об административных правонарушениях предусмотренными статьями Кодекса, в т.ч. статьей 14.32 КоАП РФ, является принятие решения Комиссией антимонопольного органа, которым установлен факт нарушения антимонопольного законодательства РФ.

В силу части 1 статьи 14.31 КоАП РФ Совершение занимающим доминирующее положение на товарном рынке хозяйствующим субъектом, за исключением субъекта естественной монополии, действий, признаваемых злоупотреблением доминирующим положением и недопустимых в соответствии с антимонопольным законодательством Российской Федерации, если такие действия приводят или могут привести к ущемлению интересов других лиц и при этом результатом таких действий не является и не может являться недопущение, ограничение или устранение конкуренции, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.31.1 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от пятнадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до одного миллиона рублей.

С учетом изложенных обстоятельств, величина штрафа составляет 300 000 руб.

На основании изложенного, и руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

**ПОСТАНОВИЛ:**

1. Общество с ограниченной ответственностью «Сладкая жизнь Н.Н.» (юридический адрес: 603070, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, ул. Сергея Есенина, д. 10, ОГРН 1025202395525, ИНН/КПП 5257041777/525701001) признать виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за совершение которого предусмотрена частью 1 статьи 14.31 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ООО «Сладкая жизнь Н.Н.» в соответствии с частью 1 статьи 14.31 КоАП РФ административное наказание в виде административного штрафа в размере 300 000 (триста тысяч) рублей 00 коп.

«...»