

РЕШЕНИЕ

по делу № 05/01/10-63/2021

«25» мая 2022 г. г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «11» мая 2022 г.

В полном объеме решение изготовлено «25» мая 2022 г.

Комиссия Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела

о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии:

<...>;

члены Комиссии:

<...> (далее — Комиссия ФАС России),

рассмотрев дело № 05/01/10-63/2021 о нарушении антимонопольного законодательства, возбужденное по признакам нарушения акционерным обществом «ТАРКЕТТ РУС» (адрес: 115432, Москва, проспект Андропова, дом 18, корпус 7; ИНН 7727115649; ОГРН 1027739892730) (далее АО «ТАРКЕТТ РУС», Ответчик) пункта 9 части 1 статьи 10 и части 5 статьи 11 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) в присутствии на заседании:

<...> уполномоченного представителя
АО «ТАРКЕТТ РУС» (доверенность от 09.08.2021 № 436);

<...> уполномоченного представителя
АО «ТАРКЕТТ РУС» (доверенность от 09.08.2021 № 436);

<...> – уполномоченного представителя
ООО «Юнилин» и ООО «Айвисси-Восток» (доверенности от 23.11.2020 № 39,
от 30.11.2020 № б/н, от 15.11.2021 № 60);

<...> – уполномоченного представителя
ООО «Юнилин» и ООО «Айвисси-Восток» (доверенности от 23.11.2020 № 39,

от 30.11.2020 № 6/н, от 15.11.2021 № 60);

<...> – уполномоченного представителя
ООО «Юнилин» (доверенность от 11.04.2022 № 10),

УСТАНОВИЛА:

I. Основанием для возбуждения Федеральной антимонопольной службой (ФАС России) дела о нарушении антимонопольного законодательства послужили признаки нарушения пункта 9 части 1 статьи 10 и части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции в действиях АО «ТАРКЕТТ РУС», выразившиеся в злоупотреблении доминирующим положением путем создания препятствий доступу на рынок линолеума, а также в осуществлении координации, которая привела к отказу от заключения договоров с определенными продавцами, обнаруженные по итогам анализа осуществляемой АО «ТАРКЕТТ РУС» хозяйственной деятельности на рынке линолеума.

В соответствии с Порядком проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденным приказом ФАС России от 28.04.2010 № 220

(далее — Порядок проведения анализа), был проведен анализ состояния конкуренции на рынке напольных покрытий (линолеума) на территории Российской Федерации, по результатам которого было установлено, что группа лиц АО «ТАРКЕТТ РУС» занимает доминирующее положение на рынке линолеума в границах Российской Федерации.

Аналитический отчет от 17.05.2021 приобщен к материалам дела.

ФАС России установлено, что реализация линолеума в основном осуществляется по трем каналам продаж: оптовый /дистрибьюторы; розница; сети DIY (do it yourself/ «своими руками»).

Между АО «ТАРКЕТТ РУС» и дистрибьюторами заключаются договоры коммерческой концессии.

Договоры коммерческой концессии содержат следующие условия:

- дистрибьютор обязуется не осуществлять реализацию товаров¹ и/или аналогичных товаров² с использованием знаков обслуживания (товарных знаков) или коммерческих обозначений других

правообладателей (пункт 2.7);

- дистрибьютор обязан не рекламировать, не иметь в торговом предложении, не иметь на складе и не осуществлять реализацию аналогичных товаров других производителей, за исключением ламинированных полов и аксессуаров для укладки и ухода за напольными покрытиями (пункт 3.3.13).

При этом за нарушение договорных обязательств установлена ответственность дистрибьютора в виде штрафа в размере 500 000 рублей.

За повторное нарушение - 1 000 000 рублей.

Так, договоры коммерческой концессии содержат запрет на работу с конкурентами АО «ТАРКЕТТ РУС». Конкуренты лишаются доступа к дистрибьюторам, что препятствует попаданию продукции в часть розничных магазинов, так как последние закупают существенную часть продукции (60 %, по оценке ООО «Юнилин» и ООО «Айвиси-Восток») у дистрибьюторов.

Таким образом, включение доминирующим хозяйствующим субъектом в договоры запрета на реализацию линолеума других производителей в совокупности со значительными штрафными санкциями за их несоблюдение создает препятствия входу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам – конкурентам.

В свою очередь, дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС» реализуют продукцию розничным магазинам и применяют бонусные программы.

При этом АО «ТАРКЕТТ РУС» контролирует выполнение бонусной программы и в дальнейшем уведомляет дистрибьютора о выполнении/невыполнении розничным магазином ее условий и об объемах выплат (бонусов).

Анализ бонусной программы АО «ТАРКЕТТ РУС», действующей в отношении розничных магазинов, показал, что в случае соответствия требованиям бонусной программы АО «ТАРКЕТТ РУС» в полном объеме (на 100 %) розничный магазин вправе претендовать на бонус в размере 8 %.

Критерий для начисления бонуса розничному магазину является соответствие показателю «доля представленных к продаже рулонов Таркетт среди всех рулономест магазина, предназначенных для продажи рулонных ПВХ-покрытий».

Так, в случае если данный показатель составляет менее 65 %, то бонус не начисляется.

Если данный показатель превышает 65 %, то размер бонуса для розничного магазина составит 1 %, если 100 % – до 8 %.

Применение доминирующим хозяйствующим субъектом бонусов, главным критерием выплаты которого является сокращение представленности продукции конкурентов, также содержит в себе признаки создания препятствия входу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам – конкурентам.

Пунктом 9 части 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 (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности либо неопределенного круга потребителей, в том числе путем создания препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам.

Согласно пункту 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Создание необоснованных препятствий и барьеров для доступа лица на соответствующий товарный рынок может оказать влияние на состояние конкуренции на нем и, соответственно, может повлечь негативные последствия в виде ограничения, недопущения либо устранения конкуренции или ущемления интересов других лиц.

Кроме того, действия АО «ТАРКЕТТ РУС», связанные с осуществлением контроля за исполнением розничными магазинами бонусной программы, определением объема выплат (бонусов) розничным магазинам в зависимости от выполнения/невыполнения бонусной программы могут свидетельствовать о признаках нарушения части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции, поскольку такая координация приводит к последствиям, указанным в пункте 5 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции (отказ от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями

(заказчиками)).

В соответствии с пунктом 14 статьи 4 Закона о защите конкуренции координация экономической деятельности — согласование действий хозяйствующих субъектов третьим лицом, не входящим в одну группу лиц ни с одним из таких хозяйствующих субъектов и не осуществляющим деятельности на товарном рынке, на котором осуществляется согласование действий хозяйствующих субъектов.

Согласно пункту 26 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 04.03.2021 № 2 «О некоторых вопросах, возникающих в связи с применением судами антимонопольного законодательства» направление лицом указаний продавцам относительно их поведения в отношении потребителей, в том числе если такие указания были реализованы в связи с наличием гражданско-правового договора и в силу экономической зависимости продавцов от давшего указания лица, может быть рассмотрено в качестве недопустимой координации экономической деятельности.

Таким образом, действия АО «ТАРКЕТТ РУС» как субъекта, занимающего доминирующее положение на рынке линолеума в границах территории Российской Федерации, выразившиеся во включении в договоры с дистрибьюторами запретов на реализацию линолеума иных производителей, а также применении бонусных программ, главным критерием которых является сокращение представленности продукции конкурентов, являются препятствием доступа на товарный рынок и содержат признаки нарушения пункта 9 части 1 статьи 10, части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции.

На основании изложенного издан приказ ФАС России от 27.07.2021 № 731/21 о возбуждении дела и создании Комиссии по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее — Приказ) по признакам нарушения АО «ТАРКЕТТ РУС» пункта 9 части 1 статьи 10, части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции.

II. В ходе рассмотрения дела № 05/01/10-63/2021 представителями ООО «Юнилин», ООО «Айвиси-Восток», АО «ТАРКЕТТ РУС» были представлены письменные и устные пояснения относительно обстоятельств дела. Протоколы заседаний Комиссии ФАС России составлены и приобщены к материалам рассматриваемого дела.

27.04.2022 в соответствии с статьей 48.1 Закона о защите конкуренции

Комиссией ФАС России было принято заключение об обстоятельствах дела в связи с установлением в действиях АО «ТАРКЕТТ РУС» нарушения антимонопольного законодательства на рынке линолеума в границах Российской Федерации по дате принятия заключения (далее — Заключение об обстоятельствах дела), выразившегося в создании препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам путем включения в заключенные с дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» договоры коммерческой концессии запретов на реализацию линолеума иных производителей на территориях продаж пользователей (дистрибьюторов) по дате принятия Заключения об обстоятельствах дела, а также в осуществлении координации экономической деятельности хозяйствующих субъектов (розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка») посредством реализации АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусной программы «Таркетт Точка», предусматривающей выплату бонусов (премий) в зависимости от широты представленности и объема реализации линолеума производства АО «ТАРКЕТТ РУС» относительно объема реализации линолеума производства конкурентов. Указанная координация экономической деятельности приводит к последствиям, поименованным в пункте 5 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции (отказ от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками)).

Согласно части 5 статьи 48.1 Закона о защите конкуренции лица, участвующие в деле, вправе представить комиссии пояснения, доказательства и приводить доводы в письменной форме в отношении обстоятельств, изложенных в заключении об обстоятельствах дела, до окончания рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства и оглашения резолютивной части решения по нему на заседании комиссии.

Лицами, участвующими в деле, после принятия Заключения об обстоятельствах дела, были предоставлены пояснения, доказательства, доводы об обстоятельствах дела.

2.1. Согласно части 3.2 статьи 41 Закона о защите конкуренции описательная часть решения по делу о нарушении антимонопольного законодательства должна содержать краткое изложение заявленных

требований (в случае, если дело возбуждено по результатам рассмотрения заявления), возражений, объяснений, заявлений и ходатайств лиц, участвующих в деле.

Письмом АО «ТАРКЕТТ РУС» от 10.05.2022 № б/н (вх. от 11.05.2022 № 85025-ЭП/22) представлены возражения Ответчика на Заключение об обстоятельствах дела.

С учетом изложенного, в данном разделе решения Комиссия ФАС России отразит краткое содержание возражений, объяснений, заявлений и ходатайств лиц, участвующих в деле. Все поданные лицами, участвующими в деле, документы и сведения приобщены к материалам настоящего дела. Решения Комиссии ФАС России по заявленным ходатайствам отражены в определениях Комиссии ФАС России и протоколах заседания Комиссии ФАС России, которые также приобщены к материалам рассматриваемого дела.

2.1.1. Доводы Заинтересованных лиц сводятся к следующему.

Общество с ограниченной ответственностью «Юнилин» (адрес: 606002, Нижегородская область, город Дзержинск, улица Лермонтова, дом 22; ИНН 5249098593; ОГРН 1085249007458) (далее — ООО «Юнилин») и общество с ограниченной ответственностью «Айвиси-Восток» (адрес: 188681, Ленинградская область, Всеволожский район, деревня Новосаратовка, промзона «Уткина заводь», участок 1-3, 188681; ИНН 7627032100; ОГРН 1077627003816) (далее — ООО «Айвиси-Восток», Заинтересованные лица) входят в одну группу лиц согласно статье 9 Закона о защите конкуренции и являются конкурентами АО «ТАРКЕТТ РУС», осуществляя производство и реализацию различных видов напольных покрытий, в том числе линолеума.

По мнению ООО «Юнилин» и ООО «Айвиси-Восток», АО «ТАРКЕТТ РУС» злоупотребило доминирующим положением на рынке бытового линолеума в географических границах территории Российской Федерации путем создания препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам.

АО «ТАРКЕТТ РУС» занимает доминирующее положение на рынке бытового линолеума в границах территории Российской Федерации с долей более 50 % в период, как минимум, с 2017 года.

Ответчик, занимая доминирующее положение на рынке бытового линолеума в географических границах территории Российской Федерации, совершает действия, нарушающие пункт 9 части 1 статьи 10

Закона о защите конкуренции.

По мнению Заинтересованных лиц, Ответчик блокирует продвижение товаров конкурентов в оптовом канале — через дистрибьюторов посредством формирования специальной договорной схемы взаимодействия с дистрибьюторами, которая включает заключение договоров купли-продажи, а также договоров коммерческой концессии, содержащих обязательства пользователей не осуществлять реализацию товаров и (или) аналогичных товаров с использованием знаков обслуживания (товарных знаков) или коммерческих обозначений других правообладателей, в том числе обязательства не рекламировать, не иметь на складе, в торговом предложении аналогичные товары других производителей.

Ограничительные условия договоров коммерческой концессии, не подпадают под исключение, предусмотренное частью 4 статьи 10 Закона о защите конкуренции, поскольку они не затрагивают осуществления исключительных прав АО «ТАРКЕТТ РУС», а касаются продукции и исключительных прав третьих лиц.

АО «ТАРКЕТТ РУС» координирует экономическую деятельность хозяйствующих субъектов (розничных магазинов, осуществляющих реализацию напольных покрытий, в том числе, линолеума) АО «ТАРКЕТТ РУС» посредством реализации специальной бонусной программы «Таркетт Точка», направленной на сохранение доли полки АО «ТАРКЕТТ РУС», воспрепятствование включению в ассортимент или росту присутствия конкурирующих продуктов, путем стимулирования розничных продавцов увеличивать полочное пространство и представленность ассортимента АО «ТАРКЕТТ РУС» и уменьшать долю полочного пространства, на котором представлена продукция конкурентов АО «ТАРКЕТТ РУС».

Указанная координация экономической деятельности приводит к отказу розничных магазинов от сотрудничества с конкурентами Ответчика (в частности, приобретения и реализации продукции таких конкурентов).

Заинтересованные лица поддерживают выводы Комиссии ФАС России, изложенные в Заключение об обстоятельствах дела.

2.1.2. Доводы Ответчика сводятся к следующему.

В Аналитическом отчете ФАС России по результатам анализа состояния конкуренции на рынке линолеума в Российской Федерации

от 17.05.2021 некорректно определены продуктовые границы товарного рынка
как рынок линолеума.

Продуктовые границы рассматриваемого товарного рынка необходимо определять более широко — как рынок напольных покрытий (линолеум (включая гомогенный), ламинат, керамическая плитка).

По мнению Ответчика, у АО «ТАРКЕТТ РУС» отсутствует доминирующее положение на рынке напольных покрытий (линолеум (включая гомогенный), ламинат, керамическая плитка) в географических границах Российской Федерации. АО «ТАРКЕТТ РУС» не обладает существенной рыночной властью в отношении российских покупателей. В действиях АО «ТАРКЕТТ РУС» отсутствуют признаки нарушения пункта 9 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции, части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции.

Условия договоров коммерческой концессии, содержащие прямые запреты пользователям (дистрибьюторам) осуществлять реализацию товаров и (или) аналогичных товаров с использованием знаков обслуживания (товарных знаков) или коммерческих обозначений других правообладателей (производителей), рекламировать, иметь в торговом предложении, иметь на складе аналогичные товары других производителей являются стандартными для договоров коммерческой концессии, они оправданы с точки зрения обеспечения интересов правообладателя, его интеллектуальной собственности и репутации.

Договоры коммерческой концессии и предусмотренные ими ограничительные условия подпадают под понятие «действия по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности» по смыслу части 4 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

По утверждениям Ответчика, АО «ТАРКЕТТ РУС» не нарушало часть 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции.

Бонусная программа АО «ТАРКЕТТ РУС» - «Таркетт Точка», по мнению Ответчика, является добровольной. АО «ТАРКЕТТ РУС» вправе установить любую бонусную политику с любыми критериями, которые посчитает экономически целесообразными. В данном случае, розничные магазины принимают свое собственное решение об участии или неучастии в бонусной программе «Таркетт Точка».

Ответчик утверждает, что АО «ТАРКЕТТ РУС» не обязывает розничные магазины закупать продукцию именно у определенных поставщиков, в том числе, конкурентов АО «ТАРКЕТТ РУС».

Кроме того, АО «ТАРКЕТТ РУС» ни самостоятельно, ни через своих дистрибьюторов не заставляет розничные магазины делить полочное пространство между различными конкурентами.

Розничные покупатели «Таркетт Точки» вправе закупать любую продукцию, в том числе продукцию АО «ТАРКЕТТ РУС», в той пропорции, в которой они считают нужной по отношению к продукции, которую они закупают у других конкурентов.

По утверждению Ответчика, какие-либо санкции за неподдержание процента продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» на полках не применяются.

Вопрос

о целесообразности выполнения критериев программы «Таркетт Точка» каждый розничный магазин решает самостоятельно.

Согласно доводам Ответчика, реализация бонусной программы «Таркетт Точка» оказывает позитивный эффект на потребителей (стимуляция спроса), является проявлением здоровой конкуренции, добросовестной практикой, экономически обоснованной и направленной на законные бизнес-цели.

По мнению Ответчика, у АО «ТАРКЕТТ РУС» отсутствуют как негативные (поскольку в деле отсутствует элемент принуждения к исполнению рекомендаций координатора: Ответчик не применяет санкции к розничным магазинам), так и позитивные (поскольку Ответчик только рекомендует дистрибьюторам выплачивать бонусы) инструменты координации.

Ответчик утверждает, что ФАС России не представлены доказательства, подтверждающие наличие согласования действий координируемых субъектов. Сама по себе выплата розничным точкам бонусов при условии соблюдения ряда критериев бонусной программы не может рассматриваться в качестве инструмента согласования действий дистрибьюторов.

Доказательства, представленные лицами, участвующими в деле, в обоснование их доводов, приобщены к материалам настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства.

2.2. Комиссия ФАС России, проанализировав доводы, заявленные АО «ТАРКЕТТ РУС» в составе письма от 10.05.2022 № б/н (вх. от 11.05.2022 № 85025-ЭП/22) в ответ на Заключение об обстоятельствах дела,

отклоняет
их ввиду следующего.

2.2.1. Комиссия ФАС России не принимает довод Ответчика о том, что ФАС России в Заключении об обстоятельствах дела не отражена информация, полученная от производителей линолеума, виниловой плитки, ламината и паркета в качестве ответа на мотивированное требование
ФАС России от 21.03.2022 № 05/23581/22.

Сведения, представленные производителями линолеума, виниловой плитки, ламината и паркета в ответ на мотивированное требование ФАС России от 21.03.2022 № 05/23581/22, являются коммерческой тайной производителей указанных видов напольных покрытий. Соответствующие документы приобщены к материалам дела № 05/01/10-63/2021 о нарушении антимонопольного законодательства в полном объеме.

