

РЕШЕНИЕ

по делу № К06-36/15

Санкт-Петербург

Резолютивная часть решения оглашена 9 сентября 2015 года.

В полном объеме решение изготовлено 18 сентября 2015 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее Комиссия УФАС),

рассмотрев дело К06-36/15, возбужденное в отношении Закрытого акционерного общества «Торговый дом «Перекресток» (103473, г. Москва, Суворовская пл., д. 1) (далее- ЗАО «ТД «Перекресток», Общество) по признакам нарушения пункта 2 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:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу во исполнение Постановления Правительства Российской Федерации от 07.08.2014 №778 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 06.08.2014 №560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» и Приказа Федеральной антимонопольной службы от 14.08.2014 №525/14 «Об утверждении Плана мероприятий ФАС России по реализации Постановления Правительства Российской Федерации от 07.08.2014 №778 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 06.08.2014 №560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации», а также проверки соблюдения требований пункта 5 части 2 статьи 8, статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» запрошены документы и сведения ЗАО «ТД «Перекресток» (ИНН 7728029110; **103473, Москва, Суворовская площадь, д. 1**) на предмет оценки договорных практик между поставщиками продовольственных товаров и ЗАО «ТД «Перекресток», осуществляющего деятельность на рынке услуг розничной торговли продовольственными товарами посредством организации торговой сети на территории Санкт-Петербурга.

В ходе анализа полученной информации установлено, что ЗАО «ТД «Перекресток» осуществляет розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети под коммерческим обозначением продовольственных супермаркетов «Перекресток», гипермаркетов «Карусель». На территории Санкт-Петербурга имеет 40 супермаркетов «Перекресток», 14 гипермаркетов «Карусель».

Согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц, одним из видов экономической деятельности, которым занимается хозяйствующий субъект, является «розничная торговля пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в специализированных магазинах».

Одними из основных поставщиков продовольственных товаров категории «бакалея» в ЗАО «ТД «Перекресток» являются следующие организации: <...> (далее – Поставщики).

В рамках проверки информации Поставщикам ЗАО «ТД «Перекресток» были направлены запросы в части выборочного предоставления договоров поставки и оказания услуг (маркетинга, рекламы), сведений о сумме товарооборота, вознаграждениях, предоставляемых скидках на поставляемые товары, заключенные с ЗАО «ТД «Перекресток» на предмет их соответствия антимонопольным правилам и требованиям, предусмотренным статьями 9, 13 Закона о торговле, требованиям Закона о защите конкуренции.

В ходе анализа представленной информации Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу установило, что между ЗАО «ТД «Перекресток» и Поставщиками заключены договоры поставки товаров, а так же договоры возмездного оказания услуг, направленные на продвижение продовольственных товаров.

Помимо существенных условий договоров поставки, в соответствии с частью 4 статьи 9 Закона о торговле, хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, имеет право включать в условия договора поставки так называемое вознаграждение, выплачиваемое ему, в связи с приобретением им у хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, определенного количества продовольственных товаров. Договоры поставки ЗАО «ТД «Перекресток» включают в себя данное условие и предусматривают соответствующее вознаграждение (ретро-бонус), выплачиваемое поставщиками в связи с приобретением у них определенного количества продовольственных товаров.

Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу установило, что в действиях ЗАО «ТД «Перекресток» содержатся признаки нарушения антимонопольного законодательства, а именно подпункта г) и к) пункта 2 части 1 статьи 13 Закона о торговле в части навязывания условий о внесении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров в ЗАО «ТД «Перекресток», в функционирующие или открываемые торговые объекты.

По результатам анализа представленной информации приказом Санкт-Петербургского УФАС России от 25.03.2015 №111 было принято решение о возбуждении дела и создании комиссии по рассмотрению дела №К06-36/15.

1. Документы и материалы, полученные в ходе рассмотрения настоящего дела, подтверждают следующие обстоятельства.

