

РЕШЕНИЕ

27.11.2012

г. Пенза

Резолютивная часть решения объявлена 13 ноября 2012 года.

В полном объеме решение изготовлено 27 ноября 2012 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области по рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства в составе:

- Бутузовой Т.В. – заместителя руководителя, председателя Комиссии;
- Сорокиной Н.В. – начальника отдела антимонопольного контроля и естественных монополий, члена Комиссии,
- Францевой Е.В. - главного специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и естественных монополий;
- Кузнецовой Н.Е. – ведущего специалиста-эксперта отдела антимонопольного контроля и естественных монополий, члена Комиссии,

при участии:

со стороны ОАО Молочный комбинат «Пензенский»:

- <...> – юрисконсульта общества, по доверенности от 15.10.2012 № б/н;

рассмотрев дело № 2-15/01-2012 по признакам нарушения ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» (ул. Курская, д. 70, г. Пенза) требований части 1 статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о торговле»),

УСТАНОВИЛА:

Пензенским УФАС России по обращению Координационного совета при Правительстве Пензенской области по вопросам развития торговой деятельности и реализации законодательства РФ в области торговли в Пензенской области от 20.06.2012, на основании приказа от 09.07.2012 № 113 была проведена внеплановая выездная проверка в отношении ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» (далее - ОАО Молком, Общество) на предмет соблюдения требований антимонопольного законодательства, включая требования Закона о торговле.

По результатам проведенной проверки в действиях ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» выявлены признаки нарушения части 1 статьи 13 Закона о торговле, выразившиеся в создании дискриминационных условий для иных хозяйствующих субъектов, в результате установления для своих контрагентов неравных условий при предоставлении соответствующих скидок.

Приказом Пензенского УФАС от 20.09.2012 № 157 в отношении ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» возбуждено дело № 2-15/01-2012 о нарушении

антимонопольного законодательства.

На заседании Комиссии представитель ОАО Молком пояснил, что согласно положению о ценообразовании в отношении выпускаемой продукции покупатели ОАО Молком разделены на группы. Для каждой группы покупателей установлена соответствующая система скидок. Сообщил, что, по мнению Общества, применение в отношении контрагентов указанной системы скидок, в том числе предоставление торговым объектам ОАО Молком скидки в размере 5 % от цены, установленной в прайс-листе, независимо от поставляемых объемов продукции не создает дискриминационных условий для контрагентов Общества.

Изучив материалы дела и представленные доказательства, выслушав объяснения лиц, участвующих в деле, Комиссией установлено следующее.

В соответствии с Уставом Общества, утвержденным протоколом общего собрания акционеров от 20 июня 2002 г. № 12, а также Выпиской из Единого государственного реестра юридических лиц от 21.05.2012 № 1228 основным видом экономической деятельности ОАО «Молком» является переработка молока и производство сыра.

Из представленных ОАО «Молком» документов следует, что проверяемое лицо также осуществляет деятельность по оптовой и розничной торговле молочными продуктами.

Контрагентами реализации продукции ОАО «Молком» являются хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность по продаже продовольственными товарами посредством организации торговой сети (далее – торговая сеть), предприятия оптовой и розничной торговли (крупные, средние и мелкие). Кроме того, ОАО «Молком» реализует свою продукцию самостоятельно через фирменные магазины.

Согласно имеющимся в материалах дела документам ОАО Молком на основании договоров аренды (от 10.11.2005 № 3556, от 01.03.2012 № 12, от 01.01.2012 № 41, от 15.05.2012 № 08/И, от 02.07.2012 № б/н), договоров субаренды (от 01.04.2012 № 2, от 01.04.2012 № 26, от 13.07.2012 № 23/29/12-А5), договоров о предоставлении торгового места (от 01.04.2012 № б/н, от 24.04.2012 № б/н, от 15.12.2011 б/н, от 04.07.2012 № б/н) имеет торговые объекты по реализации молока и молочной продукции, находящиеся под общим управлением и расположенных на территории г. Пенза.

Пунктами 4 и 8 статьи 2 Закона о торговле установлено, что торговая сеть - совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением, или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации, торговый объект - здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.

В соответствии с приведенными нормами Закона о торговле ОАО «Молком» является хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, и одновременно само относится к

хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети.