Выводы, полученные в результате анализа указанных документов и сведений, отражены в Аналитическом отчете о состоянии конкуренции на рынке линолеума в Российской Федерации от 26.04.2022 (далее — Аналитический отчет от 26.04.2022).

2.2.2. Комиссия ФАС России отклоняет довод Ответчика о неверном определении ФАС России продуктовых границ товарного рынка.

2.2.2.1. Комиссия ФАС России не принимает вывод агентства маркетинговых исследований Wanta Group (далее — Wanta Group), отраженный в отчете по результатам проведения количественного исследования («Исследование привычек и предпочтений потребителей в категории напольных покрытий») (далее — Отчет № 4) относительно взаимозаменяемости линолеума, ламината и керамической плитки ввиду следующего:

А. Согласно Отчету № 4 охваченная выборка исследования Wanta Group составляла **3 000** человек, из них:

- приобретали напольное покрытие за последний год — 1153;
- планируют приобрести напольное покрытие в следующем году — **1667**;
- и приобретали и планируют — 180.

Целевой группой в «Исследовании мнения респондентов о возможности замены линолеума на другие виды напольных покрытий» Всероссийского центра изучения общественного мнения (далее — ВЦИОМ), по результатам которого составлен отчет (далее — Отчет № 2), выступили жители городов Российской Федерации в возрасте от 18 лет и старше,

лично приобретавшие керамическую плитку (в том числе, керамогранит) / ламинат / паркет / линолеум / ковролин / ПВХ-плитку (кварц-виниловые полы) / наливной пол («жидкий линолеум») за последние 10 лет в количестве **1 500** человек, из них **83 % меняли полы за последние 5 лет (в том числе, в настоящее время)**.

Выборка респондентов, принявших участие в исследовании Wanta Group, в два раза больше, чем выборка респондентов, принявших участие в исследовании ВЦИОМ (3 000 и 1 500 человек соответственно).

Вместе с тем 55,57 % респондентов-участников исследования Wanta Group не приобретали напольные покрытия, а только планируют приобрести напольное покрытие.

Соответственно, оценить их уровень осведомленности о рынке напольных покрытий, разновидностях напольных покрытий и их характеристиках не представляется возможным.

Выборка респондентов-участников исследования ВЦИОМ является репрезентативной. Критерии отбора респондентов, география их представленности, пол, возраст указаны в Отчете № 2, приобщенном к материалам настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Комиссия ФАС России признает допустимым осуществленный в рамках исследования ВЦИОМ ретроспективный опрос потребителей, приобретавших напольные покрытия за последние 5 лет, поскольку, несмотря на факт несовершенства человеческой памяти:

- процессы приобретения и монтажа напольных покрытий сопряжены со значительными эмоциями, а также с относительно крупными временными и финансовыми издержками;
- ремонту пола, как правило, предшествует процесс выбора той или иной разновидности, марки, производителя напольных покрытий, также сопряженный с временными затратами;
- потребители практически каждый день пользуются результатами ремонта пола.

Указанные обстоятельства позволяют респондентам восстановить в памяти события, связанные с выбором, приобретением и укладкой напольных покрытий.

Кроме того, относительно утверждений Ответчика о том, что ситуация

на рынке могла существенно измениться за последние 10 лет (в частности, Wanta Group отмечает: за последние 10 лет выросла доля потребителей, которые приобретали ламинат и керамическую плитку), Комиссия ФАС России обращает внимание на то, что выраженная тенденция к снижению популярности линолеума с течением времени отсутствует: при увеличении числа покупателей других напольных покрытий доля покупателей линолеума оставалась стабильной или увеличивалась (так, согласно Отчету № 2 линолеум приобретали 65 % опрошенных, менявших напольное покрытие менее 1 года назад, и 62 % опрошенных, менявших напольное покрытие от 5 до 10 лет назад).

Таким образом, покупатели не отказываются от линолеума в пользу других напольных покрытий, которые рассматриваются ими как самостоятельные товары, имеющие различное функциональное назначение и ценовое позиционирование.

Б. Возможность укладки как линолеума, так и ламината в одних и тех же помещениях квартиры (например, в гостиной и других жилых комнатах) не подтверждает их взаимозаменяемость. Так, линолеум, в отличие от ламината, используется в производственных помещениях, гаражах, а также в социальных учреждениях, в частности, в учреждениях системы здравоохранения.

В. В Отчете № 4 в качестве одного из выводов указано следующее: «за последние 12 месяцев во всех типах помещений при замене старых напольных покрытий во время ремонта увеличилась доля ламината и снизилась доля линолеума. В прихожих, кухнях и гостевых комнатах выросли также доли керамической плитки».

При этом из расчёта были исключены респонденты, которые постелили напольные покрытия в помещениях, где ранее не было никакого покрытия (новые квартиры и т.п.).

В данном случае не принимаются во внимание факторы, обусловившие выбор старого напольного покрытия, в связи с чем сделать вывод о фактической замене линолеума на ламинат не представляется возможным: респондент мог не рассматривать вариант укладки линолеума ни ранее, ни на момент проведения ремонта.

Г. Применительно к вопросу факторов выбора респондентами тех или иных видов напольных покрытий (свойств товара, определяющих выбор покупателя) АО «ТАРКЕТТ РУС» отмечает: «ФАС России не учла, что именно количество баллов, а не «место в рейтинге», как говорят

Заинтересованные лица, является наиболее показательным, поскольку позволяет понять, насколько существенно отличаются между собой ответы респондентов в отношении разных покрытий, и насколько такие различия могут считаться статистически значимыми».

При этом, в презентации Wanta Group «Анализ результатов опросов о покупательском поведении в категории напольных покрытий», представленной на заседании Комиссии ФАС России 15.03.2022, само агентство Wanta Group указывает: «Самое главное: для конечной цели антимонопольного анализа эти различия (*различия между линолеумом и ламинатом*) **не так**

уж важны. Очевидно, что потребители принимают во внимание **целый набор факторов**, даже если они несколько различны. Но это **не говорит о невозможности или нецелесообразности потенциальной замены** при изменении рыночных условий».

Между тем, **ключевым** этапом определения продуктовых границ товарного рынка является этап определения взаимозаменяемых товаров.

Согласно пункту 3.8 Порядка проведения анализа при выявлении взаимозаменяемых товаров используется один или несколько из следующих методов:

- «тест гипотетического монополиста»;
- анализ ценообразования и динамики цен, изменения объема спроса при изменении цен;
- расчет показателя перекрестной эластичности спроса в соответствии с пунктом 3.10 Порядка проведения анализа.

Выбор методов исследования должен быть обоснован в аналитическом отчете. В случае использования метода «тест гипотетического монополиста» такое обоснование не требуется. Выбор методов исследования производится, в том числе исходя из сроков исследования и доступности информации.

Таким образом, один из указанных выше трех методов определения взаимозаменяемых товаров должен быть выбран в рамках подготовки анализа.

При этом «тест гипотетического монополиста» является приоритетным для определения взаимозаменяемых товаров, поскольку, как указано выше, обоснование выбора этого метода приводить не требуется и иные методы для целей определения взаимозаменяемых товаров могут

не использоваться.

Метод «тест гипотетического монополиста» основан на проведении выборочных или сплошных опросов покупателей (пункты 3.2, 3.9 Порядка проведения анализа).

Wanta Group, следуя логике «теста гипотетического монополиста», в рамках исследования задавало вопросы респондентам, которые были сформулированы следующим образом:

1. «Представьте, что цена за 1 кв.м. линолеума была бы на 5%-10% выше, а на все другие виды напольных покрытий оставалась неизменна. Оцените, насколько вероятно, что вы в результате купили бы другой вид напольного покрытия для того же самого помещения, по шкале от 1 до 5, где 1 точно не купил(а) бы, а 5 точно купил(а) бы?»;

2. «Представьте, что цена за 1 кв.м. линолеума вырастет на 5%-10% выше, а на все другие виды напольных покрытий останется неизменна. Оцените, насколько вероятно, что Вы в результате будете рассматривать к покупке другой вид напольного покрытия для того же самого помещения, по шкале от 1 до 5, где 1 точно не купил(а) бы, а 5 точно купил(а) бы?».

В соответствии с Отчетом № 4:

- **56 %** респондентов **с опытом замены напольных покрытий на линолеум за последние 12 месяцев** ответили «**Точно купил бы другое покрытие**» (варианты 4, 5) на первый вопрос;

- **60 %** респондентов, **которые планируют постелить напольное покрытие в следующие 12 месяцев**, ответили «**Точно купил бы другое покрытие**» (варианты 4, 5) на второй вопрос.

Вместе с тем, если согласно Отчету № 4 варианты 1 и 2 относились к ответу «**Точно не купил бы другое покрытие**», а варианты 4-5 — к ответу «**Точно купил бы другое покрытие**», неизвестно, к какому ответу относился **вариант 3**, при том, что указанный вариант выбрало **27 %** респондентов

с опытом замены напольных покрытий на линолеум за последние 12 месяцев и **33 %** респондентов, **которые планируют постелить напольное покрытие**.

Таким образом, результаты опроса, проведенного Wanta Group в рамках методологии «теста гипотетического монополиста», допускают их неоднозначное толкование и, соответственно, не могут быть признаны

достоверными.

Комиссия ФАС России обращает внимание на то, что вопрос Q9, заданный респондентам в процессе проведения исследования ВЦИОМ, по результатам которого составлен отчет по итогам исследования мнения респондентов о возможности замены линолеума на другие виды напольных покрытий (далее — Отчет № 2), **соответствовал пункту 3.9**

Порядка проведения анализа: «Вспомните, пожалуйста, последний раз, когда

Вы приобретали линолеум. Если бы цена на линолеум была выше на 10% (чем та цена, по которой вы его приобрели), а цена других напольных покрытий не изменилась, как бы Вы поступили?».

Кроме того, варианты ответа на вопрос Q9 являлись корректными, что исключает неопределенность в результатах опроса респондентов:

1. «Повышение стоимости на 10 % не повлияло бы на мое решение. Я бы все равно купил(-а) линолеум».

2. «В этом случае я бы отказался(-ась) от покупки линолеума и купил(-а) бы ламинат».

3. «В этом случае я бы отказался(-ась) от покупки линолеума и купил(-а) бы паркет».

4. «В этом случае я бы отказался(-ась) от покупки линолеума и купил(-а) бы керамическую плитку».

5. «В этом случае я бы отказался(-ась) от покупки линолеума и купил(-а) бы иное напольное покрытие».

6. «Я бы отказался(-ась) от приобретения напольного покрытия вообще».

Согласно Отчету № 2 две трети респондентов, приобретавших линолеум за последние 10 лет (**65 %**), указали, что **повышение стоимости на 10 % не повлияло бы на их решение о покупке данного напольного покрытия.**

Респондентам, при этом, была представлена информация о стоимости основных напольных покрытий, реализуемых в Российской Федерации (по состоянию в 2020-2021 годах).

Согласно позиции Wanta Group указанная информация недостоверна, поскольку на официальном сайте Leroy Merlin в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее — Сайт Leroy Merlin) присутствуют товарные предложения ламината дешевле 500 рублей за квадратный метр.

Вместе с тем в исследовании ВЦИОМ представлены **средние диапазоны цен на основные напольные покрытия в Российской Федерации по состоянию на 2020-2021 гг.**

Wanta Group, в свою очередь, приводит данные с Сайта Leroy Merlin **на 2022 год по одному региону Российской Федерации.**

Соответственно, приведенное Wanta Group сравнение не является корректным.

Относительно вопроса необходимости применения ротации в вопросе Q9 анкеты ВЦИОМ Комиссия ФАС России считает необходимым отметить следующее.

При осуществлении типографской верстки анкеты (дизайн анкеты) ротацию вариантов ответов в вопросе принято осуществлять в том случае, если вопрос с одним и тем же набором ответов используется в анкете неоднократно (такой прием позволяет избежать монотонности и стереотипизации восприятия вопросов и ответов)³.

Вместе с тем в рамках исследования ВЦИОМ респондентам был задан только один вопрос, отражающий логику «теста гипотетического монополиста» (вопрос Q9). Набор ответов на вопрос Q9, соответственно, использовался в анкете ВЦИОМ однократно.

Таким образом, ротация вариантов ответа на вопрос Q9 анкеты ВЦИОМ не являлась обязательной. Ее отсутствие не повлияло на достоверность полученных данных.

Д. В рамках проведения исследования ВЦИОМ всем респондентам был задан вопрос Q11: «Можете ли Вы вспомнить ситуации, когда Вы собирались купить линолеум, но купили вместо него другое напольное покрытие?».

Согласно Отчету № 2 только 15 % опрошенных могли вспомнить ситуации, когда они собирались купить линолеум, но вместо него купили другое напольное покрытие.

По мнению Wanta Group, вопрос Q11 анкеты ВЦИОМ некорректно задан всем респондентам-участникам исследования ВЦИОМ (1 500 человек). Указанный вопрос необходимо было задать только тем респондентам, которые приобретали линолеум.

Вместе с тем задавать вопрос Q11 всем респондентам корректно, поскольку возможны следующие ситуации:

- если человек купил линолеум, и это была для него единственная покупка напольного покрытия за исследуемый период, он не переключался на другое напольное покрытие;

- если человек купил иное напольное покрытие, он мог собираться купить линолеум, но в процессе выбора мог передумать и переключиться на другое напольное покрытие.

Кроме того, как указано в «Ответе на рецензию Wanta Group, подготовленную в марте 2022 года на отчет ВЦИОМ «Мнение респондентов

о возможности замены линолеума на другие виды напольных покрытий» (далее — Ответ ВЦИОМ на рецензию Wanta Group), данные в разрезе, предложенном Wanta Group, следующие: **13 %** респондентов, собиравшихся купить линолеум, но купивших вместо него другое напольное покрытие (среди приобретавших линолеум — 923 респондента), что составляет **менее 15 %**, указанных в Отчете № 2.

Ответ ВЦИОМ на рецензию Wanta Group в полном объеме приобщен к материалам настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Е. Относительно доводов Ответчика о неотражении Комиссией ФАС России отдельных выводов Отчета № 4 и рецензии Wanta Group на Отчет № 2

в Заключении об обстоятельствах дела Комиссия ФАС России обращает внимание на следующее:

1. В Заключении об обстоятельствах дела (подпункт Г, страница 30) в качестве одного из выводов Отчета № 4, помимо вывода о «реакции на изменение цен (в соответствии с логикой теста гипотетического монополиста)», **отражен** также вывод Отчета № 4, касающийся данных о фактическом переключении потребителей в ходе ремонта: **«Имеют место фактические переключения потребителей с линолеума на ламинат и керамическую плитку».**

Отчет № 4 в полном объеме приобщен к материалам настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства.

2. Один из выводов рецензии Wanta Group на Отчет № 2, указанный в Заключении об обстоятельствах дела, и являющийся, по мнению Ответчика, «слишком упрощенным и не отражающим масштаба потенциальной проблемы», а именно: *«Среди респондентов, которые стояли перед дилеммой выбора напольного покрытия сравнительно недавно, степень переключения высока»*, **имеется в презентации Wanta Group «Анализ результатов опросов**

о покупательском поведении в категории напольных покрытий», представленной на заседание Комиссии ФАС России 15.03.2022.

Указанная презентация, а также рецензия Wanta Group на Отчет № 2 приобщены **в полном объеме** к материалам настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства.

2.2.2.2. Комиссия ФАС России не принимает вывод международной консалтинговой компанией RBB Economics относительно взаимозаменяемости различных видов напольных покрытий (в первую очередь, линолеума, ламината, керамической плитки), изложенный в «Конкурентном анализе рынка напольных покрытий в РФ и степени рыночной силы АО «ТАРКЕТТ РУС» (далее — Анализ RBB).

Указанный вывод в существенной степени базируется на данных исследования Wanta Group, представленных в Отчете № 4 (раздел 2.3 Анализа RBB).

Причины, по которым Комиссией ФАС России отклонен вывод о взаимозаменяемости линолеума, ламината и керамической плитки, отраженный в Отчете № 4, изложены в подпункте 2.2.2.1 настоящего решения.

2.2.2.3. Комиссия ФАС России не принимает довод Ответчика о том, что вывод о превышении финансовыми и временными издержками работ по укладке ламината финансовых и временных издержек работ по укладке линолеума является необоснованным.

Ответчик указывает: требования к подготовке оснований в части выравнивания неровностей/перепадов свыше 2 мм на 2 м, одинаково высокие как для укладки линолеума, так для укладки ламината.

Кроме того, Ответчик утверждает, что инструкция по монтажу ламината Quick-Step с технологией Hydroseal (далее — Инструкция 1), представленная в составе письма АО «ТАРКЕТТ РУС» от 12.04.2022 № ES/1277/2022 (вх. от 12.04.2022 № 68335/22), содержит более низкие по сравнению с линолеумом (в том числе согласно инструкции по укладке и обслуживанию линолеума IVC Home (далее — Инструкция 2), также представленной в составе письма АО «ТАРКЕТТ РУС» от 12.04.2022 № ES/1277/2022 (вх. от 12.04.2022 № 68335/22)), требования к подготовке оснований для ламината Quick-Step в части выравнивания неровностей/перепадов.

В соответствии с Инструкциями 1-2 при подготовке пола для монтажа как линолеума IVC Home, так и ламината Quick-Step с технологией Hydroseal

необходимо убедиться в том, что основание пола является ровным, сухим и прочным.

Вместе с тем положения Инструкций 1-2 свидетельствуют о следующих отличиях процесса укладки ламината Quick-Step с технологией Hydroseal и линолеума IVC Home, а также необходимых для этого сопутствующих материалов и инструментов:

1. Отличия состава работ по укладке ламината Quick-Step с технологией Hydroseal и линолеума IVC Home.

а) согласно Инструкции 1 работы по укладке ламината Quick-Step с технологией Hydroseal включают в себя следующее:

- измерение длины и ширины помещения, для точного определения способа укладки, который обеспечит гармоничный внешний вид пола; особенно это важно при использовании плиток с типовым узором;
- укладывание подложки по ширине укладываемого участка пола;
- укладывание целой планки ламината, удаление гребня с длинной и короткой стороны;
- укладывание планки отпиленными сторонами к стене; установка распорок из монтажного комплекта между планками и стеной для целей создания компенсационного шва необходимой ширины: от 8 до 10 мм
- удаление профиля замка с длинной и короткой стороны планки, которая будет уложена в углу, с помощью пилы; с любой стороны планки, которая будет располагаться у стены, необходимо удалить профиль замка, чтобы создать требуемый компенсационный шов;
- соединение планок ламината;
- в помещениях длиной более 13 м и шириной более 13 м необходимо создать промежуточный компенсационный шов;
- необходимо оставить компенсационный шов шириной не менее 8–10 мм со всех сторон пола, вокруг труб, порогов и под дверями; также необходимо оставлять компенсационный шов между разными помещениями (например, под дверью); в обычных помещениях Т-, Г- и П-образной формы также может потребоваться создать деформационный шов;
- удаление всех распорок.