В соответствии с пунктом 8 статьи 2 Закона о торговле, 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.

В соответствии с пунктом 4 статьи 2 Закона о торговле 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 частью 3 статьи 1 Закона о торговле настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие между органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами в связи с организацией и осуществлением торговой деятельности, а также отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами при осуществлении ими торговой деятельности.

Таким образом, отношения между ЗАО «ТД «Перекресток» и поставщиками товаров регулируются законодательством о торговой деятельности и Законом о торговле.

2. Анализ договоров возмездного оказания услуг.

Между ЗАО «ТД «Перекресток» и Поставщиками товаров заключены договоры возмездного оказания услуг:

<...>

Анализ договоров, заключенных с Поставщиками продовольственных товаров, показал следующее:

ЗАО «ТД «Перекресток» заключает с поставщиками типовые договоры возмездного оказания услуг в которых ЗАО «ТД «Перекресток» выступает в качестве «Исполнителя», а поставщики - в качестве «Заказчиков» услуг.

В соответствии с условиями договора возмездного оказания услуг, а так же заключенным на его основе Приложением к договору исполнитель обязуется оказывать заказчику маркетинговые услуги, направленные на продвижение товаров, которые поставляются исполнителю заказчиком и реализуются в магазинах исполнителя.

Типовая версия договора возмездного оказания услуг (далее – ДВОУ), включает в себя Приложение №1, которое в свою очередь содержит перечень маркетинговых услуг и услуг по продвижению товаров с указанием срока их оказания, а так же стоимостью вознаграждения, предлагаемых ЗАО «ТД «Перекресток».

Ниже представлена типовая форма Приложения №1 к Договору возмездного оказания услуг №01-6/14140-ТД от 01.10.2013, заключаемого между ЗАО «ТД «Перекресток» и поставщиком продукции.

<...>

Представленная выше типовая форма Приложения №1 к ДВОУ, является соглашением сторон заказчика и исполнителя, в ней утверждаются услуги, которые будут в дальнейшем оказываться заказчику при продвижении определенного товара в торговой сети, так же указываются тарифы на выбранные услуги, в расчете на одну позицию товара или один магазин за календарный месяц.

Исходя из анализа текста соглашения вышеуказанного Приложения №1 к ДВОУ следует отметить, что оно заключается с «Заказчиком» (поставщиком), который заинтересован «в поддержании постоянного спроса на товар, уменьшении сезонных колебаний спроса, привлечении внимания покупателей и обеспечении хороших продаж новых товаров, максимально эффективном воздействии на потребителей в точках продаж», «в получении возможности эффективно управлять ассортиментом товара, что способствует росту продаж за счет роста числа постоянных, лояльных покупателей и повышению прибыли, а также к сокращению затрат на рекламу, мерчендайзинг и коммуникацию с потребителями».

Таким образом, общей целью заключения договоров возмездного оказания услуг, а так же приложения к нему, является повышение продаж «Заказчика» услуг и сокращение затрат на продвижение товаров.

Анализ наименований и содержания услуг показывает, что многие позиции услуг являются схожими и по содержанию дублируют друг друга. Так, по п. 18 (услуги по изучению спроса на товары и покупательских предпочтений на определенные позиции товаров в магазинах Исполнителя, в том числе путем проведения опросов потребителей), п. 19 (услуги по исследованию покупательского поведения в магазинах Исполнителя), п. 20 (услуги по выявлению общественного мнения, анкетированию и обработке полученной информации)-

являются услугой по выявлению общественного мнения с целью изучения покупательских предпочтений. По п.22 (услуги по определению спроса на товары и перспективы его развития), п. 23 (услуги по предоставлению информации о динамике оборота товара в магазинах Исполнителя и мероприятиях, проведенных в Исполнителем в своих магазинах и направленных на продвижение товаров Заказчика на рынке)- являются услугой по определению спроса на товары поставщика в торговых сетях.

