

ООО «АШАН»

Осташковское ш., д. 1,  
г. Мытищи, Мытищинский р-н,  
Московская обл., 141031

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 4 13/190-11**

г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «26» декабря 2013 года.  
В полном объеме решение изготовлено «30» декабря 2013 года.

Комиссия Федеральной антимонопольной службы по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства <...> (далее – Комиссия), рассмотрев дело № 4 13/190-11 по признакам нарушения ООО «АШАН» (адрес: 141031, Московская обл., Мытищинский р-н, г. Мытищи, Осташковское ш., д. 1) пункта 1 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:**

Дело № 4 13/190-11 о нарушении антимонопольного законодательства (далее – дело) было возбуждено приказом ФАС России от 20.10.2011 № 728. Основанием для возбуждения дела являлись результаты проведенной плановой проверки соблюдения антимонопольного законодательства в отношении ООО «АШАН» и ООО «АТАК».

В результате проведения проверки были выявлены признаки нарушения пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле, выразившиеся в создании дискриминационных условий поставщикам продовольственных товаров путем установления различной стоимости на услуги, предусмотренные договором



возмездного оказания услуг, а также в установлении стоимости услуг в зависимости от товарооборота по договору поставки продовольственных товаров.

В рамках рассмотрения дела было установлено, что ООО «АШАН» заключаются трехсторонние договоры, в которых участвуют также ООО «АТАК» и поставщик продовольственных товаров. Трехсторонние договоры поставки и возмездного оказания услуг имеют типовую форму.

Определением о назначении дела № 4 13/190-11 о нарушении антимонопольного законодательства к рассмотрению были запрошены, в том числе, сведения об оказываемых ООО «АШАН» и ООО «АТАК» поставщикам продовольственных товаров услугах в рамках договоров возмездного оказания услуг с указанием способа определения (расчета) стоимости: в процентах от товарооборота по договору поставки, фиксированная стоимость и пр.

Письмом от 09.12.2011 исх. № 640/11-юр (вх. от 09.12.2011 № 75732) ООО «АШАН» представило следующие сведения.

Договорами возмездного оказания услуг, заключенными ООО «АШАН» (именуемое в договорах «Исполнитель») с поставщиками продовольственных товаров (поставщик именуется в договорах «Заказчик»), определен перечень оказываемых услуг:

1. «Размещение рекламных щитов» - размещение рекламных щитов, предоставленных Заказчиком либо изготовленных Исполнителем по заданию Заказчика, содержащих рекламную информацию Заказчика.

2. «Размещение баннера» - размещение рекламных баннеров, предоставленных Заказчиком либо изготовленных Исполнителем по заданию Заказчика, содержащих рекламную информацию Заказчика.

3. «Рекламирование товара» - распространение информации о товаре, производимом и/или реализуемом Заказчиком, в том числе путем демонстрации образцов такого товара и посредством громкой связи в магазинах Исполнителя.

4. «Распространение образцов товара» - распространение Исполнителем бесплатных образцов товара, производимого и/или реализуемого Заказчиком. Образцы товара Заказчика предоставляются Заказчиком своими силами и за свой счет.

5. «Размещение информации на сайте» - размещение на сайте Исполнителя рекламной информации о Заказчике и/или товарах (работах, услугах) Заказчика.

6. «Распространение рекламных проспектов» - распространение Исполнителем рекламных проспектов (брошюр, каталогов и т.п.), предоставленных Заказчиком либо изготовленных Исполнителем по заданию Заказчика, содержащих рекламную информацию Заказчика.

7. «Дегустация товара» - организация Исполнителем дегустации товаров, производимых и/или реализуемых Заказчиком, с целью ознакомления потенциальных покупателей с потребительскими свойствами соответствующего товара Заказчика.

8. «Размещение информации на тележках» - размещение Исполнителем рекламных материалов, предоставленных Заказчиком либо изготовленных Исполнителем по заданию Заказчика, на тележках, используемых клиентами в магазинах Исполнителя.

9. «Размещение информации на пакетах» - размещение Исполнителем рекламной информации Заказчика на пакетах, реализуемых в магазинах Исполнителя.

10. «Информирование о новом продукте» - размещение Исполнителем непосредственно в торговых залах магазинов Исполнителя рекламной информации о новом товаре, производимом и/или реализуемом Заказчиком.

Также в соответствии с информацией, представленной ООО «АТАК» письмом от 08.12.2011 №081211-юр (вх. № 75731 от 09.12.2011) было установлено, что ООО «АТАК» помимо трехсторонних договоров поставки продовольственных товаров и договоров возмездного оказания услуг были заключены и реализовывались двухсторонние договоры поставки продовольственных товаров и договоры возмездного оказания услуг с поставщиками продовольственных товаров. При этом ООО «АШАН» не участвовало в заключении и реализации указанных двухсторонних договоров.