Кроме того, Инструкция 1 предусматривает порядок действий по

отделке ламината (в том числе, закрепление плинтуса на стенах, отпиливание панелей и т. п.), в том числе в ваннных, прачечных, прихожих и на кухне.

б) согласно Инструкции 2 для укладки линолеума IVC Home с использованием клеевых составов необходимо:

- поместить полосы линолеума в нужное положение, прорезать швы методом двойного реза и подрезать по размеру;
- загнуть половину полосы линолеума и наложить клеевой состав;
- разогнуть полосы линолеума, избегая появления пузырей, сдавливания и натяжений;
- убрать пузыри, в том числе путем растирания от центра к краям;
- повторить указанные выше шаги для второй половины полосы линолеума;
- проверить все соединительные швы и повторить скользящие движения, как это описано выше.

2. Отличия в части необходимых для монтажа линолеума IVC Home и ламината Quick-Step с технологией Hydroseal сопутствующих материалов и инструментов.

Согласно Инструкции 1 для монтажа ламината потребуются следующие стандартные инструменты:

- молоток;
- пила (лобзик, круговая ручная пила, ножовка или цепная пила);
- маска для рта (во время работы пилой);
- карандаш;
- метр;
- защитные очки и перчатки.

Также потребуются следующие принадлежности:

- 1) монтажный комплект (подбойник, распорки и блок для постукивания, предназначенный для системы замков Uniclic®);
- 2) система подложек (следует использовать подложку, которая создает

стабильную основу для пола, например подложку Quick-Step Unisound) и подходящие средства для ухода.

При этом, как указано в Инструкции 1, использование других принадлежностей, помимо принадлежностей Quick-Step, может привести к повреждению пола Quick-Step.

Согласно Инструкции 2 для укладки линолеума IVC потребуются следующие рекомендуемые инструменты:

- мерная рулетка;
- карандаш;
- клеевой состав и мастерок;
- влажная ткань;
- универсальный нож с крюкообразными и прямыми лезвиями;
- стальная линейка для прямой резки и/или фальцевания;
- каток весом минимум 35 кг;
- комплект для холодной сварки.

При этом согласно Инструкции 2 осуществление холодной сварки швов носит рекомендательный характер.

Таким образом, исходя из Инструкций 1-2, на которые ссылается Ответчик, тезис о более высокой сложности и трудозатратности процесса монтажа ламината (в том числе, в части количества необходимых сопутствующих материалов и инструментов) по сравнению с укладкой линолеума справедлив, в том числе, применительно к ламинату Quick-Step с технологией Hydroseal и линолеуму IVC Home.

Иные доказательства того, что финансовые и временные издержки работ по монтажу ламината превышают финансовые и временные издержки работ по укладке линолеума имеются в материалах настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Относительно довода Ответчика об отсутствии «СП 71.13330.2017. Свод правил. Изоляционные и отделочные покрытия. Актуализированная редакция СНиП 3.04.01-87» (утвержден приказом Минстроя России от 27.02.2017

№ 128/пр) (далее - СП 71.13330.2017) в перечне национальных стандартов и сводов правил (частей таких стандартов и сводов правил), в результате применения которых на обязательной основе обеспечивается соблюдение требований Федерального закона «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений», и о признании утратившим силу постановления Правительства Российской Федерации от 4 июля 2020 г. № 985», утвержденном постановлением Правительства Российской Федерации от 28.05.2021 № 815, Комиссия ФАС России сообщает, что такое отсутствие **не отменяет самой возможности** применения сухой укладки линолеума для помещений площадью не более 20 м² (в том числе, если это возможно только при условии разрешения завода-изготовителя, как указывает Ответчик).

Данный способ упрощает процедуру укладки линолеума в помещениях с указанной площадью.

При этом, как неоднократно указывалось ранее, монтаж ламината во всех случаях предполагает подготовку соответствующей подложки, что не требуется для укладки линолеума.

В возражениях на Заключение об обстоятельствах дела Ответчиком указано: «Если же сравнивать абсолютную стоимость работ по укладке линолеума и укладке ламината на основании, отвечающее требованиям и не нуждающееся в подготовке, то **профессиональные работы только по укладке линолеума будут стоять незначительно дешевле стоимости укладки ламината**, что было подтверждено представленными Обществом доказательствами — сметами/калькуляциями», что **не противоречит** тезису Комиссии ФАС России, изложенному в Заключении об обстоятельствах дела: «Кроме того, установлено, что **финансовые и временные издержки работ по укладке ламината превышают финансовые и временные издержки работ по укладке линолеума**» (пункт 3.1 Заключения об обстоятельствах дела, страница 48).

По утверждению Ответчика, Комиссия ФАС России сделала вывод о том, что финансовые и временные издержки работ по укладке ламината превышают финансовые и временные издержки работ по укладке линолеума на основании неотносимых к делу доказательств.

Вместе с тем Ответчиком не представлено обоснование неотносимости указанных доказательств (в частности, положений справочника ГЭСН-2020 (Государственные элементные сметные нормы), отчета, подготовленного по результатам исследования ВЦИОМ «Используемые способы укладки линолеума и подготовки пола» (далее — Отчет № 5) к настоящему делу

о нарушении антимонопольного законодательства.

2.2.3. Применительно к доводу Ответчика о высокой степени представленности (более 60 %) продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в большом количестве розничных магазинов, не имеющих статус «Таркетт Точка», Комиссия ФАС России сообщает следующее.

В пункте 4.3 Заключения об обстоятельствах дела (страница 84) указано следующее: «Согласно информации, представленной АО «ТАРКЕТТ РУС» письмом от 25.03.2022 № ES/1051/2022 (вх. от 25.03.2022 № 54668-ДСП/22), представленность продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» **в 2019-2021 гг. в 301 розничном магазине-участнике программы «Таркетт Точка» из 345 указанных в данном письме (87,25 %) составляла более 65 %».**

По результатам анализа сведений, представленных в составе указанного письма АО «ТАРКЕТТ РУС», установлено, что из **5 013** указанных в данном письме розничных магазинов, **не имеющих статус «Таркетт Точка» или «Таркетт Витрина», в 1 465 (29,18 %) розничных магазинах представленность продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в 2019-2021 гг. составляла более 65 %.**

Кроме того, Комиссия ФАС России осуществила пересчет представленных в письме данных, по результатам которого установлено:

- в **310 розничных магазинах-участниках программы «Таркетт Точка» из 345 указанных в данном письме (89,86 %) составляла более 60 % в 2019-2021 гг.;**

- в **1591 розничном магазине без статуса «Таркетт Точка» или «Таркетт Витрина» из 5 013 указанных в данном письме (31,74 %) составляла более 60 %» в 2019-2021 гг.**

Таким образом, обозначенные выше значения не являются сопоставимыми: высокий уровень представленности (**более 60 % или более 65 %**) продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в 2019-2021 гг. имеет место в **87,25 % (89,86 %)** магазинах-участниках программы «Таркетт Точка» и лишь в **29,18 % (31,74 %)** розничных магазинах, не имеющих статус «Таркетт Точка» или «Таркетт Витрина».

2.2.4. Относительно довода Ответчика о нерепрезентативности результатов опроса розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка», проведенного посредством направления мотивированного требования ФАС России от 05.03.2022 № 05/17642/22 (далее — Запрос № 4),

Комиссия ФАС России сообщает.

Как указано в пункте 3.5 Заключения об обстоятельствах дела (страница 64): «ФАС России направила мотивированное требование от 05.03.2022 № 05/17642/22 (далее — Запрос № 4) в адрес 205 хозяйствующих субъектов-участников программы «Таркетт Точка» (55,26 % от общего числа розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка», сведения о которых имеются в распоряжении Комиссии ФАС России — 371),

141 из которых осуществлял закупку линолеума за период с 01.01.2021 по 31.12.2021 на сумму 10 млн. рублей и более, остальные 64 хозяйствующих субъекта выбраны случайным образом».

Выборка опроса, проведенного ФАС России посредством направления Запроса № 4 в адрес розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка», являлась репрезентативной, поскольку включала в себя:

- наиболее крупные розничные магазины-участники программы «Таркетт Точка» по показателю **«сумма закупки линолеума за период с 01.01.2021 по 31.12.2021 превышает 10 млн. рублей»** - **141** розничный магазин из **371(38,01 %)**;

- **случайным образом** выбранные розничные магазины-участники программы «Таркетт Точка» - **64** розничных магазина из **371(17,25 %)**;

- **в общей сумме — более половины: 205** из **371(55,26 %)** розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка».

Вместе с тем на момент принятия Заключения об обстоятельствах дела в распоряжении Комиссии ФАС России имелись ответы на Запрос № 4, направленные **60** адресатами Запроса № 4 из **205 — 29,27 %**

(включая те розничные магазины, которые сообщили о том, что они не являются участниками программы «Таркетт Точка» и / или вообще не взаимодействуют с АО «ТАРКЕТТ РУС»). Указанные ответы приобщены к материалам настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Комиссией ФАС России было установлено, что указанные документы и материалы являлись достаточными для принятия Заключения об обстоятельствах дела.

2.2.5. Относительно довода Ответчика о том, что в Заключении об обстоятельствах дела не отображено:

- наличие конкретных примеров применения аналитических подходов Европейской комиссии, изложенных в «Руководстве

о приоритетах в правоприменении Европейской комиссии в части распространения действия статьи 82 Договора, учреждающего Европейское Сообщество, на «вытесняющие практики» доминирующих хозяйствующих субъектов» от 24.02.2009 № 2009/С 45/02 (далее — Руководство) в недавних делах Европейской комиссии (Intel и Qualcomm);

- прохождение данных аналитических подходов проверки в европейских судах;

- существенные отличия дел, цитируемых Заинтересованными лицами, от настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства, Комиссия ФАС России обращает внимание на следующее.

Европейская комиссия является высшим органом исполнительной власти Европейского союза (далее — ЕС).

В соответствии со статьей 17 Договора о Европейском Союзе от 07.02.1992 (далее — Договор о ЕС) Европейская комиссия:

- продвигает общие интересы ЕС и с этой целью выступает с соответствующими инициативами;

- следит за применением Договоров (Договора о ЕС и Договора о функционировании Европейского Союза от 25.03.1957 (в редакции Лиссабонского договора 2007 г) (2016/С 202/01) (далее — Договор о функционировании ЕС)) и мер, принятых институтами на основании последних;

- осуществляет надзор за применением права ЕС под контролем Суда Европейского Союза;

- исполняет бюджет и управляет программами;

- осуществляет координационную, исполнительную и управленческую функции согласно условиям, предусмотренным Договорами;

- за исключением общей внешней политики и политики безопасности и иных случаев, предусмотренных Договорами, обеспечивает представительство ЕС на международной арене;

- выступает с инициативами по составлению ежегодной и многолетней программ Союза в целях достижения межинституционных соглашений (как это определено в тексте Договора о ЕС).

Деятельность Европейской комиссии регулируется Договором о ЕС, а также Договором о функционировании ЕС.

Таким образом, с учетом того, что Российская Федерация не является членом ЕС, а Европейская комиссия не обладает юрисдикцией на территории Российской Федерации, Комиссия ФАС России не вправе оценивать обстоятельства настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства через призму разъяснений и практики Европейской комиссии, а также ссылаться на решения Европейской комиссии в Заключении об обстоятельствах дела и в настоящем решении по делу о нарушении антимонопольного законодательства в обоснование своих выводов.

При этом Комиссия ФАС России отмечает, что на странице 37 (подпункт И) Заключения об обстоятельствах дела в **качестве одного из доводов Ответчика отражено** следующее: «Ключевые прецеденты Европейской комиссии (British Airways plc (2007), Deutsche Post (2001), Hoffmann-La Roche (1976), European Sugar Industry (1973), BPB Industries (1989)), цитируемые заинтересованными лицами, **являются нерелевантными к настоящему делу о нарушении антимонопольного законодательства**»,

что по своему значению аналогично доводу Ответчика о том, что указанные дела **существенно отличаются от настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства**.

2.2.6. Комиссия ФАС России не может согласиться с доводом Ответчика о том, что половина опрошенных ФАС России участников программы «Таркетт Точка» указали на присутствие федеральных сетей строительных материалов в населенных пунктах, в которых они осуществляют реализацию напольных покрытий.

Согласно результатам опроса ФАС России, проведенного посредством направления в адрес розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка» Запроса № 4 (пункт 3.5.7 Заключения об обстоятельствах дела, страница 77), в населенных пунктах, в которых указанные магазины осуществляют реализацию напольных покрытий:

1. Отсутствуют федеральные сети строительных материалов - **23 (51,11 %)** респондента.

Поскольку транспортировка напольных покрытий сопряжена с временными, финансовыми затратами, а в случае с линолеумом — в принципе затруднена (самостоятельно перевезти ролик линолеума свыше 3 метров в ширину возможно далеко не на каждой легковой машине⁴), в данную группу респондентов включены, в том числе, розничные магазины, указавшие

на отсутствие федеральных сетей строительных материалов в населенных пунктах, в которых они осуществляют реализацию напольных покрытий,

и на присутствие таковых в других населенных пунктах на расстоянии:

- 20-25 км (письмо ИП Бодакина Е.С. от б/д № б/н (вх. от 22.03.2022 № 51249-ЭП/22));

- 30 км (письмо ИП Самушева Е.А. от 05.04.2022 № б/н (вх. от 12.04.2022 № 68114/22));

- 70 км (письмо ООО «СТ-Март» от 23.03.2022 № б/н (вх. от 28.03.2022 № 55790/22));

Кроме того, в данную группу также включены следующие ответы:

1.1. Ответ ИП Федотова К.А. (ИНН 343800096607): «в городе нет, а в областном центре есть, он находится недалеко».

Согласно письму АО «ТАРКЕТТ РУС» от 25.02.2022 № 25 (вх. от 28.02.2022 № 31971-ДСП/22) ИП Федотов К.А. осуществляет деятельность в городе Урюпинске Волгоградской области.

Если под «областным центром» в данном случае понимается административный центр Волгоградской области — город Волгоград, расстояние между городами Волгоград и Урюпинск составляет 340 км.

1.2. Ответ ИП Козлова В.В. (ИНН 270302348370) (письмо от б/д № б/н (вх. от 12.04.2022 № 68209/22)): «Нет, не присутствуют. В Хабаровске есть Leroy Merlin, производящая поставку товаров в наш город».

Согласно письму АО «ТАРКЕТТ РУС» от 25.02.2022 № 25 (вх. от 28.02.2022 № 31971-ДСП/22) ИП Козлов В.В. осуществляет деятельность в городе Комсомольске-на-Амуре Хабаровского края.

Расстояние между городами Комсомольск-на-Амуре и Хабаровск составляет 404 км.

2. Присутствуют федеральные сети строительных материалов - **18 (40 %)** респондентов.

3. Отсутствуют федеральные сети строительных материалов, однако имеются относительно крупные локальные или региональные сети / другие достаточно крупные магазины — **3 (6,67 %)** респондента.

4. Отдельно выделен ответ «отсутствуют федеральные сети строительных материалов, но есть крупные магазины, **торгующие другим ассортиментом** (магазин «Интерьер»)» — **1 респондент (2,22 %)** (анкета ИП

Корневой Н.В.).

Таким образом, утверждение Ответчика о том, что «**половина** опрошенных участников программы «Таркетт Точка» указали на **присутствие федеральных сетей строительных материалов**, в которых они осуществляют реализацию напольных покрытий» не соответствует действительности, в том числе в случае, если суммировать данные, указанные в пунктах 2 и 3 выше (**21** респондент из **45 (46,67 %)**).

2.2.7. Комиссия ФАС России не принимает доводы АО «ТАРКЕТТ РУС» о том, что материалы настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства не содержат доказательств, подтверждающих, что наличие ограничительных условий в договорах коммерческой концессии могут привести к ограничению конкуренции путем создания препятствий доступу конкурентов к каналу реализации напольных покрытий через дистрибьюторов, а также о том, что действия АО «ТАРКЕТТ РУС» не могут привести к наступлению неблагоприятных для конкуренции последствий на рассматриваемом рынке в силу следующего.

2.2.7.1. Комиссия ФАС России не согласна с доводом Ответчика о том, что на договоры коммерческой концессии, заключенные между АО «ТАРКЕТТ РУС» и дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и содержащие обязательства пользователей не осуществлять реализацию товаров и (или) аналогичных товаров с использованием знаков обслуживания (товарных знаков) или коммерческих обозначений *других правообладателей*, в том числе обязательства не рекламировать, не иметь на складе, в торговом предложении аналогичные товары *других производителей* распространяется исключение, предусмотренное частью 4 статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Согласно части 4 статьи 10 Закона о защите конкуренции требования статьи 10 Закона о защите конкуренции не распространяются на действия по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг.

Исходя из системного толкования норм, содержащихся в статьях 1229, 1466, 1484, 1539 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ), действиями по осуществлению исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним

средства индивидуализации юридического лица в понимании части 4 статьи 10

Закона о защите конкуренции являются действия, осуществляемые в отношении прав на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации, **принадлежащие самому правообладателю.**

Использование пользователями по договорам коммерческой концессии (дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС») в предпринимательской деятельности результатов интеллектуальной деятельности третьих лиц (других правообладателей/производителей) не находится в сфере контроля правообладателя (АО «ТАРКЕТТ РУС») по договорам коммерческой концессии.

Указанное подтверждается заключением специалиста <...> от 15.12.2020.

Запреты и ограничения, предусмотренные пунктами 2.7, 3.3.13 договоров коммерческой концессии, не подпадают под «осуществление исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица» в понимании части 4 статьи 10 Закона о защите конкуренции, поскольку:

1. Данные запреты и ограничения относятся к знакам обслуживания (товарным знакам) или коммерческим обозначениям третьих лиц (*других правообладателей*), в отношении которых у АО «ТАРКЕТТ РУС» отсутствуют исключительные права, а также к продукции таких третьих лиц (*других производителей*) и не связаны с конкретным объектом или правом правообладателя.

2. Наложение на пользователя «негативных обязательств» является условием предоставления права на использование комплекса исключительных прав по договорам коммерческой концессии⁵, а не действием по осуществлению исключительных прав в отношении интеллектуальной собственности АО «ТАРКЕТТ РУС».