Помимо этого, в соответствии с представленной ЗАО «ТД «Перекресток» информацией, относительно содержания услуг по Приложению №1 к ДВОУ с указанием расчета стоимости и затрат на их реализацию, следует, что по п. 29 (предоставление Заказчику эксклюзивной информации о покупках, спросе на товары, полученной Компанией в результате развития собственных программ лояльности, включая данные из информационной системы Компании) в содержание которого входит «полный анализ продаж поставщика по товару или группе товаров за 1 месяц в разрезе покупательских сегментов, чека, частоты покупок, доли категорий, проникновения покупателей в категорию, оценка индекса комплиментарности товаров поставщика, анализ повторных покупок и переключение на товары конкурентов (обезличенно)» стоимость услуги составляет <...> рублей за одну позицию в одном «магазине» торговой сети. В затраты, включаемые в издержки по реализации данной услуги, в соответствии с ответом ЗАО «ТД «Перекресток» входят: затраты на оплату труда персонала, участвующего в формировании отчетов, включая отчисления на социальные нужды, а так же затраты на эксплуатацию программного обеспечения и информационно-телекоммуникационное оборудование.

Таким образом, многие услуги по продвижению товаров предлагаемые ЗАО «ТД «Перекресток» являются схожими, стоимость услуги по п.29 является завышенной и не обосновывается затратами на ее реализацию.

Санкт-Петербургским УФАС России у основных поставщиков категории бакалея, а именно организаций <...> были запрошены сведения о заключенных договорах возмездного оказания услуг, а так же о суммах вознаграждений за маркетинговые услуги и услуги по продвижению товара в сети, оказываемые ЗАО «ТД «Перекресток» за период с 01.01.2014 по 31.12.2014.

Проанализировав все выплаты, произведенные поставщиками в рамках договоров оказания услуг, и сопоставив полученную сумму с суммой (объемом, товарооборотом) поставок, Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу установило, что по итогам 2014 года перечисленные поставщики оплатили в рамках договоров оказания услуг значительные суммы от общего товарооборота (см. Таблица № 1).

Таблица № 1

<...>

Также в рамках рассмотрения настоящего дела антимонопольным органом установлено, что договоры поставки продовольственных товаров предусматривают вознаграждение (ретробонус), выплачиваемое поставщиками в ЗАО «ТД «Перекресток».

Согласно части 4 статьи 9 Закона о торговле соглашением сторон договора поставки продовольственных товаров может предусматриваться включение в цену предмета поставки вознаграждения, выплачиваемого хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, в связи с приобретением им у хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, определенного количества продовольственных товаров.

Размер указанного вознаграждения подлежит согласованию сторонами договора, включению в его цену и не учитывается при определении цены продовольственных товаров. Размер вознаграждения не может превышать десяти процентов от цены приобретенных продовольственных товаров.

Из анализа представленной информации, вознаграждение выплачиваемое поставщиками товаров категории «бакалея» в ЗАО «ТД «Перекресток» в рамках договоров поставки не превышает установленные 10%, что соответствует требованиям действующего законодательства.

Тем не менее, следует отметить, что с учетом выплат по договорам возмездного оказания услуг, поставщики за 2014 год оплатили в торговую сеть суммы, значительно превышающие 10% от стоимости приобретенных товаров, разрешенных действующим законодательством, общие суммы выплат составили от 25% до 38% от общего товарооборота поставщиков (см. Таблицу №1).

Представленные финансовые показатели поставщиков относительно выплат вознаграждений в торговую сеть свидетельствуют о том, что эти поставщики вступали в экономически невыгодные и убыточные для себя хозяйственные отношения.

Немаловажным обстоятельством также является то, что вышеуказанные проценты в всех выплатах в ЗАО «ТД «Перекресток», поставщики включают в оптово-отпускную цену товара, которая впоследствии сказывается на общем уровне цен на продукцию, реализуемую торговой сетью в рознице.

3. Анализ электронной переписки поставщиков продовольственных товаров с ЗАО «ТД «Перекресток», а так же пояснения ЗАО «ТД «Перекресток».