Как следует из акта от 09.08.2012 № 18, составленного по результатам проводимой проверки, ценовые условия поставок, производимой ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» продукции установлены Положением о ценообразовании в отношении продукции выпускаемой ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» (далее - Положение о ценообразовании), утвержденным приказом генерального директора Общества от 24 апреля 2012 года.

Согласно указанному Положению отпускные цены на вырабатываемую продукцию утверждаются генеральным директором предприятия и отражаются в базовом прайс-листе.

В зависимости от назначения по каналам сбыта покупатели продукции ОАО Молком подразделяются на следующие группы:

- сетевые торговые сети и магазины, подразделяемые на федеральные, региональные (Поволжского региона и областные) и местные (локальные) (далее – «Сети»);
- розничные продажи через мелких и крупных индивидуальных предпринимателей и юридических лиц (далее – «Розница»), которые в свою очередь подразделяются на крупную и мелкую «Розницу»;
- собственная торговля (далее – фирменная торговля ОАО «Молком»);
- юридические лица и индивидуальные предприниматели без образования юридического лица, осуществляющие поставки продукции на муниципальные и государственные нужды (далее – «Госзаказ»);
- юридические лица и индивидуальные предприниматели без образования юридического лица, которым осуществляются оптовые поставки (далее- «Опт»);
- юридические лица и индивидуальные предприниматели без образования юридического лица, занимающиеся продвижением продукции Поставщика на рынке с определенной сторонами географической территорией (далее – «Регионы»).

Письмом от 16.07.2012 № 1656/041 ОАО Молком указало, что контрагентами, относящимися к федеральным торговым сетям, являются <...>, <...>, <...>, <...>... контрагентом ОАО Молком - региональной торговой сетью является <...>.

Из Положения о ценообразовании следует, что для каждой группы (подгруппы) покупателей установлена соответствующая система скидок, в зависимости от объема поставляемой покупателям продукции, размер которой составляет от 3% до 10% . В тоже время для федеральных торговых сетей установлена фиксированная скидка в размере 3 % вне зависимости от приобретаемого объема.

Исходя из Положения о ценообразовании для региональной торговой сети, скидка в размере 3%, возможна лишь при приобретении молока в объеме от 75 000 кг, кисломолочной продукции – от 38 000 кг, сливок, сметаны – от 3 000 кг. Установление

данной системы скидок для региональной торговой сети подтверждается условиями заключенного между ОАО Молком и <...> договора поставки от 18.02.2009 № 63.

Для мелкой «Розницы» скидка в размере 3% установлена за приобретение молока в объеме от 6001 кг, кисломолочной продукции – от 3001 кг, сливок, сметаны – от 201 кг.

Право на скидку в размере 3 % местная торговая сеть может получить при приобретении молока в объеме от 10 001 кг, кисломолочной продукции от 7 001 кг, сливок, сметаны – от 601 кг.

По результатам проведенного в ходе проверки анализа договорной практики ОАО Молком и информации об объемах продукции, приобретаемой различными группами покупателей, установлено, что у ООО <...> с января по июнь 2012 г. объем закупок молока составляет от <...> кг до <...> кг, кисломолочной продукции - от <...> кг до <...> кг, сливок, сметаны – от <...> кг до <...> кг. У ООО <...> с января по июнь 2012 г. объем закупок молока составляет от <...> кг до <...> кг, кисломолочной продукции - от <...> кг до <...> кг, сливок, сметаны – от <...> кг до <...> кг. У ООО <...> с января по июнь 2012 г. объем закупок молока составляет от <...> кг до <...> кг, кисломолочной продукции - от <...> кг до <...> кг, сливок, сметаны – от <...> кг до <...> кг.

Таким образом, фактически поставляемые ОАО «Молком» федеральным торговыми сетями объемы продукции не превышают установленных для региональных торговых сетей объемов закупок соответствующей продукции, при достижении которых последним предоставляется скидка в размере 3%. Вместе с тем, федеральным торговым сетям за данные объемы поставляемой продукции исходя из Положения о ценообразовании предоставляется скидка в размере 3%.

Согласно Положению о ценообразовании для местной торговой сети применяется следующая система скидок:

- за приобретаемую молочную продукцию до 6 000 кг скидка не предоставляется, от 6 001 кг до 8 000 кг – скидка 1%, от 8 000 кг до 10 000 кг – скидка 2%, свыше 10 001 кг – скидка 3%;

- за приобретаемую кисломолочную продукцию до 3 000 кг скидка не предоставляется, от 3 001 кг до 5 000 кг – скидка 1%, от 5 001 кг до 7 000 кг- скидка 2%, свыше 7 001 – скидка 3%.