Иными словами, дистрибьюторы по договорам коммерческой концессии получают возможность использовать предоставляемый АО «ТАРКЕТТ РУС» комплекс исключительных прав в своей деятельности при условии принятия на себя ограничений в части взаимодействия с другими правообладателями/производителями.

Комиссия ФАС России также обращает внимание на следующее.

Несмотря на то, что пунктом 1 статьи 1033 ГК РФ установлен открытый

перечень возможных ограничений прав сторон по договору коммерческой концессии, пункт 3 статьи 1033 ГК РФ не предусматривает возможности включения в договор коммерческой концессии антиконкурентных ограничительных условий.

Напротив, осознавая, что ограничительные условия договоров коммерческой концессии могут противоречить антимонопольному законодательству, законодатель в пункте 3 статьи 1033 ГК РФ предусматривает возможность оспорить эти условия в судебном порядке и признать их недействительными по требованию антимонопольного органа или иного заинтересованного лица, если эти условия с учетом состояния соответствующего рынка и экономического положения сторон противоречат антимонопольному законодательству⁶.

Вместе с тем в данном случае речь идет лишь об одном из способов защиты: указание в пункте 3 статьи 1033 ГК РФ на возможность признания ограничительных условий договора коммерческой концессии недействительными в судебном порядке не лишает антимонопольный орган права возбуждать дела о нарушении антимонопольного законодательства, подвергать анализу действия сторон договора коммерческой концессии на предмет их соответствия требованиям антимонопольного законодательства, а также решать вопрос о возможности или невозможности применения антимонопольных иммунитетов.

По утверждению Ответчика, предусмотренный договорами коммерческой концессии запрет на реализацию товаров с использованием знаков обслуживания (товарных знаков) или коммерческих обозначений других правообладателей при реализации пользователями своих прав из договоров коммерческой концессии касается лишь реализации товаров иных производителей на территории продаж товаров АО «ТАРКЕТТ РУС» - конкретной точке продажи, в которой дистрибьютором реализуются товары, маркированными товарным знаком Таркетт с использованием знака обслуживания Таркетт и иных элементов комплекса исключительных прав.

Вместе с тем под территорией продаж пользователя в договорах коммерческой концессии понимается часть территории Российской Федерации, на которой пользователи вправе использовать комплекс исключительных прав для осуществления деятельности по реализации товара. Территория продаж пользователя устанавливается приложениями к договорам коммерческой концессии и соответствует территориям микрорегионов, включающих в себя несколько субъектов Российской Федерации.

При этом установлено, что 18 действующих в настоящее время договоров коммерческой концессии, копии которых имеются в распоряжении Комиссии ФАС России, охватывают территории в общей сумме 80 субъектов Российской Федерации из 85.

2.2.7.2. ООО «Айвисси-Восток» представлены документы и сведения, демонстрирующие антиконкурентные последствия, вызванные злоупотреблением Ответчиком доминирующим положением на рынке линолеума в Российской Федерации путем создания препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, выразившихся во включении в заключенные с дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» договоры коммерческой концессии указанных выше ограничительных условий (письмо ООО «Айвисси-Восток» от 29.03.2022 № б/н (вх. от 30.03.2022 № 58563-ДСП/22)). Сведения, представленные в составе данного письма, являются коммерческой тайной ООО «Айвисси-Восток».

Незначительный рост доли реализации линолеума ООО «Айвисси-Восток» в 2019 — 2021 гг. через дистрибьюторский канал являлся несопоставимым с тем, сколько в действительности должно было производить и продавать ООО «Айвисси-Восток».

Ограничения в дистрибьюторском канале, обусловленные заключенными АО «ТАРКЕТТ РУС» договорами коммерческой концессии, препятствуют попаданию продукции ООО «Айвисси-Восток» и в значительную часть розничных магазинов.

Несмотря на начало эксплуатации завода ООО «Айвисси-Восток» в г. Орле в 2019 году фактические продажи линолеума ООО «Айвисси-Восток» в 2019 — 2021 гг. в Российской Федерации оказались значительно меньше производственных мощностей ООО «Айвисси-Восток» и не соответствовали ожиданиям ООО «Айвисси-Восток» от возврата сделанных вложений.

АО «ТАРКЕТТ РУС» располагает производственными мощностями, которые существенно превосходят совокупную мощность всех участников рынка линолеума, вместе взятых (в том числе, Заинтересованных лиц). При этом производственные мощности, в частности, ООО «Айвисси-Восток» остаются недозагруженными, поскольку рынок сбыта продукции существенно ограничен.

У ООО «Айвисси-Восток» отсутствует возможность использования

равнозначных альтернативных каналов продаж, которые могли бы заменить собой продажи через дистрибьюторов и розничные магазины.

Поскольку деятельность дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС» ограничена территориями продаж дистрибьюторов согласно договорам коммерческой концессии, и у них отсутствуют ресурсы для выхода в новые регионы, сотрудничество ООО «Юнилин» с такими дистрибьюторами и в той части, в которой оно не ограничено договорами коммерческой концессии, экономически нецелесообразно.

Вследствие действий ограничительных условий, предусмотренных договорами коммерческой концессии, Заинтересованные лица вынуждены менять схемы реализации продукции и выстраивать сбыт через менее крупных региональных дистрибьюторов или продавать продукцию в розничный сегмент напрямую и, соответственно, нести дополнительные затраты (на аренду складов, на персонал и т.п.).

2.2.8. Комиссия ФАС России проанализировала довод Ответчика о том, что настоящее дело о нарушении антимонопольного законодательства не должно было быть возбуждено, поскольку на момент рассмотрения заявления Заинтересованных лиц по фактам, послужившим основанием для обращения с данным заявлением, уже имелись вступившие в законную силу решения антимонопольного органа об отказе в возбуждении дела, и отклоняет его ввиду следующего.

Данный вопрос был рассмотрен Арбитражным судом города Москвы в рамках дела № А40-240289/21-33-1788.

Решением от 25.03.2022 Арбитражный суд города Москвы признал Приказ и определение от 11.08.2021 № НГ/67352/21 о назначении дела № 05/01/10-63/2021 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению (далее — Определение) законными, поскольку Приказ и Определение приняты в рамках предоставленных антимонопольному органу полномочий и при наличии на то фактических и правовых оснований, связанных с обнаружением в действиях АО «ТАРКЕТТ РУС» признаков нарушения пункта 9 части 1 статьи 10 и части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции.

2.2.9. Относительно аргумента Ответчика о нерепрезентативности довода ФАС России о том, что представленность является основным критерием бонусной программы «Таркетт Точка», Комиссия ФАС России считает необходимым отметить следующее.

В Заключении об обстоятельствах дела (пункт 3.5.2, страница 71) Комиссия ФАС России указывает следующее: «Соответственно, 35

(77,78 %) респондентов-участников программы «Таркетт Точка» **указали в качестве главного условия / критерия (или одного из условий / критериев)** программы «Таркетт Точка» широту / разнообразие / представленность ассортимента продукции АО «ТАРКЕТТ РУС», а также широту / разнообразие категорий напольных покрытий, производимых и реализуемых группой лиц АО «ТАРКЕТТ РУС».

Комиссия ФАС России обращает внимание, что наличие в программе «Таркетт Точка» критериев широты представленности и объема реализации линолеума производства АО «ТАРКЕТТ РУС» относительно объема реализации линолеума производства конкурентов обуславливает антиконкурентные последствия реализации АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусной программы «Таркетт Точка», что подтверждается Заключением об обстоятельствах дела, материалами дела № 05/01/10-63/2021 о нарушении антимонопольного законодательства.

2.2.10. Комиссия ФАС России отклоняет довод Ответчика о том, что АО «ТАРКЕТТ РУС» не нарушало часть 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции. Указанный довод не соответствует фактическим обстоятельствам, установленным Комиссией ФАС России в рамках рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства № 05/01/10-63/2021, и изложенным далее в пункте 4.3 настоящего решения.

III. Комиссия ФАС России, заслушав доводы Ответчика и Заинтересованных лиц, исследовав доказательства, имеющиеся в материалах настоящего дела, установила.

3.1. Группа лиц АО «ТАРКЕТТ РУС» занимает доминирующее положение на рынке линолеума в границах Российской Федерации в период с 01.01.2018 по 31.12.2021 гг.

В целях исследования состояния конкуренции на рынке линолеума, с учетом документов, поступивших в материалы дела о нарушении антимонопольного законодательства, проведенный ранее анализ состояния конкуренции (Аналитический отчет от 17.05.2021) был доработан

в соответствии с Порядком проведения анализа. По итогам составлен Аналитический отчет от 26.04.2022, который приобщен к материалам дела.

Анализ состояния конкуренции на рынке линолеума проводился в целях установления доминирующего положения АО «ТАРКЕТТ РУС».

Временным интервалом исследования рассматриваемого рынка

установлен период с 01.01.2018 по 31.12.2021 гг.

В соответствии с Аналитическим отчетом от 17.05.2021, исходя из выявленных свойств рассматриваемого товара, определяющих выбор потребителей, и доступной антимонопольному органу информации установлено, что продуктовыми границами исследуемого рынка является рынок напольных покрытий в категории «линолеум».

В целях выявления взаимозаменяемых товаров с рассматриваемыми напольными покрытиями ФАС России проведен анализ свойств товара, определяющих выбор потребителя и приняты результаты опроса потребителей линолеума, полученные ВЦИОМ, приобщенные к материалам настоящего дела.

Изложенные в Аналитическом отчете от 17.05.2021 выводы в части определения продуктовых границ товарного рынка подтверждаются следующими документами и материалами:

А. Отчетом № 2, составленным по итогам исследования мнения респондентов о возможности замены линолеума на другие виды напольных покрытий, проведенного ВЦИОМ в апреле 2021 года (сроки проведения полевых работ: 25.04.2021 — 30.04.2021).

В качестве генеральной совокупности в данном исследовании выступили жители всех городов Российской Федерации (102 778 661 житель 1 116 городов), составляющие 70 % от всего населения Российской Федерации на 01.01.2020 по данным Росстата. Внутри каждого Федерального округа города объединены в пять страт по размеру населения (как показано в таблицах Отчета № 2). В каждую страту могли попасть жители любых городов Федерального округа с соответствующим количеством жителей. Количество опрошенных внутри каждой страты пропорционально количеству жителей страты в генеральной совокупности.

Согласно результатам опроса ВЦИОМ, изложенным в Отчете № 2:

- 1) 83 % опрошенных меняли напольное покрытие за последние 5 лет, 15 % меняли напольное покрытие от 5 до 10 лет назад, 2 % затруднились ответить;
- 2) для респондентов, приобретавших линолеум за последние 10 лет (62 % опрошенных), четырем наиболее значимыми критериями выбора (с самыми высокими средними баллами являются простота уборки, низкая цена, возможность самостоятельной укладки, а также ударопрочность,

устойчивость к повреждениям; для покупателей других напольных покрытий в топ-4 таких критериев вошли эстетика и простота уборки (для керамической плитки, ламината и паркета), ударопрочность (для керамической плитки и ламината), отсутствие вредных примесей и многообразие декора (для паркета), возможность самостоятельной укладки (для ламината) и водостойкость (для керамической плитки);

3) по мнению двух третей опрошенных, приобретавших линолеум за последние 10 лет, (64 %), технология подготовки основания для укладки линолеума отличается от такой подготовки для иных видов напольных покрытий;

4) среди участников опроса, считающих, что технология отличается, большинство (73 %) склоняется к мнению, что технология подготовки поверхности пола влияет на их выбор в пользу линолеума;

5) две трети респондентов, приобретавших линолеум за последние 10 лет (65 %), указали, что повышение стоимости на 10 % не повлияло бы на их решение о покупке данного напольного покрытия;

6) четверо из десяти участников исследования, которые все равно купили бы линолеум, несмотря на повышение его стоимости, сделали бы это вследствие отсутствия альтернатив данному напольному покрытию из-за его характеристик и предназначения (40 %), а также по причине дополнительных трат, которые пришлось бы понести из-за подготовки поверхности для укладки (40 %);

7) только 15 % опрошенных могли вспомнить ситуации, когда они собирались купить линолеум, но купили вместо него другое напольное покрытие;

8) при увеличении доли покупателей ламината, плитки, паркета, доля покупателей линолеума увеличивалась (62 % респондентов выбрали линолеум 10 лет назад и 65 % - менее одного года назад).

Б. Отчетом № 1, составленным независимым цифровым медиа-агентством I.COM по результатам исследования особенностей поведения покупателей ламината и линолеума.

Согласно результатам исследования I.COM, изложенным в Отчете № 1:

1. 50 % покупателей более дорогих напольных покрытий (ламинат) имеют доход выше среднего, в то время как более дешевые напольные покрытия (линолеум) выбирает более старшая аудитория со средним доходом.

2. Основные факторы выбора ламината: широкий выбор и ассортимент (67 %), высокое качество товара (66 %), возможность доставки (58 %). Широкий выбор и ассортимент заняли третье место среди критериев, учитываемых покупателями при принятии решения в пользу линолеума (50 %).

3. Основным фактором выбора линолеума — низкая цена (75 %). Значение также имеют такие факторы, как акции, скидки, распродажи (58 %). Низкая цена является фактором выбора в 19 % случаев покупки ламината.

4. Покупатели более дорогих напольных покрытий более качественно и разнообразно проводят свободное время (кафе, рестораны (91 %), кофейни (83 %), кинотеатры (75 %), салоны красоты (70 %) и т. п.). Покупатели бюджетных покрытий в большей степени ограничивают досуг посещением торговых центров (73 %).

Соответственно, согласно Отчету № 1 социально-демографический портрет потребителя линолеума и ламината различаются.

В. Письмами крупнейших поставщиков напольных покрытий, застройщиков и студий дизайна, в которых сообщается следующее:

- указанные хозяйствующие субъекты при использовании в работе того или иного вида напольных покрытий учитывают различные факторы, в том числе: вид реализуемого объекта, бюджет проекта, тип помещений, его назначение, требования к уборке, требования к износостойкости;

- как правило, линолеум в качестве напольного покрытия приобретается либо учреждениями для оборудования помещений социального/образовательного/медицинского назначения, либо гражданами-потребителями ниже среднего достатка);

- ремонт линолеума крайне проблематичен: в случае повреждения линолеума потребуются либо установка заплатки, либо замена зоны целиком;

- крупнейшие поставщики напольных покрытий, застройщики и студии дизайна высказались о неготовности рассматривать замену ламината на линолеум в жилых объектах, сдающихся с 2022 году по причине эксплуатационных свойств линолеума и предпочтений потребителей.

Г. Отчетом по результатам исследования Gorodissky IP Security «Анализ предложений рынка напольных покрытий по категориям «ламинат» и «линолеум» в сети «Интернет» для компании Unilin» (2022 г.) (далее - Исследование Gorodissky IP Security).

По результатам указанного исследования установлена разница в ценах

и в количестве предложений на отдельные виды напольных покрытий:

1) самый дорогой бытовой линолеум (3 000 руб.) соответствует ламинату ценовой категории Basic (2 000 руб. - 3 750 руб.);

2) бытовой линолеум, в отличие от ламината, отсутствует в ценовых сегментах Upper (для ламината — от 4 975 руб. до 6 375 руб.) и Lux (для ламината — от 6 375 руб. до 8 500 руб.); полукommerческий линолеум присутствует в категории Upper (от 3 800 руб. до 5 500 руб.), но отсутствует в категории Lux;

3) количество предложений ламината значительно превышает количество предложений линолеума (439 403 SKU и 16 676 продуктов на 273 интернет-сайтах — ламинат; 116 402 SKU и 3214 продуктов на 200 интернет-сайтах — бытовой и полукommerческий линолеум).

Д. Заключение эксперта <...> по результатам проведения внесудебной экспертизы в рамках договора № К.244-22 от 03.02.2022 (АССТЭ и ПР НИУ МГСУ) (далее — Заключение № 1).

В соответствии с Заключением № 1 линолеум и другие виды напольных покрытий различаются по эксплуатационным, качественным и иным характеристикам:

1. Линолеум используется только для напольного покрытия внутренних помещений (в отличие от, например, керамической плитки, которая используется для облицовки стен и пола как внутренних, так и наружных помещений).

Линолеум, а также ламинат, паркет, не используются для покрытия влажных помещений. Для этих целей используется керамическая плитка, а также ПВХ-плитка.

Напольное покрытие из линолеума подвержено повреждениям при воздействии солнечных лучей. Воздействие солнечных лучей на линолеум может привести к повреждению его поверхности и сделать ее шероховатой.

2. В сравнении с линолеумом, у других покрытий, в частности, у ПВХ-плитки, отмечаются повышенные свойства термостабильности (в отличие от линолеума, например, ПВХ-плитка способна выдерживать значительные перепады температуры), экологичности, пожаробезопасности, ударопрочности и устойчивости к царапинам. Линолеум обладает более низким коэффициентом износостойкости в сравнении с ламинатом и паркетной доской. Полы из линолеума легко воспламеняются и загораются.

3. Линолеум — это покрытие с готовым стандартным дизайном. У линолеума существует определенный раппорт рисунка, его размер зависит от технических условий изготовления, но тем не менее рисунок повторяется каждые 50-120 см, что «удешевляет» внешний вид дизайнов, имитирующих натуральные материалы. У качественной ПВХ-плитки, с другой стороны, в рамках одного дизайна может встречаться до 10-15 вариаций, которые выкладываются в произвольном порядке, что создает неповторимый рисунок пола. Можно создавать различные орнаменты, комбинировать разные цвета и фактуры, использовать покрытие не только на полу, но и на стенах и потолке.

4. Линолеум не требует специального ухода и может подвергаться влажной уборке без ограничений в отличие от ламината и паркетной доски. Простота эксплуатации и неприхотливость в уходе отличают линолеум от других видов напольных покрытий, так как на нем в меньшей степени видны следы уличной грязи, что особенно актуально для помещений с большой проходимостью.

5. Укладка линолеума не требует такой специальной подготовки поверхности, как укладка ламината и паркетной доски, для которых нужно предварительное выравнивание стяжки пола, укладка пароизоляционной пленки и подложки.

6. Линолеум невозможно незаметно отремонтировать в случае сильного повреждения (дыры, ожоги, следы краски, растворителей). В этой ситуации требуется замена всего покрытия, либо неэстетичная «заплатка» испортит весь вид пола. Для сравнения, плитка ПВХ дает возможность замены испорченной части покрытия без особых технических сложностей, испорченные плитки аккуратно удаляются и вместо них клеиваются новые.