С целью получения сведений об отношениях, установленных между ЗАО «ТД «Перекресток» и поставщиками продовольственных товаров, была проанализирована переписка по электронной почте менеджеров отдела продаж <...>, в чьи должностные обязанности входят, в том числе переговоры с торговыми сетями, обсуждение условий договоров поставки, изменение закупочных цен и т.п. Вышеуказанные сведения были получены в ходе совместной проверки Прокуратуры Санкт-Петербурга и Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу, которые приобщены к настоящему делу.

При анализе переписки представителей <...> с ЗАО «ТД «Перекресток», было выявлено:

(стиль, орфография и пунктуация сохранена в полном объеме)

<...>

Анализ информации электронного письма показывает, что представитель торговой сети «Карусель» уведомляет поставщиков о необходимости тратить обязательный маркетинговый бюджет. На комиссии представитель ЗАО «ТД «Перекресток» пояснил, что маркетинговый бюджет формируется поставщиками продукции, и уведомления от представителей торговых сетей является напоминанием о возможности предоставления торговой сетью услуг для реализации средств, выделенных каждым поставщиком на продвижение товаров.

Комиссия считает, что данная электронная переписка непосредственно указывает на то, что предложение маркетинговых услуг и составление обязательного (годового) маркетингового бюджета торговой сетью поставщику имеет своей целью компенсацию расходов, которые она несет в ходе осуществления своей основной хозяйственной деятельности, в связи с чем

согласие поставщика на оплату данных услуг является результатом навязывания торговой сетью условий договора.

2) <...>

В соответствии с представленным ЗАО «ТД «Перекресток» «Положением об управлении Промо формата супермаркет» на Определение об отложении дела №К06-36/15 от 06.07.2015, «промо – акции - это инструмент привлечения и удержания целевого покупателя для достижения операционных целей компании». Структура регулярных акций по видам товара определяется годовым промо – планом. Промо – план - это документ, определяющий график и виды промо акций, виды и подвиды товаров, участвующих в регулярном промо, условия и сроки их участия.

В своих пояснениях, ЗАО «ТД «Перекресток» указывает, что промо-план формируется единый для всех филиалов общества на территории РФ и составляется в конце текущего года на следующий календарный год с указанием групп товаров, поставляемых конкретными поставщиками. Промо – план формируется и утверждается без привлечения поставщиков к этому процессу. Утвержденный промо-план является внутренним документом общества и поставщикам не направляется. Информация о проведении промо-акций с предложением участвовать в них направляется поставщикам при личной встрече, по телефону, электронной почте и т.д.

В соответствии с представленным ЗАО «ТД «Перекресток» промо-планом на 2015 год со всеми изменениями на 03.08.2015 по товарной категории «Гречка» акции с 21.04-05.05.2015, направленной на увеличение лояльности покупателей категории детское питание не значится.

На Комиссии представители ЗАО «ТД «Перекресток» не смогли пояснить, в связи с чем в данный период была проведена данная акция, и почему она не отражена в промо-плане, помимо этого представители общества отметили, что на товары первой необходимости (крупа гречневая-ядрица, рис шлифованный) акции проводятся крайне редко и большие скидки не предоставляются, так как товары первой необходимости в существенном понижении цены и дополнительном продвижении не нуждаются.

Таким образом, информация из электронного письма свидетельствует о навязывании участия в акциях, заранее не запланированных в бюджете на продвижение своей продукции поставщиками, на продукцию не нуждающуюся в продвижении, поставляемую с фиксируемой глубокой скидкой. Подобные акции свидетельствуют о преследовании торговой сетью только своих экономических и хозяйственных интересов за счет ухудшения экономического положения поставщиков.

3) <...>

Из информации, изложенной в электронном письме, следует, что представитель торговой сети уведомляет поставщиков о выпуске каталогов промо-акций в 2015 году, а так же просит в текущем году запланировать несколько дегустаций, так как торговая сеть выбрала приоритетом именно эту услугу в продвижении товаров. В конце письма следует ссылка на шаблон для согласования.

