

В соответствии со статьей 22 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) антимонопольный орган призван обеспечивать государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, выявлять нарушения антимонопольного законодательства, принимать меры по прекращению нарушений антимонопольного законодательства и привлекать к ответственности за такие нарушения; предупреждать монополистическую деятельность, недобросовестную конкуренцию, другие нарушения антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами. В целях реализации своих функций и целей, административный орган наделен рядом полномочий, определенных статьей 23 Закона о защите конкуренции, в числе которых - недопущение действий, которые могут являться препятствием для возникновения конкуренции и (или) могут привести к ограничению, устранению конкуренции и нарушению антимонопольного законодательства. В соответствии с пунктом 6 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом Федеральной антимонопольной службы № 649/15 от 23.07.2015 (далее – Положение), территориальный орган Федеральной антимонопольной службы осуществляет функции по контролю за соблюдением антимонопольного законодательства. 24.05.2022 сотрудниками Саратовским УФАС России были выявлены признаки нарушения статьи 14.8 Закона о защите конкуренции в магазине торговой сети «Спутник» (ООО «Мидгард», ОГРН: 1166451061226, ИНН/КПП: 6455066052/645501001, юр. адрес: 410056, г. Саратов, ул. им Пугачева Е.И., д. 49, пом. 2), находящегося по адресу: г. Саратов, ул. им. Горького А.М., д. 29. В торговом зале указанного магазина стеллажи, на которых выставлена предлагаемая к продаже алкогольная продукция, расположены вдоль оконных проемов. Алкогольная продукция, расположенная в задних рядах стеллажей, обращена упаковками и этикетками в сторону оконных проемов, выходящих на ул. им. Горького А.М., в результате чего проходящие мимо люди имеют возможность ознакомиться с ассортиментом предлагаемой к продаже алкогольной продукции. Вместе с тем, муниципальная торговая сеть «Спутник» в первую очередь позиционируется как сеть продуктовых магазинов. Необходимо отметить, что данный магазин расположен в непосредственной близости к главной пешеходной зоне исторического центра города Саратова – проспекту им. Столыпина П.А., который традиционно является местом времени препровождения молодежи, а также знаковым местом для посещающих г. Саратов туристов. Кроме того, на расстоянии 320 метров от магазина расположено Муниципальное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад № 14 «Ежик». Данный магазин располагает несколькими оконными проемами, при этом в тех из них, к которым не примыкают стеллажи с алкогольной продукцией, размещены рекламные баннеры, сообщающие об акционных предложениях по продуктам питания. За указанными рекламными баннерами расположены в том числе стеллажи с безалкогольными напитками, при этом данные стеллажи имеют конструктивное отличие от стеллажей с алкогольной продукцией в виде задней стенки, которая не позволяет обозревать ассортимент безалкогольных напитков. Указанный факт, свидетельствует о направленности действий ООО «Мидгард» по продвижению алкогольной продукции. В свою очередь ассортимент предлагаемой к продаже алкогольной продукции, упаковки и этикетки которой обращены в сторону оконных

проемов, и доступны для обозрения со стороны ул. им. Горького А.М., представлен в том числе: - виски торговых марок Glen Eagles, Fireball, Fowler's, Jameson, Maker's Mark, Scotch Terrier, Singleton, White Horse; - коньяками торговых марок Hennessy XO, Meukow, Киновский, Ной, Старый Кенигсберг; - вином торговой марки Lou Lou Prosecco; - джином торговой марки Barrister. Подобное размещение алкогольной продукции направлено на восприятие информации о нем за пределами помещения магазина и способствует формированию интереса к обозреваемой продукции у потребителей, впечатления доступности товара, что по своей природе отвечает критериям продвижения товара на рынке. Обязанность действовать добросовестно является универсальным гражданско-правовым принципом, получившим свое отражение в нормах действующего права (пункт 4 статьи 1, пункт 2 статьи 6, статья 10 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ). В частности, статьей 3 ГК РФ предусмотрено, что при установлении, осуществлении и защите гражданских прав и при исполнении гражданских обязанностей участники гражданских правоотношений должны действовать добросовестно. Никто не вправе извлекать преимущество из своего незаконного или недобросовестного поведения (часть 4 статьи 1 ГК РФ). В соответствии с п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации. Рынок по розничной торговле алкогольными и другими напитками на территории Саратовской области является конкурентным и представлен большим числом хозяйствующих субъектов. Под направленностью действий хозяйствующего субъекта на получение преимуществ в предпринимательской деятельности понимается их объективная способность предоставить хозяйствующему субъекту такие преимущества. При этом сами преимущества означают, такое превосходство над конкурентами, которое обеспечивает возможность увеличить размер получаемой прибыли по отношению к уровню прибыли при воздержании от указанных действий. То есть, действия хозяйствующих субъектов могут считаться направленными на получение преимуществ, если они позволяют хозяйствующим субъектам увеличить получаемую прибыль, либо предотвратить ее неизбежное снижение. Приобретение преимуществ перед конкурентами возможно, в основном, двумя способами: посредством воздействия на потребителей, что в свою очередь обеспечивает увеличение объема реализации товара; посредством внесения в процесс производства изменений, которые направлены на снижение издержек либо повышение качества продукции. Действия ООО «Мидгард» не являются добросовестным поведением, поскольку потребитель, проходя (или проезжая) мимо такой импровизированной витрины магазина, с большей вероятностью произведёт покупку, даже если не предполагал совершать её изначально. В этом случае подобное размещение алкогольной продукции – не только способ привлечь новых покупателей, но и мотивировать потребителей на совершение покупки, которую они возможно бы не совершили. Таким образом, действия по размещению алкогольной продукции внутри помещения магазина, чтобы восприятие информации о ней также осуществлялось за его пределами, направлены на получение ООО «Мидгард» преимуществ в предпринимательской деятельности и противоречит обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости. Согласно статье 14.8 Закона о

защите конкуренции не допускаются иные формы недобросовестной конкуренции наряду с предусмотренными статьями 14.1 - 14.7 настоящего Федерального закона. В соответствии с частью 2 статьи 39.1 Закона о защите конкуренции предупреждение выдается хозяйствующему субъекту в случае выявления признаков нарушения статьи 14.8 Закона о защите конкуренции. В связи с наличием в действиях ООО «Мидгард» признаков нарушения ст. 14.8 Закона о защите конкуренции, на основании статьи 39.1 Закона о защите конкуренции Саратовское УФАС России предупреждает ООО «Мидгард» о необходимости совершения действий, направленных на обеспечение конкуренции, а именно: исключить возможность ознакомления с ассортиментом алкогольной продукции, реализуемой в магазине торговой сети «Спутник» (ООО «Мидгард») по адресу: г. Саратов, ул. им. Горького А.М., д. 29, путем размещения ее доступным для обозрения способом (через оконный проем) за пределами места реализации товара неопределенному кругу потребителей. Указанные действия должны быть совершены в течение 10 дней с момента получения предупреждения. О выполнении предупреждения сообщить в Саратовское УФАС России в течение трех дней со дня окончания срока, установленного для его выполнения.