7. Линолеум сложнее транспортировать, чем ламинат и керамическую плитку. Самостоятельно перевезти ролик линолеума свыше 3 метров в ширину возможно далеко не на каждой легковой машине, а в стандартный пассажирский лифт помещается ролик линолеума шириной не более 2,5 метров.

Кроме того, установлено, что финансовые и временные издержки работ по укладке ламината превышают финансовые и временные издержки работ по укладке линолеума:

1. Нормативы по рабочему времени на выполнение работ согласно справочнику ГЭСН-2020 (Государственные элементные сметные нормы) для устройства 100 квадратных метров полов составляют⁷:

- на устройство покрытий из щитов паркетных (ГЭСН11-01-035-01) — 89,8 чел./ч;

- на устройство покрытий из щитов деревянных реечных (ГЭСН11-01-035-02) — 60,6 чел./ч;

- на устройство покрытий из линолеума на клею (ГЭСН11-01-036-01) — 38,2 чел./ч;

- на устройство покрытий из линолеума на клею со свариванием полотнищ в стыках (ГЭСН11-01-036-02) — 51,8 чел./ч;

- на устройство покрытий из линолеума насухо из готовых ковров в комнату (ГЭСН11-01-036-03) — 17,2 чел./ч.

2. ВЦИОМ проведено исследование «Используемые способы укладки линолеума и подготовки пола», по результатам которого подготовлен отчет (далее — Отчет № 5).

Исследование проведено в апреле 2022 года, сроки полевых работ: 08.04.2022 — 11.04.2022.

Генеральная совокупность исследования — жители городов Российской Федерации в возрасте 18 лет и старше, лично приобретавшие линолеум для укладки в квартире, в загородном доме, в личных нежилых постройках за последние 5 лет.

Опрос проводился в городах Российской Федерации.

Стратифицированная пропорциональная выборка жителей городов Российской Федерации по федеральным округам и размеру города.

Суммарный объем реализуемой выборочной совокупности — 1 000 человек.

Распределение количества респондентов по федеральным округам Российской Федерации и по типам городов внутри округа осуществлялось пропорционально численности населения.

Согласно результатам опроса ВЦИОМ, изложенным в Отчете № 5:

- 78 % опрошенных укладывали линолеум самостоятельно (в том числе,

с помощью родственников, друзей) при его последней укладке;

- силами наемных рабочих воспользовались 22 % участников исследования;

- 61 % респондентов осуществляли выравнивание пола перед последней укладкой линолеума;

- 38 % респондентов не осуществляли выравнивание пола перед последней укладкой линолеума;

- 77 % опрошенных не использовали клей или двусторонний скотч для закрепления линолеума при его последней укладке.

Соответственно, большинство респондентов не несли затрат на привлечение подрядных организаций (рабочих).

Более того, в соответствии с пунктом 8.11.1 СП 71.13330.2017 линолеум, ковры, рулонные материалы из синтетических волокон и поливинилхлоридные плитки перед укладкой должны вылежаться до исчезновения волн и полностью прилегать к основанию, их необходимо приклеивать к нижележащему слою по всей площади, если иное не предусмотрено проектом. **Для помещений площадью не более 20 квадратных метров допускается применение сухой укладки линолеума.**

В свою очередь, согласно инструкции по укладке ламината, размещенной на официальном сайте АО «ТАРКЕТТ РУС» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (URL: https://www.tarkett.ru/ru_RU/node/ukladka-laminata-i-uhod-3639) укладка ламината требует использования пароизоляции, подложки, скотча для соединения листов подложки. В коридорах и комнатах длиннее и/или шире 10 метров необходимо создать расширительный зазор на каждые 10 метров по длине и ширине, который следует закрыть подходящим профилем.

3. Согласно сведениям, опубликованным на официальном сайте АО «ТАРКЕТТ РУС» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в разделе «Мифы и легенды о линолеуме» (URL: https://www.tarkett.ru/ru_RU/node/mify-i-legendy-o-linoleume-1297) в ответе на вопрос «Какой смысл покупать дорогой линолеум?» указано: «Укладка ламината (и тем более паркета) может составлять до 50 % от стоимости квадратного метра покрытия в магазине. Профессиональная укладка линолеума значительно дешевле».

Данный факт подтверждается нотариальным протоколом осмотра письменных доказательств от 05.04.2022 № 77 АГ 9424367.

Несмотря на довод Ответчика о том, что интерпретировать указанную цитату необходимо как «стоимость именно профессиональной укладки «дорогого» линолеума будет стоить менее чем «до 50 %» от стоимости покупки м.кв. линолеума в магазине, что позволит получить сопоставимое качество

с ламинатом/паркетом», имеющиеся в материалах дела доказательства свидетельствуют о следующем:

1) разница в ценах и в количестве предложений на линолеум и ламинат является существенной;

2) финансовые и временные издержки работ по укладке ламината превышают финансовые и временные издержки работ по укладке линолеума.

Учитывая изложенное, продуктовыми границами рассматриваемого товарного рынка является рынок напольных покрытий в категории «линолеум».

Географическими границами товарного рынка определена территория Российской Федерации.

Производители напольных покрытий представлены как отечественными, так и иностранными производителями, осуществляющими как импортные операции на территорию Российской Федерации, так и имеющие локализованное производство на территории страны.

Иностранные производители линолеума представлены европейскими компаниями (Франция, Германия, Нидерланды, Бельгия), а также производителями из стран Дальнего Востока (Китай, Южной Кореи): FORBO FLOORING B.V., GERFLOR SAS, LG Hausys Ltd., VERTIGO LTD.

К продавцам на рынке напольных покрытий относятся: производители напольных покрытий, крупные сети дистрибьюторов напольных покрытий, розничные продавцы (субъекты малого и среднего предпринимательства), сети DIY (Do it yourself, такие как OBI, Leroy Merlin, Castorama).

Потребителями напольных покрытий являются физические лица. Кроме того, имеется группа коммерческих потребителей напольных покрытий, использующих их для отделки офисов и иных помещений для организации работы сотрудников.

Доля группы лиц АО «ТАРКЕТТ РУС» на рассматриваемом рынке превышает 50% в 2018, 2019, 2020 и 2021 годах.

Согласно Аналитическому отчету от 26.04.2022 уровень концентрации

рынка определен как высокий.

В соответствии с пунктом 8 Аналитического отчета от 26.04.2022 рынок линолеума имеет следующие барьеры:

1. Необходимость осуществления значительных первоначальных капитальных вложений.
2. Ограниченная доступность финансовых ресурсов и более высокие издержки привлечения финансирования для потенциальных участников по сравнению с хозяйствующими субъектами, действующими на рассматриваемом рынке (высокая стоимость сырья, материалов и упаковки).
3. Издержки выхода с рынка (высокая стоимость оборудования).
4. Наличие экономически оправданного минимального объема производства, обуславливающее для хозяйствующих субъектов более высокие затраты на единицу продукции до момента достижения такого объема производства (эффект масштаба производства) (отмечалось, что необходимо 60-70 % загрузки производственных мощностей, чтобы производство стало рентабельным).
6. На рынке наблюдается превышение производственных мощностей над объемом рынка.
7. Необходимость обязательной сертификации продукции – линолеума в соответствии с законодательством о техническом регулировании Российской Федерации, когда процедуры сертификации предполагают выезд экспертов непосредственно на производственную площадку производителя, все расходы, связанные с транспортом, несет на себе производитель.
8. Отдельными производителями отмечались логистические сложности, связанные с необходимостью прохождения таможенных процедур при ввозе продукции на территорию Российской Федерации, тогда как как производители, локализовавшие свое производство на территории страны, имеют более широкие возможности для реализации продукции.
9. Отдельными производителями отмечалось, что потенциальным ограничением конкуренции на рынке линолеума являются различные коммерческие схемы реализации продукции с использованием дистрибьюторских схем – заключение договоров коммерческой концессии с отдельными оптовыми сетями, реализующими линолеум, а также предложения мелким продавцам возможности участия в тех или иных

бонусных программах производителей, различных акциях, стимулирующих объем продаж линолеума.

Таким образом, барьеры входа на рынок являются существенными.

Комиссия ФАС России принимает вывод Аналитического отчета от 26.04.2022, согласно которому группа лиц АО «ТАРКЕТТ РУС» занимает доминирующее положение на рынке напольных покрытий в категории «линолеум» в Российской Федерации в рассматриваемый период.

3.2. Дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС», с которыми у АО «ТАРКЕТТ РУС» заключены договоры коммерческой концессии, действующие в период 2019-2021 гг., используют собственные средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания и т. п.), а также средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания и т. п.) продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» и иных производителей напольных покрытий, путем их размещения на собственных официальных сайтах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

В рамках рассмотрения дела № 05/01/10-63/2021 о нарушении антимонопольного законодательства ФАС России проведен осмотр официальных сайтов в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» следующих хозяйствующих субъектов:

- ООО «Монарх К» (ИНН 2311065300), URL: <http://monarh.online/> (далее — Интернет сайт № 1) — акт осмотра интернет-сайта от 17.11.2021 № 2021-150604;

- ООО «МБК-М» (ИНН 7713767919), URL: <http://mbcoin.club/>, <http://mbc-m.ru/> (далее — Интернет сайт № 2, Интернет-сайт № 3) — акты осмотра интернет-сайтов от 17.11.2021 №№ 2021-150600, 2021-150598;

- ООО «МБК» (ИНН 2634079452), URL: <https://monarch-club.com/> (далее — Интернет сайт № 4) — акт осмотра интернет-сайта от 17.11.2021 № 2021-15109;

- ООО «БК Центр» (ИНН 7728773908), URL: <https://bobrov.ru/> (далее — Интернет сайт № 5) — акт осмотра интернет-сайта от 18.11.2021 № 2021-15109;

- ООО «Монарх-П» (ИНН 2618801670), URL: <http://monarh-p.ru/> (далее — Интернет сайт № 6) — акт осмотра интернет-сайта от 18.11.2021 № 2021-151004;

- ООО «Русроял-Юг» (ИНН 6168108936), URL: <https://www.rusroyal.ru/> (далее — Интернет сайт № 7) — акт осмотра интернет-сайта от 18.11.2021 № 2021-150609;

- АО «Олимп и К» (ИНН 7811138059), URL: <https://www.olimpic.ru/>
(далее — Интернет сайт № 8) — акт осмотра интернет-сайта от 18.11.2021 № 2021-150605.

По результатам осмотра установлено:

1) веб-страницы Интернет-сайтов № 1-8 содержат средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания и т. п.) собственно дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС» - владельцев Интернет-сайтов № 1-8, АО «ТАРКЕТТ РУС», а также иных производителей напольных покрытий;

2) в доменных именах Интернет-сайтов № 1-8 отсутствует указание на товарные знаки АО «ТАРКЕТТ РУС».

Таким образом, дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС» - владельцы Интернет-сайтов № 1-8 фактически используют как собственные средства индивидуализации, так и средства индивидуализации АО «ТАРКЕТТ РУС» и иных производителей напольных покрытий путем их размещения на веб-страницах Интернет-сайтов № 1-8. При этом доменные имена Интернет-сайтов № 1-8 не содержат указание на товарные знаки АО «ТАРКЕТТ РУС».

3.3. Договоры коммерческой концессии, заключенные между АО «ТАРКЕТТ РУС» и дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и действующие в период 2019-2021 гг., соответствуют всем признакам договора коммерческой концессии и обязательным требованиям, предусмотренным главой 54 части второй ГК РФ.

Согласно пункту 1 статьи 1027 ГК РФ по договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау).

В соответствии с пунктом 2 статьи 1027 ГК РФ договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объема использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определенной

сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем, осуществлению иной торговой деятельности, выполнению работ, оказанию услуг).

В силу пункта 3 статьи 1027 ГК РФ сторонами по договору коммерческой концессии могут быть коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

Юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, могут создаваться в организационно-правовых формах хозяйственных товариществ и обществ, крестьянских (фермерских) хозяйств, хозяйственных партнерств, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий (пункт 2 статьи 50 ГК РФ).

Пунктом 1 статьи 1028 ГК РФ предусмотрено, что договор коммерческой концессии должен быть заключен в письменной форме. Несоблюдение письменной формы договора влечет его недействительность. Такой договор считается ничтожным.

Как установлено пунктом 2 статьи 1028 ГК РФ, предоставление права использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав по договору коммерческой концессии подлежит государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности. При несоблюдении требования о государственной регистрации предоставление права использования считается несостоявшимся.

Договор коммерческой концессии является возмездным. Согласно статье 1030 ГК РФ вознаграждение по договору коммерческой концессии может выплачиваться пользователем правообладателю в форме фиксированных разовых и (или) периодических платежей, отчислений от выручки, наценки на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи, или в иной форме, предусмотренной договором.

В комплекс исключительных прав, передаваемый по договору коммерческой концессии, должно входить право на товарный знак (знак обслуживания). В противном случае договор не будет считаться договором коммерческой концессии. Данная позиция подтверждается судебной практикой (определение Верховного Суда Российской Федерации от 26.08.2015 № 304-ЭС15-5828, определение Верховного

Суда Российской Федерации
от 16.03.2017 № 310-ЭС17-1098).

Таким образом, договор коммерческой концессии:

1. Опосредует предоставление правообладателем пользователю права использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, в который обязательно должно входить право на товарный знак (знак обслуживания).

При этом предоставление права использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса принадлежащих правообладателю исключительных прав по договору коммерческой концессии подлежит государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности. При несоблюдении требования о государственной регистрации предоставление права использования считается несостоявшимся.

2. Является сугубо предпринимательским договором: сторонами по договору коммерческой концессии могут быть коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

3. Является возмездным: комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю, предоставляется правообладателем пользователю за вознаграждение.

4. Должен быть заключен в письменной форме, при этом несоблюдение письменной формы договора влечет его недействительность: такой договор считается ничтожным.

Пунктом 4.4. определения о назначении дела № 05/01/10-63/2021 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению от 11.08.2021 № НГ/67352/21 (далее — Определение № 1) у Ответчика истребованы копии договоров коммерческой концессии (со всеми неотъемлемыми приложениями), заключенных между АО «ТАРКЕТТ РУС» или группой АО «ТАРКЕТТ РУС» и иными хозяйствующими субъектами в целях реализации линолеума производства группы АО «ТАРКЕТТ РУС» и действующих на период 2019-2021 гг.

Письмом от 13.09.2021 № б/н (вх. от 13.09.2021 № 153682-ДСП/21) Ответчиком представлены истребованные пунктом 4.4. Определения № 1

документы в полном объеме.

Кроме того, письмом от 26.11.2021 № НГ/101140/21 (далее — Запрос № 1) ФАС России запрошены имеющиеся у Федеральной службы по интеллектуальной собственности сведения о государственной регистрации предоставления права использования комплекса принадлежащих АО «ТАРКЕТТ РУС» исключительных прав (в том числе права использования товарных знаков АО «ТАРКЕТТ РУС» №№ 553885, 553886 от 07.10.2015, № 469380 от 27.08.2012) по договорам коммерческой концессии, заключенным АО «ТАРКЕТТ РУС» с 25 дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и действующим на период 2019-2021 гг.

Документы и сведения, предусмотренные Запросом № 1, представлены Федеральной службой по интеллектуальной собственности письмом от 10.12.2021 № 04/21-19025/08 (вх. от 10.12.2021 № 208835-М/21) в полном объеме.

По результатам анализа документов и сведений, представленных АО «ТАРКЕТТ РУС» и Федеральной службой по интеллектуальной собственности во исполнение пункта 4.4. Определения № 1 и Запроса № 1, установлено следующее.

3.3.1. Договоры коммерческой концессии, заключенные между АО «ТАРКЕТТ РУС» и дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и действующие на период 2019-2021 гг., содержат следующие условия:

- АО «ТАРКЕТТ РУС» обязуется предоставить пользователю право использовать при осуществлении деятельности⁸ принадлежащий АО «ТАРКЕТТ РУС» комплекс исключительных прав в объеме и в течение срока, определенных договором, а пользователь обязуется использовать комплекс исключительных прав для осуществления деятельности на территории продаж пользователя и уплатить АО «ТАРКЕТТ РУС» предусмотренное договором вознаграждение (пункт 2.1);
- в комплекс исключительных прав, право использования которого предоставляется по договорам коммерческой концессии, входят, в том числе, товарные знаки АО «ТАРКЕТТ РУС» №№ 553885, 553886 от 07.10.2015, № 469380 от 27.08.2012 (пункты 1.7.1 — 1.7.2).
- за предоставленное АО «ТАРКЕТТ РУС» право использования комплекса исключительных прав пользователь обязуется выплачивать АО «ТАРКЕТТ РУС» в течение срока действия договора без каких-либо вычетов, встречных требований или (если иное не согласовано сторонами) зачетов вознаграждение, состоящее из фиксированной и

переменной частей (пункт 4 договора);

- предоставление права использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса принадлежащих АО «ТАРКЕТТ РУС» исключительных прав по договору, а также изменение и/или досрочное прекращение договора подлежат государственной регистрации в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности (пункт 9.1);

- обязанность по регистрации предоставления АО «ТАРКЕТТ РУС» права использования возлагается на АО «ТАРКЕТТ РУС» (пункт 9.2).

3.3.2. Договоры коммерческой концессии, действующие в период 2019-2021 гг., заключены между АО «ТАРКЕТТ РУС» и дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» в простой письменной форме.

3.3.3. Дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС» являются коммерческими организациями в организационно-правовых формах хозяйственных обществ (обществ с ограниченной ответственностью, акционерных обществ), а также индивидуальными предпринимателями.

3.3.4. Предоставление права использования комплекса принадлежащих АО «ТАРКЕТТ РУС» исключительных прав (в том числе права использования товарных знаков АО «ТАРКЕТТ РУС» №№ 553885, 553886 от 07.10.2015, № 469380 от 27.08.2012) по договорам коммерческой концессии, заключенным АО «ТАРКЕТТ РУС» с 25 дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и действующим на период 2019-2021 гг., зарегистрировано в установленном законом порядке в Федеральной службе по интеллектуальной собственности.

Таким образом, Комиссией ФАС России установлено, что указанные договоры коммерческой концессии соответствуют всем признакам договора коммерческой концессии и обязательным требованиям, предусмотренным главой 54 части второй ГК РФ.

3.4. Дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС», с которыми АО «ТАРКЕТТ РУС» заключены договоры коммерческой концессии, действующие в период 2019-2021 гг., фактически используют в предпринимательской деятельности средства индивидуализации (товарные знаки, знаки обслуживания и т. п.) продукции иных производителей напольных покрытий, помимо Ответчика (в том числе путем их размещения на страницах интернет-сайтов, стендах, витринах, шоу-румах, в доменных именах интернет-сайтов) на законных основаниях (в соответствии со статьей 1487 ГК РФ).