На вопрос Комиссии о навязывании торговой сетью выбора определенных услуг в продвижении товаров, представители ЗАО «ТД «Перекресток» пояснили, что услуги по продвижению товаров оказываются в соответствии с Приложением 1 к ДВОУ заключенным с каждым конкретным поставщиком по его желанию. Поставщик при подписании Приложения 1 к ДВОУ проставляет «галочки» в графах тех услуг, в предоставлении которых он заинтересован, торговая сеть не выступает инициатором заключения необходимых или

наиболее выгодных ей услуг.

Таким образом, в указанном выше письме, принцип не навязывания торговой сетью услуг не соблюдается, что свидетельствует о практике планирования услуг в текущем году только для материальной выгоды торговой сети.

4) <...>

5) <...>

6) <...>

7) <...>

8) <...>

При анализе электронной переписки можно проследить, что:

1. Инициаторами проведения акций и направления уведомительных запросов поставщикам всегда являются представители торговых сетей;
2. Поставщик не имеет права выбора скидки при предоставлении товаров под акцию, чаще всего они фиксированные и представители торговых сетей вынуждают поставщиков даже при экономически невыгодных для них условиях поставлять товар под промо акции с большими скидками
3. При предоставлении поставщиками скидки меньшей, чем требовали представители торговых сетей, им отказывали от участия в акциях, мотивируя это тем, что меньшие скидки на товар «не интересны» для участия в промо.

Исходя из определения маркетинговых услуг (маркетинговые услуги - услуги, связанные с исследованием, анализом, планированием и прогнозированием в сфере производства и обращения товаров (работ, услуг) в целях определения мер по созданию необходимых экономических условий производства и обращения товаров (работ, услуг), включая характеристику товаров (работ, услуг), выработку ценовой стратегии и стратегии рекламы), в предоставлении которых прежде всего должен быть заинтересован поставщик, так как именно у поставщика существует необходимость продвигать свой товар в торговой сети с целью его реализации в кратчайший срок, что особенно актуально в случае, если товар является скоропортящимся продуктом, но в данном случае можно проследить, что именно торговая сеть выступает инициатором предоставления услуг при продвижении товаров.

ЗАО «ТД «Перекресток» просит скидки от поставщиков для участия в промо акциях чаще всего на товары «первой необходимости» (рис, гречка). Стоит отметить, что покупательская потребность в данных товарах высока и у поставщика отсутствует потребность поставлять свой товар с глубокими скидками для продвижения на рынке.

На вопрос Комиссии о пояснении обстоятельств и сведений, изложенных в вышеуказанных электронных переписках, ЗАО «ТД «Перекресток» пояснило, что предоставление поставщиком

более глубокой скидки способствует достижению следующих целей: покупатели получают выгодные ценовые предложения на продовольственные товары, поставщик реализует больше товара, торговая сеть увеличивает выручку и количество покупателей. Помимо этого, размер скидки на товар является инициативой поставщика, и если поставщик отказывается от предоставления скидки, то сеть реализует товар по акциям со скидкой частично или полностью за свой счет. Однако, исходя из электронной переписки, эти доводы не подтверждаются.

В случае отказа поставщика от предоставления заявленной скидки на продукцию, или же предоставления скидки меньшей, чем требовали представители торговой сети, продукция не участвовала в акциях по заявленной поставщиком цене, и не рассматривалась для участия в акциях в соответствующий период.

Следует отметить, что условия предоставления максимальных скидок выгодны только торговой сети, так как поставщики реализуют свой товар по экономически невыгодным заниженным ценам.

Таким образом, данная переписка по электронной почте свидетельствует о навязывании поставщикам условий о предоставлении максимальных скидок на продукцию, что таким образом снижает товарооборот поставщика и заставляет его поставлять продукцию, в том числе пользующуюся популярностью у покупателей (товары первой необходимости: рис шлифованный, греча ядрица), в торговую сеть по минимальной стоимости, что свидетельствует о вступлении в экономически невыгодные для поставщиков хозяйственные отношения.