Из сравнительного анализа представленной ОАО Молком информации об объемах закупок продукции ООО «Ашан» (федеральная торговая сеть) за период с января по июнь 2012 год и вышеуказанной системы скидок, установленной для местной торговой сети за определенный объем закупок соответствующей продукции следует, что за аналогичный объем молока и кисломолочной продукции, приобретаемый ООО «Ашан», для местной торговой сети скидки не предусмотрены.

Изложенное указывает на создание ОАО «Молком» для своих контрагентов неравных условий при предоставлении соответствующих скидок.

Кроме того, Положением о ценообразовании для фирменной (собственной) торговли ОАО Молком установлена скидка к цене, установленной в базовом

прайс-листе, в размере 5 % независимо от объемов на отгружаемую продукцию.

Анализ представленных в ходе рассмотрения дела товарных накладных на поставляемую торговым объектам ОАО Молком продукцию и прайс-листа от 01.06.2012 года на молочную продукцию подтверждает фактическое исполнение данного условия, а именно предоставление торговым объектам ОАО Молком скидки в размере 5 %.

Вместе с тем, согласно Положению о ценообразовании для федеральной торговой сети независимо от приобретаемого объема продукции установлена скидка в размере 3 %, для местной торговой сети скидка в размере 3 % за приобретаемый объем соответствующей продукции является максимальной, для региональной торговой сети скидка в размере 5 % установлена за достижение объема продаж молока – 85 001 кг, кисломолочной продукции 44 001 кг, сливок сметаны – 3 301 кг.

Исходя из изложенного, установление для торговой сети ОАО Молком скидки в размере 5 % независимо от объемов на поставляемую продукцию создает дискриминационные (неравные) условия для иных торговых сетей.

Таким образом, действия ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» по установлению разных размеров скидок на соответствующую продукцию, а также разных объемов, за достижение которых предоставляется указанная скидка, создают неравные (дискриминационные) условия для своих контрагентов.

Дискриминационные условия в соответствии с п. 8 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» представляют собой условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами.

В соответствии с частью 1 статьи 13 Закона о торговле хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, запрещается, в том числе, создавать дискриминационные условия.

Следовательно, рассматриваемые действия ОАО «Молочный комбинат «Пензенский», выразившиеся в установлении для своих контрагентов неравных условий предоставления скидок при поставке соответствующего объема товара, нарушают часть 1 статьи 13 Закона о торговле.

Пунктом 1 статьи 10 Гражданского Кодекса РФ установлено, что не допускаются действия граждан и юридических лиц, осуществляемые исключительно с намерением причинить вред другому лицу, а также злоупотребление правом в иных формах. Кроме того, в той же норме отдельно указано, что не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции.

Статья 421 ГК РФ, определяющая содержание принципа свободы договора, допускает ее ограничения законом.

Согласно пункту 1 статьи 422 ГК РФ договор должен соответствовать обязательным

для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

Норма пункта 1 статьи 13 Закона о торговле содержит общий запрет на создание хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, дискриминационных условий. Соответственно, ОАО Молком обязано учитывать и соблюдать требования Закона о торговле.

Согласно пункту 3 статьи 16 Закона о торговле Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением антимонопольного законодательства, и его территориальные органы при выявлении нарушений антимонопольных правил и требований, предусмотренных статьями 13-15 Закона о торговле, принимают меры в соответствии с федеральным законом от 26.07.2006г. №135-ФЗ «О защите конкуренции».

Исходя из вышеизложенного, Комиссия единогласно приходит к выводу, что ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» нарушило пункт 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле в результате создания для контрагентов дискриминационных условий при предоставлении скидок за поставленный Обществом определенный объем молочной продукции.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» и статьями 13, 16 Федерального закона от 28.12.2009г. №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» нарушившим часть 1 статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009г. №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» в результате создания для контрагентов дискриминационных (неравных) условий предоставления скидок при поставке определенного количества продукции.

Выдать ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства и совершении действий, направленных на устранение дискриминационных условий предоставления скидок контрагентам при поставке определенного количества продукции.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

Примечание: За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа частью 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Привлечение к ответственности, предусмотренной законодательством Российской Федерации, не освобождает от обязанности исполнить решение антимонопольного органа.