ФАС России получена информация о размерах, порядке и основаниях выплаты дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусов / скидок розничным продавцам-участникам программы «Таркетт Точка».

В адрес дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС», с которыми АО «ТАРКЕТТ РУС» заключены договоры коммерческой концессии, действующие в период 2019-2021 гг. (далее — дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС»), ФАС России направлено мотивированное требование от 10.02.2022

№ 05/9950/22 (далее — Запрос № 2), в соответствии с которым указанным дистрибьюторам в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты получения Запроса № 2 представить в ФАС России следующие документы и сведения:

1. Копии соглашений о выплате премий по договорам поставки со всеми неотъемлемыми приложениями (в том числе протоколами к соглашениям о выплате премий), заключенных между дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и АО «ТАРКЕТТ РУС» за период с 01.01.2019 по дату получения Запроса № 2.

2. Сведения о фактическом использовании дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» в предпринимательской деятельности средств индивидуализации (товарных знаков, знаков обслуживания и т. п.) продукции иных производителей напольных покрытий, помимо Ответчика (в том числе путем их размещения на страницах интернет-сайтов, стендах, витринах, шоу-румах, в доменных именах интернет-сайтов и т.п.).

3. Сведения о наличии (отсутствии) у дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС» договоров коммерческой концессии, лицензионных договоров, иных договоров, предоставляющих право использования средств индивидуализации (товарных знаков, знаков обслуживания и т.п.) иных производителей напольных покрытий, помимо Ответчика (в том числе путем размещения средств индивидуализации на страницах интернет-сайтов, стендах, витринах, шоу-румах, в доменных именах интернет-сайтов и т. п.), заключенных с указанными производителями напольных покрытий.

4. Письменные пояснения по вопросу механизма компенсации дистрибьюторам АО «ТАРКЕТТ РУС» со стороны Ответчика денежных средств, уплаченных дистрибьютором в качестве бонуса розничным магазинам-участникам бонусных программ (программ лояльности) АО «ТАРКЕТТ РУС», включая, но не ограничиваясь «Таркетт Точка».

5. Информацию о способах оформления отношений дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС» с иными производителями напольных покрытий, помимо Ответчика, по передаче указанных напольных покрытий для целей

их последующей перепродажи дистрибьютором (договоры купли-продажи, договоры поставки и т. п.).

6. Информацию о размерах, порядке и основаниях выплаты дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусов / скидок розничным продавцам-участникам программы «Таркетт Точка».

По результатам анализа документов и сведений, представленных дистрибьюторами, установлено следующее.

3.4.1. Товарные знаки иных производителей напольных покрытий, помимо АО «ТАРКЕТТ РУС», используются дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» для информирования покупателей относительно потребительских свойств реализуемых товаров, рекламы в целях продвижения товаров, привлечения внимания потребителей к реализуемой продукции путем их размещения на страницах интернет-сайтов, стендах, витринах, шоу-румах на законных основаниях в соответствии со статьей 1487 ГК РФ (исчерпание исключительного права на товарный знак).

3.4.2. У дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС» отсутствуют договоры коммерческой концессии, лицензионные договоры, иные договоры, предоставляющие право использования средств индивидуализации (товарных знаков, знаков обслуживания и т.п.) иных производителей напольных покрытий, помимо АО «ТАРКЕТТ РУС».

3.4.3. Механизм компенсации дистрибьюторам АО «ТАРКЕТТ РУС» со стороны Ответчика денежных средств, уплаченных дистрибьюторами в качестве бонуса розничным магазинам-участникам бонусных программ (программ лояльности) АО «ТАРКЕТТ РУС», включая, но не ограничиваясь «Таркетт Точка», отсутствует.

Бонусы выплачиваются дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» за свой счет. Понесенные расходы на выплату покупателям бонусов дистрибьюторы

АО «ТАРКЕТТ РУС» покрывают за счет дохода от реализации продукции.

3.4.4. Отношения дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС» с иными производителями напольных покрытий, помимо Ответчика, по передаче указанных напольных покрытий для целей их последующей перепродажи дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» оформляются посредством заключения договоров купли-продажи, договоров поставок, дилерских договоров, международных контрактов.

3.4.5. Основанием для выплаты розничным продавцам-участникам программы «Таркетт Точка» бонусов является достижение покупателями согласованного объема закупки товара.

3.4.6. АО «ТАРКЕТТ РУС» выплачивает дистрибьюторам АО «ТАРКЕТТ РУС» премии по договорам поставки напольных покрытий, заключенным между дистрибьюторами и АО «ТАРКЕТТ РУС», в целях стимулирования покупательской активности, поддержки сбыта и дальнейшего роста продаж.

Условием для выплаты премий является выполнение дистрибьюторами целей по закупке товаров по договорам поставки, согласованных сторонами на определенный период (квартал, календарный год).

Размер премий варьируется в зависимости от суммарной стоимости поставленного АО «ТАРКЕТТ РУС» дистрибьюторам товара каждой категории и коллекций или продуктов, определенных приложениями к соглашениям

о выплате премий за период с 01.01.2019 по дату получения Запроса № 2.

3.5. ФАС России проведен опрос розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка» по результатам которого установлено следующее.

Письмом от 11.02.2022 № 05/10011/22 (далее — Запрос № 3) ФАС России у Ответчика истребованы копии соглашений о выплате премий по договорам поставки со всеми неотъемлемыми приложениями (в том числе протоколами к соглашениям о выплате премий), заключенных между АО «ТАРКЕТТ РУС» и дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» за период с 01.01.2019 по дату получения Запроса № 3, а также перечень хозяйствующих субъектов, являющихся участниками программы «Таркетт Точка», согласно Приложению к Запросу № 3.

Письмом от 25.02.2022 № 25 (вх. от 28.02.2022 № 31971-ДСП/22) истребованные Запросом № 3 документы и сведения представлены АО «ТАРКЕТТ РУС» в полном объеме.

Проведя анализ указанных документов и сведений, Комиссия ФАС России выявила следующее:

- подтверждена информация, указанная в пункте 3.4.6 настоящего заключения об обстоятельствах дела № 05/01/10-63/2021;

- перечень участников бонусной программы «Таркетт Точка» включает в себя 371 хозяйствующий субъект, осуществляющий реализацию напольных покрытий, 141 из которых осуществлял закупку линолеума за период с 01.01.2021 по 31.12.2021 на сумму 10 000 000 рублей и более.

С учетом данной информации, ФАС России направила Запрос № 4 в адрес 205 хозяйствующих субъектов-участников программы «Таркетт Точка» (55,26 % от общего числа розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка», сведения о которых имеются в распоряжении Комиссии ФАС России — 371), 141 из которых осуществлял закупку линолеума за период с 01.01.2021 по 31.12.2021 на сумму 10 млн. рублей и более, остальные 64 хозяйствующих субъекта выбраны случайным образом.

В соответствии с Запросом № 4 юридическим лицам, а также индивидуальным предпринимателям надлежало в течение 10 (десяти) рабочих дней с даты получения Запроса № 4 представить:

- 1) копию переписки (в том числе электронной) с АО «ТАРКЕТТ РУС» и (или) с дистрибьютором, с которым адресат сотрудничает, по вопросу участия в программе (программах) лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС» (в том числе по вопросам соблюдения условий указанной программы (указанных программ), отчетности по достижению показателей продаж/представленности продукции АО «ТАРКЕТТ РУС», начисления и выплаты бонусов, и т. п.);
- 2) копию переписки (в том числе электронной) за период с 01.01.2020 по 31.12.2021 с потенциальными поставщиками линолеума на предмет возможности сотрудничества, осуществления и (или) увеличения поставок линолеума других производителей, кроме АО «ТАРКЕТТ РУС» (при наличии такой переписки);
- 3) информацию в соответствии с формой, данной в Приложении к Запросу № 4 (анкета).

В анкету, являющуюся приложением к Запросу № 4, включены следующие вопросы:

1. «Является ли Ваш магазин участником программы лояльности «Таркетт Точка» или иных аналогичных программ лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС» (например, программы «Таркетт витрина», «Лояльный клиент», иной программы)?» (далее — Вопрос 1).
2. «Опишите условия соответствующей программы лояльности, участником которой является Ваш магазин, в том числе правила, критерии начисления бонусов/скидок и т. п.» (далее — Вопрос 2).
3. «Выплачиваются ли Вам бонусы за достижение определенных показателей реализации продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в процентах

от общего объема представленного в вашем магазине товара (напольных покрытий)?» (далее — Вопрос 3).

4. «По Вашей информации, кто непосредственно осуществляет выплаты за участие в программе лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС», и кто производит расчет суммы выплат и контроль за соблюдением условий получения бонусов

за участие в программе лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС» (дистрибьютор, торговый представитель АО «ТАРКЕТТ РУС», иное лицо)?» (далее — Вопрос 4).

5. «Были ли факты применения к Вам штрафных санкций со стороны АО «ТАРКЕТТ РУС» и/или Вашего дистрибьютора, связанных с нарушением требований, предъявляемых в рамках программы лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС», участником которой Вы являетесь, и/или санкций, обусловленных недостаточной представленностью продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в Вашем магазине (в т.ч., уменьшение бонусов/вознаграждения/отказ в поставках определенного ассортимента или объема товара и т. п.)?» (далее — Вопрос 5).

6. «Какой объем от всех напольных покрытий, реализуемых Вашим магазином, составляет продукция АО «ТАРКЕТТ РУС» (в разбивке по ассортименту напольных покрытий)?» (далее — Вопрос 6).

7. «Присутствуют ли в населенном пункте, в котором Вы осуществляете реализацию напольных покрытий, федеральные сети строительных материалов (например, Leroy, OBI, Петрович и т. п.)?» (далее — Вопрос 7).

В настоящее время в ФАС России поступили ответы от 60 хозяйствующих субъектов-участников программы «Таркетт Точка» из 205 адресатов Запроса № 4 (29,27 %).

По результатам анализа имеющихся в распоряжении Комиссии ФАС России документов и сведений установлено следующее.

3.5.1. На Вопрос 1 45 из 60 (75 %) респондентов ответили утвердительно (являются участниками программ лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС», в том числе «Таркетт Точка»), 15 из 60 (25 %) респондентов ответили отрицательно (не являются участниками программ лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС», в том числе «Таркетт Точка» / не осуществляют торговую и иную деятельность / не имеют взаимоотношений с АО «ТАРКЕТТ РУС»).

В приведенной ниже статистике учитываются ответы только тех респондентов, которые ответили утвердительно на Вопрос 1 анкеты,

являющейся приложением к Запросу 4: 45(75 %) респондентов.

3.5.2. Из содержания ответов розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка» на Вопрос 2 анкеты следует, что критериями программы «Таркетт Точка», в том числе, являются:

- оформление торгового зала;
- внешний вид магазина;
- наличие стендов с образцами продукции АО «ТАРКЕТТ РУС»;
- качество сервисного обслуживания покупателей;
- прохождение очного и дистанционного обучения сотрудниками торговой точки;
- оценка качества подготовки продавцов (знание товара, техника продаж) по продукции Tarkett;
- доставка на дом и подъем на этаж;
- укладка напольных покрытий;
- участие в исследовании «Тайный покупатель».

Кроме того, респонденты-участники бонусной программы «Таркетт Точка» в числе основных критериев данной программы указывали следующие:

- «широкий ассортимент продукции ТАРКЕТТ» (анкета ИП Федотова К.А.);
- «количество выставленных стендов по паркету, ламинату, винилу» (анкета ООО «КонтинентСтрой»);
- «ассортимент и выставка продукции» (анкета ООО «Эгида»);
- «магазин обязуется продавать как можно больше продукции ТАРКЕТТ» (письмо ИП Савельева С.Н. от б/д № б/н (вх. от 08.04.2022 № 65347/22));
- «количество выставленных стендов ламината, арт-винила» (письмо ИП Бодакина Е.С. от б/д № б/н (вх. от 22.03.2022 № 51249-ЭП/22));
- «соблюдаются определенные критерии выставки напольных покрытий» (письма ИП Бодакина Е.С. от б/д № б/н (вх. от 22.03.2022 № 51249-ЭП/22), ИП Короленко Е.А. от б/д № б/н (вх. от 30.03.2022 № 57732/22));

- «представленность продукции АО «TARKEET РУС» (письмо ООО «Империал» от 22.03.2022 № 5 (вх. от 28.03.2022 № 55819/22));
- «представленность категорий» (письмо ООО «Два Н» от 24.03.2022 № 908 (вх. от 24.03.2022 № 53352-ЭП/22));
- «максимальная представленность каждой категории напольных продуктов» (письмо ООО «Линолеум КР» от 04.04.2022 № б/н (вх. от 04.04.2022 № 61521-ЭП/22));
- «наличие продукции TARKEET на складе» (письмо ООО «ТПК «Инкомцентр» от 24.03.2022 № 25 (вх. от 30.03.2022 № 58282/22));
- «широкий ассортимент продукции TARKEET», «наличие в постоянной продаже матрицы TARKEET по программе лояльности» (письмо ООО «Первомай» от 18.03.2022 № 4 (вх. от 28.03.2022 № 56117/22));
- «присутствие в ассортименте магазина разных групп товаров производства TARKEET (линолеум, ламинат, ковровое, напольная плитка, плинтус)» (письмо ООО «ДЕКОРАТИВНЫЙ КВАРТАЛ» от б/д № б/н (вх. от 28.03.2022 № 55741/22));
- «широта ассортимента, количество категорий (ламинат, паркет)» (письмо ИП Свечкинене С.Г. от 24.03.2022 № 30 (вх. от 28.03.2022 № 55812/22));
- «размер бонуса рассчитывается в зависимости от представленности различных товарных групп TARKEET» (письмо ООО «Строй.Кабб» от б/д № б/н (вх. от 11.04.2022 № 66925/22));
- «широта и разнообразие ассортимента (наличие товара Tarkett разных ценовых категорий)», «мультикатегорийность (линолеум, ламинат, виниловая плитка, ковролин и ковры)» (анкета ООО «Улыбка»);
- «мы соблюдаем определенный ряд критериев по выставке напольных покрытий (стенды по ламинату, LVT), за что нам начисляется определенное количество баллов» (письмо ИП Самушева Е.А. от 05.04.2022 № б/н (вх. от 12.04.2022 № 68114/22));
- «бонусы выплачиваются дистрибьюторами TARKEET в виде уменьшения кредиторской задолженности за выполнение определенных критериев (за представленную продукцию TARKEET, за размещение определенного торгового оборудования, сервисное обслуживание покупателей и т.д.)» (письмо ИП Вернова Д.В. от 18.03.2022 № б/н (вх. от 31.03.2022 № 58830/22));

- «главным условием программы является представленность ассортимента продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в магазине: линолеум, ламинат, ПВХ плитка и т.д. Чем больше представленность продукции, тем больше бонус» (письмо ООО «Азбука ремонта» от 28.03.2022 № 178 (вх. от 12.04.2022 № 67944/22));
- «магазин должен иметь широкий ассортимент продукции «ТАРКЕТТ»» (письмо ИП Казакова А.И. от 28.03.2022 № 08 (вх. от 12.04.2022 № 67353/22));
- «расширение ассортимента магазина» (письмо ООО «Дедал Плюс» от 24.03.2022 № 1 (вх. от 24.03.2022 № 53537-ЭП/22));
- «идет расчет баллов, учитываются многие критерии, доставка, широкий ассортимент, использование рекламы, выкладка товара» (письмо ООО «Квинта» от 23.03.2022 № 8(вх. от 12.04.2022 № 67320/22));
- «чем шире мы представляем категории в магазине (линолеум, ламинат, LVT, холодная сварка, паркетная доска, плинтус), тем больше баллов получаем» (письмо ООО «Лидер-Сити» от 21.03.2022 № б/н (вх. от 30.03.2022 № 57957/22));
- «представленность определенного ассортимента в товарных группах: линолеум, ламинат, плитка ПВХ» (письмо ООО «Альтерра» от 25.03.2022 № 09/260 (вх. от 30.03.2022 № 58458/22));
- «чем больше категорий представлено в нашем магазине (линолеум, ламинат, ПВХ-плитка, ковры, ковролин, аксессуары), тем больше баллов магазин мы получаем» (письмо ООО «Торговый дом «СтройМир» от 12.04.2022 № б/н (вх. от 12.04.2022 № 67355-ЭП/22));
- «представление продукции ТАРКЕТТ» (анкета ИП Борзина В.Ю.);
- «размер процента зависит от широты ассортимента, подготовки продавцов, от оформления магазина» (анкета ИП Житниковой Н.В.);
- «бонусы начисляются за ассортимент, успешное прохождение продавцами исследования «Тайный покупатель», ежеквартальное обучение (тестирование), размещение рекламной продукции, оформление торгового зала (баннеры, постеры, ценникодержатель)» (письмо ООО Фирма «ВРЕМЯ» от 29.03.2022 № 34 (вх. от 08.04.2022 № 65740/22));
- «количество видов (линолеум, ламинат и т.д.), обучение для продавцов, наличие торгового оборудования в торговом зале, широкий перечень

ассортимента, объем закупаемого товара (руб.)» (письмо ИП Варакиной Е.В. от 01.04.2022 № 3 (вх. от 12.04.2022 № 67920/22));

- «наличие в продаже ламината Таркетт, LVT-плитки Таркетт» (письмо ООО «ТВОЙ ДОМ» от 04.04.2022 № 6 (вх. от 13.04.2022 № 68641/22));

- «широта ассортимента», «количество категорий (линолеум, ламинат, плитка SPC, плитгус)» (письмо ООО «Межрегионсбыт» от 08.04.2022 № МЖ79 (вх. от 15.04.2022 № 71244/22));

- «**представленность продукции Таркетт**» (анкета ИП Ганенко С.А.);

- «расчет бонуса складывается из нескольких критериев: сервис магазина, наличие стендов с образцами, широты представленного ассортимента, участие наших сотрудников в обучающих семинарах» (письмо ООО «Бавария плюс ремонт» от 14.04.2022 № 23 (вх. от 25.04.2022 № 76738/22));

- «иметь широкий ассортимент товаров Таркетт в наличии», «**представленность продукции Таркетт**», «чем больше категорий напольных покрытий Таркетт мы держим в наличии (артвинил, паркетная доска, ламинат, линолеум, плитгуса, аксессуары и т. д.), тем больше баллов получаем» (письмо ООО «Стройопторг» от 23.03.2022 № 160 (вх. от 29.03.2022 № 57531/22)).