9) <...>

Из данных электронной переписки следует, что торговая сеть уведомляет поставщика о проведении дополнительных промо-акций и необходимых товаров для участия в промо, с целью предоставления скидки на продукцию и оплаты участия в каталоге. Представитель поставщика отвечает, что в данный момент не может согласовать необходимые объемы и соответствующую оплату каталога с предоставлением скидок на продукцию, указанную торговой сетью. Отмечается так же, что условия промо-акции и процент скидки являются для поставщика нерентабельными и по итогу проведения «минусом» для финансовых показателей.

Таким образом, данная электронная переписка непосредственно свидетельствует о навязывании участия в акциях, скидках, выгодных для реализации торговой сетью, а также выборе конкретной продукции для участия в акции в ущерб экономической рентабельности поставщика.

10) <...>

Из анализа информации электронного письма следует, что поставщик, заинтересованный в продвижении товара в торговой сети предлагает соответствующую позицию и возможную скидку для участия в промо акции, торговая сеть в свою очередь отказывает от участия в акции и для реализации бюджета на маркетинг поставщика, просит выбрать другой рекламный сервис.

Таким образом торговая сеть отказывает в реализации услуг, утвержденных заключенным ДВОУ с поставщиком и ссылается на необходимость обязательной реализации маркетингового бюджета.

Исходя из анализа представленной ЗАО «ТД «Перекресток» информации по пояснению данных вышеуказанной электронной переписки, все комментарии относительно разных обстоятельств навязывания условий поставок и маркетинга товаров являлись типичными. ЗАО «ТД «Перекресток» своими ответами на Определения об отложении дел от 16.06.2015 и 06.07.2015 дало одинаковые ответы.

Вышеуказанная переписка по электронной почте между представителями ЗАО «ТД «Перекресток» и поставщиками продовольственных товаров свидетельствует о том, что согласие поставщиков на условия договоров возмездного оказания услуг является вынужденным, большинство услуг, оказываемых в рамках вышеуказанного договора поставщикам товаров были экономически невыгодны.

Вся переписка, полученная в ходе выездной проверки, приобщена к материалам настоящего дела.

Исходя из вышеизложенного, Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу считает, что:

- заказ услуг по продвижению товаров, являющихся частью хозяйственной деятельности торговой сети, не отвечает экономическим интересам поставщиков продовольственных товаров;

- предложение данных услуг торговой сетью поставщику имеет своей целью компенсацию расходов, которые она несет в ходе осуществления своей основной деятельности за счет поставщиков товаров, в связи с чем согласие поставщика на оплату данных услуг является результатом навязывания торговой сетью условий договора;

- требование об оплате услуг по продвижению товаров в ЗАО «ТД «Перекресток», установленное в договоре возмездного оказания услуг, по сути является условием о внесении платы за право поставок в торговую сеть.

При указанных обстоятельствах Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу пришло к выводу о том, что у поставщиков ЗАО «ТД «Перекресток» отсутствует возможность отказаться от заключения договора по продвижению товаров, что свидетельствует о факте навязывания ЗАО «ТД «Перекресток» поставщикам договора возмездного оказания услуг.

Кроме того, вывод о неразрывности двух договоров косвенно подтверждается тем, что ЗАО «ТД «Перекресток» не смогло представить информацию или назвать организации, которые с 2014 года по текущее время расторгли договор оказания услуг. Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу считает, что в рассматриваемом случае расторжение договора оказания услуг автоматически влекло бы за собой расторжение договора поставки.

При необходимости или желании поставщика, организации розничной торговли между ними заключаются отдельные договоры на оказание различных услуг, направленных на продвижение товаров, не связанные с договором поставки, но являющиеся его неотъемлемой частью в практике, применяемой организацией розничной торговли в отношении с поставщиком при продаже продовольственных товаров.