Соответственно, 35 (77,78 %) респондентов-участников программы «Таркетт Точка» указали в качестве главного условия / критерия (или одного из условий / критериев) программы «Таркетт Точка» широту / разнообразие /представленность ассортимента продукции АО «ТАРКЕТТ РУС», а также широту / разнообразие категорий напольных покрытий, производимых и реализуемых группой лиц АО «ТАРКЕТТ РУС».

3.5.3. На Вопрос 3 респонденты-участники программы «Таркетт Точка» ответили следующее:

- 1) бонусы по программе «Таркетт Точка» выплачиваются в зависимости от объема закупленного товара АО «ТАРКЕТТ РУС» - 13 (28,89 %) респондентов;
- 2) бонусы по программе «Таркетт Точка» выплачиваются в зависимости от объема реализации(продаж) продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» - 7 (15,56 %) респондентов;
- 3) бонусы не выплачиваются за достижение определенных показателей реализации продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в процентах от общего объема

представленного в магазине товара (напольных покрытий) - ответы «нет», «нет, не выплачиваются» - 11 (24,44 %) респондент;

4) бонусы выплачиваются за достижение определенных показателей реализации продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в процентах от общего объема представленного в магазине товара (напольных покрытий) - ответы «да», «да, раз в квартал» - 2 (4,44 %) респондента);

Иные ответы респондентов-участников программы «Таркетт Точка»:
12 (26,67 %) включали в себя следующее:

1) «выплаты путем уменьшения дебиторской задолженности» (письмо ИП Алферовой Н.В. от 01.04.2022 № 10 (вх. от 13.04.2022 № 68885/22));

2) «бонус зависит от выполнения разных критериев: сервис, обучение, мерчендайзинг и т.д.» (письмо ООО «СТ-Март» от 23.03.2022 № б/н (вх. от 28.03.2022 № 55790/22));

3) «сумма зависела от товарооборота дистрибьютора» - 1 респондент (письмо ИП Свечкинене С.Г. от 24.03.2022 № 30 (вх. от 28.03.2022 № 55812/22));

4) «бонус начисляется на весь оборот по группе товаров ТАРКЕТТ без установления планов» (письмо ИП Свечкинене С.Г. от 24.03.2022 № 30 (письмо ООО «Первомай» от 18.03.2022 № 4 (вх. от 28.03.2022 № 56117/22));

5) «сумма зависит от товарооборота» (письмо ИП Варакиной Е.В. от 01.04.2022 № 3 (вх. от 12.04.2022 № 67920/22));

6) «нет, при определенных критериях: за обучение в академии, знание продукта, грамотную консультацию» (письмо ООО «Квинта» от 23.03.2022 № 8 (вх. от 12.04.2022 № 67320/22));

7) «да, в зависимости от товарооборота» (письмо ООО «Межрегионсбыт» от 08.04.2022 № МЖ79 (вх. от 15.04.2022 № 71244/22));

8) «проценты от показателей не начисляются. Проценты начисляются от общего объема»(анкета ИП Борзина В.Ю.);

9) «бонусы выплачиваются за соответствие вышеперечисленным условиям, в процентном соотношении от оборота продукции Tarkett» (анкета ООО «Улыбка»);

10) «Нет. Дистрибьютор выплачивает бонус от общего объема закупок всех производителей» (анкета ИП Корневой Н.В.);

11) «дистрибьюторы выплачивают бонусы от общего объема» (письмо ИП Казакова А.И. от 28.03.2022 № 08 (вх. от 12.04.2022 № 67353/22));

12) «нет, бонус начисляется не за представленность, процент начисляется от всего закупленного товара от дистрибьютора» (анкета ИП Гаранина А.В).

3.5.4. 45 (100 %) респондентов-участников программы «Таркетт Точка» ответили, что выплаты за участие в программе лояльности осуществляет дистрибьютор АО «ТАРКЕТТ РУС».

Вместе с тем ответы респондентов-участников программы «Таркетт Точка» на вопрос о лице, осуществляющем расчет суммы выплат и контроль

за соблюдением условий получения бонусов за участие в программе лояльности, разнятся. Согласно их ответам таким лицом является:

- непосредственно АО «ТАРКЕТТ РУС» - 1 (2,22 %) респондент (письмо ИП Савельева С.Н. от б/д № б/н (вх. от 08.04.2022 № 65347/22)), в данном письме указано: «мониторит ТАРКЕТТ»;

- дистрибьютор (дистрибьюторы) АО «ТАРКЕТТ РУС» - 12 (26,67 %) респондентов;

- сотрудник дистрибьютора АО «ТАРКЕТТ РУС» - 1 (2,22 %) респондент (письмо ООО Фирма «ВРЕМЯ» от 29.03.2022 № 34 (вх. от 08.04.2022 № 65740/22));

- торговый представитель / представитель / сотрудник АО «ТАРКЕТТ РУС» - 15 (33,33 %) респондентов;

- дистрибьюторы (дистрибьютор, менеджер дистрибьютора) и торговый представитель (представитель, менеджер, сотрудник) АО «ТАРКЕТТ РУС» (совместно) - 6 (13,33 %) респондента.

Кроме того, 7 (15,56 %) респондентов-участников программы «Таркетт Точка» указывали следующее:

1) «мониторинг проводит представитель «ТАРКЕТТ», а дальше все взаимодействие идет через дистрибьютора» (анкета ИП Корневой Н.В., письмо ООО «СТ-Март» от 23.03.2022 № б/н (вх. от 28.03.2022 № 55790/22));

2) «мониторинг проводит представитель «ТАРКЕТТ», а дальше все взаимодействие идет через дистрибьютора» (анкета ИП Корневой Н.В.);

3) «расчет суммы выплат осуществляют торговые представители дистрибьюторов и АО «ТАРКЕТТ РУС», контроль за выплатами осуществляю самостоятельно» (письмо ООО «Строй.Кабб» от б/д № б/н (вх. от 11.04.2022 № 66925/22));

4) «1) сотрудник «ТАРКЕТТ» проводит оценку магазина, 2) окончательное количество выплаты осуществляется дистрибьютором» (письмо ООО «Квинта» от 23.03.2022 № 8 (вх. от 12.04.2022 № 67320/22));

5) «оценку проводит сотрудник АО «ТАРКЕТТ РУС», а окончательную форму и размер бонуса определяет дистрибьютор» (письмо ООО «Стройматериалы-Кумертау» от б/д № б/н (вх. от 19.04.2022 № 72938-ДСП/22));

6) «мониторинг в конце квартала проводит представитель ТАРКЕТТ, а далее выплаты идут через дистрибьютора» (письмо ИП Вернова Д.В. от 18.03.2022 № б/н (вх. от 31.03.2022 № 58830/22));

7) «сотрудник АО «ТАРКЕТТ РУС» периодически посещает магазины с мониторингом, на основе которого рассчитывает количество баллов, по которым начисляются бонусы, затем рекомендует размер бонуса дистрибьютору к выплате, который, в свою очередь, осуществляет выплату»
(письмо ООО «Лидер-Сити» от 21.03.2022 № б/н (вх. от 30.03.2022 № 57957/22)).

3 (6,67%) респондента-участника программы «Таркетт Точка» не представили информацию о лице, осуществляющем расчет суммы выплат и контроль за соблюдением условий получения бонусов за участие в программе лояльности (в том числе оставили данную графу анкеты пустой).

Таким образом, об участии сотрудника АО «ТАРКЕТТ РУС» (представителя, торгового представителя) или непосредственно АО «ТАРКЕТТ РУС» в процедуре расчета суммы выплат и контроля за соблюдением условий получения бонусов за участие в программе лояльности сообщили 29 (64,44 %) респондентов-участников программы «Таркетт Точка».

3.5.5. На Вопрос 5 все 45 респондентов-участников программы «Таркетт Точка» (100 %) ответили отрицательно: штрафные санкции со стороны АО «ТАРКЕТТ РУС» и/или дистрибьютора АО «ТАРКЕТТ РУС», связанные с нарушением требований, предъявляемых в рамках программы

Лояльности

АО «ТАРКЕТТ РУС», участниками которой респонденты являются, и/или санкции, обусловленные недостаточной представленностью продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в магазинах (в т.ч., уменьшение бонусов/вознаграждения/отказ в поставках определенного ассортимента или объема товара и т. п.), к респондентам не применялись.

3.5.6. В ответ на Вопрос 6 респонденты-участники программы «Таркетт Точка» указали, что объем продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» (в процентах от всех реализуемых торговой точкой напольных покрытий) составляет более 60 %

в категориях:

- линолеум (с учетом бытового, коммерческого, полукommerческого): 29 (64,44 %) респондентов;

- виниловая плитка: 10 (22,22 %) респондентов;

- ламинат: 3 (6,67 %) респондента;

- паркет : 4 (8,89 %) респондента;

- иные : 1 (2,22 %) респондент.

Часть респондентов-участников программы «Таркетт Точка» (5 (11,11 %)) указали, что они не ведут учет данной информации или у них отсутствует техническая возможность ее представления.

Таким образом, объем продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» (в процентах от всех реализуемых торговой точкой напольных покрытий) более чем у половины (64,44 %) респондентов-участников программы «Таркетт Точка» составляет более 60 % в категории «линолеум» (с учетом бытового, коммерческого, полукommerческого).

3.5.7. На Вопрос 7 респонденты-участники программы «Таркетт Точка» ответили, что в населенных пунктах, в которых они осуществляют реализацию напольных покрытий:

1) отсутствуют федеральные сети строительных материалов — 23 (51,11 %) респондента;

2) присутствуют федеральные сети строительных материалов — 18 (40 %) респондентов;

3) отсутствуют федеральные сети строительных материалов, однако имеются относительно крупные локальные или региональные сети /

другие достаточно крупные магазины- 3 (6,67 %) респондента;

4) отсутствуют федеральные сети строительных материалов, но есть крупные магазины, торгующие другим ассортиментом (магазин «Интерьер») — 1 респондент (2,22 %) (анкета ИП Корневой Н.В.).

Более чем у половины респондентов-участников программы «Таркетт Точка» (51,11 %) в населенном пункте, в котором они осуществляют реализацию напольных покрытий, отсутствуют федеральные сети строительных материалов.

3.5.8. Копии переписки (в том числе электронной) с АО «ТАРКЕТТ РУС» и (или) с дистрибьютором, с которым адресат сотрудничает, по вопросу участия в программе (программах) лояльности АО «ТАРКЕТТ РУС» (в том числе по вопросам соблюдения условий указанной программы (указанных программ), отчетности по достижению показателей продаж/представленности продукции АО «ТАРКЕТТ РУС», начисления и выплаты бонусов, и т. п.), не представлены 30(66,67 %) адресатами Запроса № 4, из них по следующим причинам:

- осуществляется регулярная очистка электронной почты — 4 (13,33 %) респондентов);

- переписка не сохранилась / не архивировалась — 6 (20 %) респондентов);

- коммуникация велась устно: по телефону / в очном режиме при личных встречах — 6 (20 %) респондентов);

- переписка не велась — 2 (6,67 %) респондентов);

- отсутствует / не представлена (без указания конкретных причин) — 12 (40 %) респондентов).

По результатам анализа имеющейся в распоряжении Комиссии ФАС России переписки, представленной хозяйствующими субъектами во исполнение пункта 1 Запроса № 4, установлено:

- торговые представители АО «ТАРКЕТТ РУС» каждый квартал осуществляют сбор данных розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка» (в частности, об объемах закупки продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» у дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС», об объемах продаж продукции АО «ТАРКЕТТ РУС») для целей расчета и выплаты ретро-бонусов по данной программе, в том числе путем направления представителям розничных магазинов форм таблиц для заполнения по электронной почте (письма ООО «Венас» от 17.03.2022 № 170332-1 (вх. от 23.03.2022 № 52358/22), ООО «ТПК «Инкомцентр» от 24.03.2022 № 25

(вх. от 30.03.2022 № 58282/22), ООО «Линолеум КР» от 04.04.2022 № 6/н (вх. от 04.04.2022 № 61521-ЭП/22), анкета и документы ООО «КонтинентСтрой»);

- **форма таблицы для заполнения включает в себя данные по объему продаж (в метрах квадратных) различных категорий напольных покрытий производства группы лиц АО «ТАРКЕТТ РУС» в соотношении с общим объемом продаж розничного магазина в течение одного квартала с разбивкой по месяцам** (письмо ООО «Венас» от 17.03.2022 № 170332-1 (вх. от 23.03.2022 № 52358/22)).

3.5.9. Копии переписки (в том числе электронной) за период с 01.01.2020 по 31.12.2021 с потенциальными поставщиками линолеума на предмет возможности сотрудничества, осуществления и (или) увеличения поставок линолеума других производителей, кроме АО «ТАРКЕТТ РУС», не представлены 40 (88,89 %) адресатами Запроса № 4, из них по следующим причинам:

- осуществляется регулярная очистка электронной почты — 6 (15 %) респондентов);

- переписка не сохранилась / не архивировалась — 6 (15 %) респондентов);

- коммуникация велась устно: по телефону / в очном режиме при личных встречах — 5 (12,5 %) респондентов);

- переписка не велась — 2 (5 %) респондентов);

- отсутствует / не представлена (без указания конкретных причин) - 21(52,5 %) респондентов).

Имеющаяся переписка свидетельствует о том, что 2 розничных магазина-участника программы «Таркетт Точка» ведут коммуникацию посредством электронной почты с иными производителями напольных покрытий / их дистрибьюторами о ценах на продукцию, акциях, а также о закупке продукции (письмо ООО «ТПК «Инкомцентр» от 24.03.2022 № 25 (вх. от 30.03.2022 № 58282/22), анкета и документы ООО «КонтинентСтрой», представленные в ответ на мотивированное требование ФАС России от 05.03.2022 № 05/17642/22).

3.6. 9 респондентов-участников программы «Таркетт Точка» (20 %) сообщили, что премия (бонусы) по программе «Таркетт Точка» начисляются **путем уменьшения дебиторской задолженности соответствующего розничного магазина за поставленный дистрибьютором АО «ТАРКЕТТ РУС» товар.**

3.7. ФАС России установлено, что 1 респондент, **не являющийся участником бонусных программ АО «ТАРКЕТТ РУС» (включая «Таркетт Точка»)**, тем не менее получает бонус «от всего объема закупа товара» (письмо ООО «Хозяюшка» от 04.04.2022 № 18 (вх. от 12.04.2022 № 68019/22).

IV. После полного и всестороннего изучения обстоятельств настоящего дела, оценив доказательства и доводы, представленные Ответчиком и Заинтересованными лицами, Комиссия ФАС России пришла к следующим выводам.

4.1. АО «ТАРКЕТТ РУС» в период с 01.01.2018 по 31.12.2021 гг. занимает доминирующее положение на рынке линолеума в Российской Федерации с долей более 50 %.

Комиссия ФАС России принимает выводы, изложенные в Аналитическом отчете от 26.04.2022.

4.2. АО «ТАРКЕТТ РУС» с 27.07.2018 по дату принятия настоящего решения злоупотребляет доминирующим положением на рынке линолеума в Российской Федерации, путем создания препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, выразившихся во включении в заключенные с дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» договоры коммерческой концессии запретов на реализацию линолеума иных производителей на территориях продаж пользователей (дистрибьюторов).

Согласно копиям договоров коммерческой концессии, имеющихся в материалах рассматриваемого дела:

- дистрибьютор обязуется не осуществлять реализацию товаров и/или аналогичных товаров с использованием знаков обслуживания (товарных знаков) или коммерческих обозначений других правообладателей;

- дистрибьютор обязан не рекламировать, не иметь в торговом предложении, не иметь на складе и не осуществлять реализацию аналогичных товаров других производителей, за исключением ламинированных полов и аксессуаров для укладки и ухода за напольными покрытиями.

Ограничительные условия, установленные указанными пунктами договоров коммерческой концессии, заключенных АО «ТАРКЕТТ РУС» с дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС», не затрагивают осуществления исключительных прав АО «ТАРКЕТТ РУС», а касаются продукции и исключительных прав третьих лиц, в том числе, Заинтересованных лиц.

Возможность обращения в суд с иском о признании недействительным договора коммерческой концессии не лишает антимонопольный орган права возбуждать и рассматривать дела в отношении действий сторон договора коммерческой концессии (пункт 3 статьи 1033 ГК РФ).

Кроме того, возможность включения в договоры коммерческой концессии условий, противоречащих антимонопольному законодательству, не предусмотрена ГК РФ, что следует из нормы, содержащейся в пункте 3 статьи 1033 ГК РФ.

Несмотря на то, что договоры коммерческой концессии, заключенные между АО «ТАРКЕТТ РУС» и дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и действующие в период 2019-2021 гг., соответствуют всем признакам договора коммерческой концессии и обязательным требованиям, предусмотренным главой 54 части второй ГК РФ (пункт 3.3 настоящего решения), указанные договоры могут содержать условия, которые могут быть признаны противоречащими антимонопольному законодательству.

В этой связи, соответствие указанных договоров положениям ГК РФ не исключает возможности проверки ФАС России договоров (отдельных положений договоров) на предмет их соответствия антимонопольному законодательству, в частности, статье 10 Закона о защите конкуренции.

Комиссия ФАС России отмечает, что запрет дистрибьюторам на реализацию товаров иных производителей действует в отношении, в том числе, линолеума, т. е. товарного рынка на котором установлено доминирующее положение Ответчика.

С учетом изложенного, Комиссия ФАС России установила, что действия Ответчика, занимающего доминирующее положение на рынке линолеума с долей более 50 %, могут привести к ограничению конкуренции путем создания препятствий доступу конкурентов к каналу реализации напольных покрытий (в том числе, линолеума) через дистрибьюторов.

4.3. АО «ТАРКЕТТ РУС» координирует экономическую деятельность хозяйствующих субъектов (розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка») путем реализации АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусной программы «Таркетт Точка», предусматривающей выплату бонусов (премий) в зависимости от широты представленности и объема реализации линолеума производства АО «ТАРКЕТТ РУС» относительно объема реализации линолеума производства конкурентов. Указанная координация экономической деятельности приводит к последствиям, поименованным в пункте 5 части 1 статьи 11 Закона о

защите конкуренции (отказ от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками)).

Согласно пункту 14 статьи 4 Закона о защите конкуренции, координация экономической деятельности - согласование действий хозяйствующих субъектов третьим лицом, не входящим в одну группу лиц ни с одним из таких хозяйствующих субъектов и не осуществляющим деятельности на товарном рынке, на котором осуществляется согласование действий хозяйствующих субъектов.

Комиссией ФАС России установлено, что АО «ТАРКЕТТ РУС», дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС» и розничные магазины-участники программы «Таркетт Точка» не входят в одну группу лиц.

Кроме того, установлено, что АО «ТАРКЕТТ РУС», дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС» и розничные магазины-участники бонусной программы «Таркетт Точка» осуществляют хозяйственную деятельность на разных товарных рынках:

- группа лиц АО «ТАРКЕТТ РУС» осуществляет производство (АО «ТАРКЕТТ») и реализацию (АО «ТАРКЕТТ РУС») напольных покрытий хозяйствующим субъектам, приобретающим данную продукцию на постоянной основе с целью ее дальнейшей перепродажи (дистрибьюторы напольных покрытий, сети DIY: «Castorama», «Leroy Merlin», «Бауцентр» и т. п.);
- дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС» не производят напольные покрытия, а осуществляют их реализацию индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам, в том числе розничным магазинам-участникам бонусной программы «Таркетт Точка»;
- розничные магазины-участники бонусной программы «Таркетт Точка» реализуют напольные покрытия конечным потребителям (физическим и юридическим лицам), приобретающим данную продукцию не на постоянной основе, а единоразово, для собственного потребления с длительным сроком эксплуатации;
- АО «ТАРКЕТТ РУС» не осуществляет реализацию напольных покрытий конечным потребителям.

Прямые договоры между АО «ТАРКЕТТ РУС» и розничными магазинами-участниками программы «Таркетт Точка» (в том числе, договоры купли-продажи, договоры поставки, договоры, предоставляющие розничным магазинам права на использование средств индивидуализации АО «ТАРКЕТТ РУС») отсутствуют, что Ответчиком также не оспаривается.

В материалах рассматриваемого дела имеется таблица, содержащая формулу расчета бонусов по программе «Таркетт Точка». Данная формула показывает, что размер бонуса зависит **от соотношения на полке продукции**

АО «ТАРКЕТТ РУС» и его конкурентов (что также подтверждается ответами участников программы «Таркетт Точка»): если этот критерий не выполняется, размер бонуса автоматически равняется нулю.

При этом максимальный размер бонуса, который может быть получен, если доля продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» на полке достигает 100 % и соблюдаются иные критерии, указанные в данной формуле, составляет 8 %.

Согласно информации, представленной АО «ТАРКЕТТ РУС» письмом от 25.03.2022 № ES/1051/2022 (вх. от 25.03.2022

№ 54668-ДСП/22), представленность продукции АО «ТАРКЕТТ РУС»⁹ в 2019-2021 гг. в 301 розничном магазине-участнике программы «Таркетт Точка» из 345 указанных в данном письме (87,25 %) составляла более 65 %¹⁰.

Большинство участников программы «Таркетт Точка», опрошенных ФАС России посредством направления в их адрес Запроса 4 (64,44 %), указали, что объем продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» в процентах от всех реализуемых данными хозяйствующими субъектами напольных покрытий составляет более 60 % в категории «линолеум».

Более половины опрошенных участников программы «Таркетт Точка» (51,11 %) сообщили, что в населенных пунктах, в котором они осуществляют реализацию напольных покрытий, отсутствуют федеральные сети строительных материалов.

Соответственно, доступ конкурентов АО «ТАРКЕТТ РУС», в том числе, заинтересованных лиц, к покупателям напольных покрытиях в данных населенных пунктах, через указанные сети строительных материалов (канал DIY) невозможен.

Согласно материалам, представленным дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» и розничными магазинами-участниками программы «Таркетт Точка» в ответ на Запросы №№3-4, сотрудники АО «ТАРКЕТТ РУС» (представители, торговые представители) принимают участие в процедуре расчета суммы выплат и контроля за соблюдением условий получения бонусов за участие в программе лояльности «Таркетт Точка» посредством:

1. Оценки качества торговой деятельности розничных магазинов-участников данной программы.

2. Сбора информации у розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка» об объемах закупки продукции АО «ТАРКЕТТ РУС» у дистрибьюторов АО «ТАРКЕТТ РУС», об объемах продаж продукции АО «ТАРКЕТТ РУС», на ежеквартальной основе, в том числе посредством направления розничным магазинам-участникам программы «Таркетт Точка» формы таблицы для заполнения.

Комиссия ФАС России обращает внимание, что форма таблицы для заполнения включает в себя данные по объему продаж (в метрах квадратных) различных категорий напольных покрытий производства группы лиц

АО «ТАРКЕТТ РУС» в соотношении с общим объемом продаж розничного магазина в течение одного квартала с разбивкой по месяцам.

3. Предоставления указанной информации дистрибьюторам АО «ТАРКЕТТ РУС» для целей выплаты бонусов.

В материалах настоящего дела имеется информационное письмо АО «ТАРКЕТТ РУС» от 14.02.2017 № б/н, представленное заинтересованными лицами. В данном информационном письме, в частности, указано, что размер бонусов, которые дистрибьюторы АО «ТАРКЕТТ РУС» транслируют розничным магазинам, не должен превышать размер заработанных бонусов согласно принципам начисления баллов участникам программы «Таркетт Точка».

Соответственно, АО «ТАРКЕТТ РУС» определяет, как бонус должен считаться для того, чтобы не нарушить экономику проекта. Кроме того, Ответчик **располагает информацией о том, какие и сколько бонусов выплачивается розничным магазинам.**

Аналогичное утверждение содержится и в презентации АО «ТАРКЕТТ РУС» «Организация продаж продукции Tarkett в России: анализ ситуации и тенденции успешного развития», приобщенной к материалам настоящего дела о нарушении антимонопольного законодательства: «Бонус транслируется локальными дистрибуторами».

Представленной заинтересованными лицами Перепиской подтверждается, что розничные магазины отказывают конкурентам Ответчика (в частности, заинтересованным лицам) в закупке расширенного ассортимента, в увеличении объемов и представленности их продукции, со ссылкой на участие в программе «Таркетт Точка».

Комиссия ФАС России отмечает, что согласно ответам на Запрос № 4 часть розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка» (9 респондентов-участников программы «Таркетт Точка» (20 %),

направивших ответ на Запрос № 4) ежеквартально получают премии (бонусы) по указанной программе **путем уменьшения их дебиторской задолженности за поставленный дистрибьютором АО «ТАРКЕТТ РУС» товар.**

При невыполнении розничным магазином-участником критериев программы «Таркетт Точка» и невыплате данному розничному магазину дистрибьютором АО «ТАРКЕТТ РУС» премии в виде уменьшения дебиторской задолженности, розничный магазин будет обязан выплатить сумму дебиторской задолженности в полном объеме.

Соответственно, экономическим стимулом участия указанных розничных магазинов в программе «Таркетт Точка» является снижение уже существующей дебиторской задолженности за продукцию АО «ТАРКЕТТ РУС»,

а не получение дополнительных денежных средств, которыми розничный магазин был бы вправе свободно распоряжаться.

Кроме того, Комиссией ФАС России установлено, что Заинтересованные лица осуществляют реализацию напольных покрытий, в том числе, посредством заключения договоров с розничными магазинами напрямую.

Переключение указанных розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка» на других производителей напольных покрытий, в том числе, Заинтересованных лиц (заключение непосредственно с указанными производителями договоров поставки напольных покрытий или иных договоров, опосредующих передачу товара в собственность покупателя),

при возникновении соответствующего намерения розничного магазина может быть сопряжено с дополнительными издержками, связанными:

- с погашением уже существующей дебиторской задолженности;
- с приобретением нового товара таких производителей.

Таким образом, участие указанных розничных магазинов в программе «Таркетт Точка» может препятствовать заключению договоров между розничными магазинами, получающими премии (бонусы) путем уменьшения дебиторской задолженности, и иными производителями напольных покрытий.

Вместе с тем, безотносительно конкретного вида выплаты бонусов (путем уменьшения / списания дебиторской задолженности или в ином виде), вывод Комиссии ФАС России о том, что переключение розничных магазинов на сотрудничество с конкурентами Ответчика сопряжено со

значительными издержками, справедлив для всех участников бонусной программы «Таркетт Точка» - розничные магазины заинтересованы в бонусах, предоставляемых

АО «ТАРКЕТТ РУС» и не готовы нести расходы, связанные с переключением на конкурентов Ответчика. При этом Заинтересованные лица, являясь конкурентами АО «ТАРКЕТТ РУС», не имеют возможности предложить розничным магазинам условия, сопоставимые с теми, которые предлагает Ответчик:

1) в силу недостаточности производственных мощностей и невозможности организовать бесперебойные поставки продукции;

2) в силу невозможности осуществлять выплаты розничным магазинам в размере, превышающем бонусы Ответчика.

АО «ТАРКЕТТ РУС» координирует экономическую деятельность хозяйствующих субъектов (розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка») путем реализации АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусной программы «Таркетт Точка», предусматривающей выплату бонусов (премий) в зависимости от широты представленности и объема реализации линолеума производства

АО «ТАРКЕТТ РУС» относительно объема реализации линолеума производства конкурентов. Указанная координация экономической деятельности приводит

к последствиям, поименованным в пункте 5 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции (отказ от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками)).

При этом Комиссия ФАС России особо отмечает, что координация АО «ТАРКЕТТ РУС» экономической деятельности хозяйствующих субъектов будет заключаться и в реализации любой другой бонусной программы, помимо программы «Таркетт Точка», если существом такой программы является стимулирование (премирование, бонусирование) хозяйствующих субъектов

с целью их отказа от сотрудничества с конкурентами АО «ТАРКЕТТ РУС», занимающего доминирующее положение на рынке линолеума (в том числе,

в части приобретения и дальнейшей реализации продукции конкурентов).

V. После полного и всестороннего изучения обстоятельств настоящего дела, оценив доказательства и доводы, представленные Ответчиком и Заинтересованными лицами, Комиссия ФАС России пришла к следующим выводам.

5.1. АО «ТАРКЕТТ РУС» в период с 01.01.2018 по 31.12.2021 гг. занимает

доминирующее положение на рынке линолеума в Российской Федерации с долей более 50 %.

5.2. АО «ТАРКЕТТ РУС» с 27.07.2018 по дату принятия настоящего решения злоупотребляет доминирующим положением на рынке линолеума в Российской Федерации путем создания препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, выразившихся во включении в заключенные с дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» договоры коммерческой концессии запретов на реализацию линолеума иных производителей на территориях продаж пользователей (дистрибьюторов).

5.3. АО «ТАРКЕТТ РУС» координирует экономическую деятельность хозяйствующих субъектов (розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка») путем реализации АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусной программы «Таркетт Точка», предусматривающей выплату бонусов (премий) в зависимости от широты представленности и объема реализации линолеума производства АО «ТАРКЕТТ РУС» относительно объема реализации линолеума производства конкурентов. Указанная координация экономической деятельности приводит к последствиям, поименованным в пункте 5 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции (отказ от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками)).

5.4. Результатом действий АО «ТАРКЕТТ РУС» по созданию препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, выразившихся во включении в договоры с дистрибьюторами запретов на реализацию линолеума иных производителей на территориях продаж пользователей (дистрибьюторов) с 27.07.2018 по дату принятия настоящего решения, может являться ограничение конкуренции.

В соответствии с разъяснением Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 8 «О применении положений статьи 10 Закона о защите конкуренции», утвержденным протоколом Президиума ФАС России от 07.06.2017 № 11, злоупотребление доминирующим положением характеризуется следующей совокупностью взаимосвязанных признаков:

- 1) доминирующее положение хозяйствующего субъекта;
- 2) совершение хозяйствующим субъектом действия (бездействия);
- 3) наступление или возможность наступления негативных последствий в виде недопущения, ограничения, устранения конкуренции и (или)

ущемление интересов других лиц (хозяйствующих субъектов) в сфере предпринимательской деятельности, либо неопределенного круга потребителей;

4) наличие объективной взаимосвязи между доминирующим положением, совершением деяния и его негативными последствиями либо возможностью наступления таких последствий.

АО «ТАРКЕТТ РУС» в период с 01.01.2018 по 31.12.2021 гг. занимает доминирующее положение на рынке линолеума в Российской Федерации с долей более 50 %.

Согласно пункту 17 статьи 4 Закона о защите конкуренции признаки ограничения конкуренции - сокращение числа хозяйствующих субъектов, не входящих в одну группу лиц, на товарном рынке, рост или снижение цены товара, не связанные с соответствующими изменениями иных общих условий обращения товара на товарном рынке, отказ хозяйствующих субъектов,

не входящих в одну группу лиц, от самостоятельных действий на товарном рынке, определение общих условий обращения товара на товарном рынке соглашением между хозяйствующими субъектами или в соответствии

с обязательными для исполнения ими указаниями иного лица либо в результате согласования хозяйствующими субъектами, не входящими в одну группу лиц, своих действий на товарном рынке, **иные**

обстоятельства, создающие возможность для хозяйствующего субъекта или нескольких хозяйствующих субъектов в одностороннем порядке воздействовать

на общие условия обращения товара на товарном рынке, а также установление органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями, участвующими в предоставлении государственных или муниципальных услуг, при участии в предоставлении таких услуг требований к товарам или к хозяйствующим субъектам,

не предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Комиссией ФАС России установлено, что с 27.07.2018 по дату принятия настоящего решения АО «ТАРКЕТТ РУС» создает препятствия доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, выразившиеся во включении в заключенные с дистрибьюторами

АО «ТАРКЕТТ РУС» договоры коммерческой концессии запретов на реализацию линолеума иных производителей на территориях продаж пользователей (дистрибьюторов).

Результатом совершения указанных действий занимающим доминирующее хозяйствующим субъектом (АО «ТАРКЕТТ РУС») может являться ограничение конкуренции путем создания препятствий доступу конкурентов (в частности, Заинтересованных лиц) к каналу реализации напольных покрытий (в том числе, линолеума) через дистрибьюторов.

В соответствии с пунктом 9 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции запрещаются действия занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам.

Согласно части 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции физическим лицам, коммерческим организациям и некоммерческим организациям запрещается осуществлять координацию экономической деятельности хозяйствующих субъектов, если такая координация приводит к любому из последствий, которые указаны в частях 1 - 3 статьи 11 Закона о защите конкуренции), которые не могут быть признаны допустимыми в соответствии со статьями 12 и 13 Закона о защите конкуренции или которые не предусмотрены федеральными законами.

Комиссия ФАС России, учитывая совокупность имеющихся доказательств, установила, что АО «ТАРКЕТТ РУС» нарушило пункт 9 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции путем создания препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, выразившихся во включении в заключенные с дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» договоры коммерческой концессии запретов на реализацию линолеума иных производителей на территориях продаж пользователей (дистрибьюторов) с 27.07.2018 по дату принятия настоящего решения, а также часть 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции путем осуществления координации экономической деятельности хозяйствующих субъектов (розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка») посредством реализации АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусной программы «Таркетт Точка», предусматривающей выплату бонусов (премий) в зависимости от широты представленности и объема реализации линолеума производства АО «ТАРКЕТТ РУС» относительно объема реализации линолеума производства конкурентов. Указанная координация экономической деятельности приводит к последствиям, поименованным в пункте 5 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции (отказ от

заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками)).

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-3 статьи 41, частью 1 статьи 49 Закона о защите конкуренции, Комиссия ФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать АО «ТАРКЕТТ РУС» нарушившим пункт 9 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции путем создания препятствий доступу на товарный рынок другим хозяйствующим субъектам, выразившихся во включении в заключенные с дистрибьюторами АО «ТАРКЕТТ РУС» договоры коммерческой концессии запретов на реализацию линолеума иных производителей на территориях продаж пользователей (дистрибьюторов) с 27.07.2018 по дату принятия настоящего решения.

2. Признать АО «ТАРКЕТТ РУС» нарушившим часть 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции путем осуществления координации экономической деятельности хозяйствующих субъектов (розничных магазинов-участников программы «Таркетт Точка») посредством реализации АО «ТАРКЕТТ РУС» бонусной программы «Таркетт Точка», предусматривающей выплату бонусов (премий) в зависимости от широты представленности и объема реализации линолеума производства АО «ТАРКЕТТ РУС» относительно объема реализации линолеума производства конкурентов. Указанная координация экономической деятельности приводит к последствиям, поименованным в пункте 5 части 1 статьи 11 Закона о защите конкуренции (отказ от заключения договоров с определенными продавцами или покупателями (заказчиками)).

3. Выдать АО «ТАРКЕТТ РУС» предписание о прекращении злоупотребления АО «ТАРКЕТТ РУС» доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции, а также о прекращении иных нарушений антимонопольного законодательства, предусмотренных частью 5 статьи 11 Закона о защите конкуренции, а именно, координации экономической деятельности хозяйствующих субъектов.

<...>

1 Товар — напольные покрытия ПВХ (в т.ч. покрытия ПВХ модульные), ламинированные полы, паркетная доска, аксессуары для укладки и ухода за напольными покрытиями, иная продукция под товарными знаками «TARKETT», «Синтерос» и другими, приобретаемая пользователем у правообладателя по Договору поставки для последующей перепродажи.

2 Аналогичный товар — товар, который по своему функциональному назначению, применению, качественным и/или техническим характеристикам полностью идентичен Товару, или при отсутствии полной идентичности имеющий характеристики, близкие к характеристикам Товара, например, сходные составляющие материалы, применение, использование и функции.

3 Методология и методы социологических исследований: пособие / Кучко Е.Е., Бурова С.Н., Филинская Л.В. – Минск : БГУ, 2018. – 251 с. (Кафедра социологии).

4 Заключение эксперта <...> по результатам проведения внесудебной экспертизы в рамках договора № К.244-22 от 03.02.2022 (ЛССТЭ и ПР НИУ МГСУ).

5 Заключение специалиста <...> от 22.11.2021, стр. 57.

6 «Постатейный комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть вторая» (Гришаев С.П., Свит Ю.П., Богачева Т.В.) (Подготовлен для системы КонсультантПлюс, 2021).

7 Нормативы по рабочему времени для укладки ламината отсутствуют в ГЭСН-2020, в связи с чем приведены наиболее близкие варианты укладки напольных покрытий.

8 Осуществляемая пользователем предпринимательская деятельность по реализации товара, в том числе, но не ограничиваясь, в виде комиссионной, оптовой или розничной торговли.

9 Объем линолеума АО «TARKETT РУС» в процентах от всех реализуемых напольных покрытий.

10 Данные однократного ежегодного мониторинга розничных точек, выполненного сотрудниками АО «TARKETT РУС».