Требование об оплате услуг по продвижению товаров в торговые объекты ЗАО «ТД «Перекресток», как в функционирующих, так и открываемых, установленное в договоре возмездного оказания услуг, по факту является условием о внесении платы за право поставок в функционирующие или открываемые торговые объекты ЗАО «ТД «Перекресток».

В силу части 2 статьи 8 Закона о торговле хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, при организации торговой деятельности и ее осуществлении, за исключением установленных названным Законом, другими федеральными законами случаев, самостоятельно определяют порядок и условия осуществления торговой деятельности, в том числе цены на продаваемые товары и условия заключения договоров купли-продажи товаров,

договоров возмездного оказания услуг.

В силу части 11 статьи 9 Закона о торговле услуги по рекламированию продовольственных товаров, маркетингу и подобные услуги, направленные на продвижение продовольственных товаров, могут оказываться хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, на основании договоров возмездного оказания соответствующих услуг.

В соответствии с частью 12 статьи 9 Закона о торговле включение в договор поставки продовольственных товаров условий о совершении хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, в отношении поставленных продовольственных товаров определенных действий, об оказании услуг по рекламированию товаров, маркетингу и подобных услуг, направленных на продвижение продовольственных товаров, а также заключение договора поставки продовольственных товаров путем понуждения к заключению договора возмездного оказания услуг, направленных на продвижение продовольственных товаров, не допускается.

Согласно пункту 2 части 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 навязывать контрагенту условия, в том числе: о внесении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность посредством организации торговой сети, в функционирующие или открываемые торговые объекты (подпункт «г»).

Таким образом, материалами дела №К06-36/15 доказано, что ЗАО «ТД «Перекресток» навязывает условия о внесении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров в ЗАО «ТД «Перекресток», в функционирующие или открываемые торговые объекты путем направления уведомлений поставщикам о необходимости участия в услугах направленных на продвижение товаров, через реализацию обязательного маркетингового бюджета, с уровнем скидки на продукцию экономически невыгодной поставщикам продукции.

Данные действия нарушают запрет, установленный подпунктом г) пункта 2 части 1 статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

По результатам рассмотрения дела УФАС пришло к выводу о том, что ЗАО «ТД «Перекресток» нарушает Закон о торговле путем навязывания поставщикам договора об оказании услуг при заключении договора поставки на невыгодных для поставщиков условиях и включения в перечень предоставляемых услуг прямо запрещенных действующим законодательством, а именно: требование о внесении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность посредством организации торговой сети, в функционирующие или открываемые торговые объекты (нарушение подпункта «г» пункта 2 части 1 статьи 13 Закона о торговле).

В соответствии со статьей 23 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), антимонопольный орган осуществляет полномочия по возбуждению и рассмотрению дел о нарушениях антимонопольного законодательства, а так же привлекает к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства коммерческие организации.

В соответствии с частью 2 статьи 39 Закона о защите конкуренции, основанием для возбуждения и рассмотрения антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства является обнаружение антимонопольным органом признаков нарушения антимонопольного законодательства.

Согласно статье 41 Комиссия по рассмотрению антимонопольным органом дела о нарушении антимонопольного законодательства принимает предупреждения, определения, решения,

предписания. По окончании рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства комиссия на своем заседании принимает решение. Решение комиссии оформляется в виде документа, подписывается председателем комиссии и всеми членами комиссии, присутствовавшими на заседании комиссии. В решении по делу о нарушении антимонопольного законодательства содержатся выводы о наличии или об отсутствии нарушения антимонопольного законодательства в действиях (бездействии) ответчика по делу.

В соответствии со статьей 49 Закона о защите конкуренции Комиссия при принятии решения по делу о нарушении антимонопольного законодательства: оценивает доказательства и доводы, представленные лицами, участвующими в деле; определяет нормы антимонопольного и иного законодательства Российской Федерации, нарушенные в результате осуществления рассматриваемых комиссией действий (бездействия); устанавливает права и обязанности лиц, участвующих в деле, разрешает вопрос о выдаче предписаний и об их содержании.

На основании изложенного, Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать в действиях ЗАО «ТД «Перекресток» нарушение пункта 2 части 1 статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», выразившееся в навязывании условия о внесении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров в торговую сеть, в функционирующие или открываемые торговые объекты путем направления уведомлений поставщикам о необходимости участия в услугах направленных на продвижение товаров, через реализацию обязательного маркетингового бюджета, с уровнем скидки на продукцию экономически невыгодной поставщикам продукции.

2. Выдать ЗАО «ТД «Перекресток» предписание о прекращении навязывания условий о внесении хозяйствующими субъектами, осуществляющими поставки продовольственных товаров, платы за право поставок таких товаров в торговую сеть, в функционирующие или открываемые торговые объекты и об устранении выявленных нарушений путем прекращения направления уведомлений поставщикам о необходимости участия в услугах направленных на продвижение товаров, через реализацию обязательного маркетингового бюджета, с уровнем скидки на продукцию экономически невыгодной поставщикам продукции.

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

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного решения антимонопольного органа [статьей 19.5](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

ПРЕДПИСАНИЕ

по делу №К06-36/15

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства,

руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частью 4 статьи 41, статьей 50 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), на основании решения от 18 сентября 2015 года по делу №К06-36/15 о нарушении Закрытым акционерным обществом «Торговый дом «Перекресток» (103473, г. Москва, Суворовская пл., д. 1) (далее - ЗАО «ТД «Перекресток») пункта 2 части 1 статьи 13 Федерального закона от 28 декабря 2009 года №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», руководствуясь частью 13 статьи 44 Закона о защите конкуренции,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ЗАО «ТД «Перекресток» с момента получения настоящего предписания прекратить направление уведомлений поставщикам о необходимости участия в услугах, направленных на продвижение товаров, через реализацию обязательного маркетингового бюджета, с уровнем скидки на продукцию экономически невыгодной поставщикам продукции.
2. В качестве доказательства исполнения настоящего предписания ЗАО «ТД «Перекресток» в срок до 20.03.16, до 20.09.16 и до 20.03.2017 представить в Санкт-Петербургское УФАС России документы, подтверждающие оказание услуг по продвижению товаров категории «бакалея» (действующие договоры возмездного оказания услуг, заключенные с поставщиками категории «бакалея»: <...>, акты оказания услуг по продвижению товаров, действующие договоры поставки со всеми имеющимися приложениями, в том числе заключенные Приложения №1А «Условия о скидке», накладные на поставку товаров с указанными поставщиками, иные документы, подтверждающие оказание услуг).
3. Сведения о сумме товарооборота, о вознаграждениях и выплатах по договорам возмездного оказания услуг, оплаченных поставщиками товаров категории «бакалея»: <...> в ЗАО «ТД «Перекресток» за периоды с даты издания настоящего предписания до 20.03.16, с 21.03.16 до 20.09.16 и с 21.09.2016 до 20.03.2017 согласно таблице (за каждый период отдельно), с разбивкой по каждому поставщику:

| Поставщик категории «бакалея» | Товарооборот за период (отчетные даты) | Ретро- бонус за период | Иные выплаты (в т.ч. маркетинговые услуги, услуги на продвижение товаров) за период | Сумма всех выплат поставщика в % от товарооборота за период | Сумма скидки на продукцию, предоставляемую поставщиком по акциям торговой сети за период | ○ Выполнении настоящего Предписания сообщить в |
|-------------------------------------|---|---------------------------------|--|--|---|--|
| | | | | | | |
| | | | | | | |

антимонопольный орган не позднее пяти дней со дня его выполнения.

Предписание может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его выдачи.

Примечание. За невыполнение в установленный срок законного предписания антимонопольного органа статьей 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