Учитывая изложенное, было принято решение о выделении дела в отношении ООО «АТАК» в отдельное производство (определение о выделении дела в отдельное производство от 11.03.2012, исх. № АК/7501 от 13.03.2012).

В соответствии с письмом ООО «АШАН» от 18.04.2012 исх. № 78/12-юр (вх. от 18.04.2012 № 22005ДСП) цена услуги по рекламированию товаров Заказчика путем демонстрации образцов товаров определяется в процентах от товарооборота и составляет для разных поставщиков от 0,2% до 12%. Стоимость остальных услуг, предусмотренных договорами возмездного оказания услуг, фиксированная.

Определением об отложении рассмотрения дела от 11.03.2012 (исх. от 13.03.2012 № АК/7502) были запрошены копии документов, подтверждающих оказание ООО «АШАН» услуг, стоимость которых устанавливается в процентах от товарооборота по договору поставки, 30 поставщикам продовольственных товаров, выбранным Комиссией.

Анализ представленных ООО «АШАН» документов показал, что из расчета от оборота фактически поставленного товара за 2011 год процент, оплаченный поставщиками продовольственных товаров, составил от 0,5% до 12,52% от общей цены товаров, поставленных по договору поставки.

Письмом от 14.02.2012 исх. № 402/юр (вх. от 21.02.2012 № 10655) ООО «АШАН» представило сведения о стоимости оплаченных контрагентами услуг по выставленным ООО «АШАН» счетам за оказание услуг, предусмотренных договорами возмездного оказания услуг, за 2011 год ежемесячно. Представленные таблицы содержат информацию о количестве и стоимости оказанных услуг каждому поставщику.

Так Комиссией была вычислена стоимость одной услуги по рекламированию товаров путем демонстрации таких товаров в 2011 году для каждого поставщика (Таблица № 1).

Таблица № 1<sup>1</sup>

Наименование поставщика	Группа товаров	Всего оказано услуг в 2011 году	Всего оплачено услуг в 2011 году, руб.	Стоимость одной услуги в 2011 году, руб.
ЗАО «КМКК»	молоко и молочные продукты	28	1604518,68	57304,24
ПТИЦЕФАБРИКА»	молоко и молочные продукты	116	5493394,71	47356,85
ООО «ЮниМилк»	молоко и молочные продукты	3922	32494627,51	8285,22
«Вамин»	молоко и молочные продукты	35	261406,46	7468,76
Супой»	молоко и молочные продукты	45	203058,05	4512,4
ООО «БЕЛГРАНКОРМ»	мясо и мясные продукты	75	2774148,5	36988,65
ООО «ГРОТ»	мясо и мясные продукты	43	325285,93	7564,79
мясокомбинат»	мясо и мясные продукты	213	997436,98	4682,8
«Талина»	мясо и мясные продукты	257	314739,03	1224,67
кондитерская фабрика»	бакалея	118	5969048,43	50585,16
РАТИБОР»	бакалея	92	4253847,93	46237,48
ОАО «ЮМК»	бакалея	11	419630,19	38148,2
ООО «Сладкофф»	бакалея	48	1762117,93	36710,79
компания АВАЛОН»	бакалея	94	2508584,14	26687,07
мельничный комбинат №3»	бакалея	90	1968467,36	21871,86
ООО «Русскарт»	бакалея	195	4196238,33	21519,17
ООО «Главпродукт-торг»	бакалея	578	12 007113,22	20773,55
«САВА»	бакалея	64	1258930,95	19670,8
ООО «Альтаир – 95»	бакалея	59	882270,78	14953,74
Восточная Компания СВК»	бакалея	332	1822345,26	5488,99
ООО «МЕЛФУДС»	бакалея	724	2207538,7	3049,09
ООО «Стар Трейд»	напитки	122	6930970,06	56811,23
Евразия»	напитки	4820	88868760,57	18437,5
ОАО «ЛЕБЕДЯНСКИЙ»	напитки	430	336485,15	782,52
ИП Акопян Б.Г.	овощи, фрукты	43	13884,45	322,89

Из представленной ООО «АШАН» информации следует, что поставщикам ООО «ТД БВК» и ООО «Арабеск» в 2011 году услуга по рекламированию товаров путем демонстрации таких товаров не оказывалась.

Поставщики ООО «Русские раки», ЗАО «Норд-Вест Ф.К.», ООО «Элит Фиш» данную услугу оплачивали, что подтверждается актами приемки-сдачи услуг: акт № А-383170 от 31.03.2011, акт № А-423823 от 31.10.2011, акт № А-385063 от 30.04.2011, акт № А-395166 от 30.06.2011, акт № А-406178 от 31.07.2011, акт № А-414685 от 30.09.2011, акт № А-407065 от 31.08.2011, акт № А-434918 от 31.12.2011, акт № А-428563 от 30.11.2011, акт № А-394939 от 31.05.2011 –

<sup>1</sup> Письмо ООО «АШАН» от 14.02.2012 исх. № 402/юр (вх. от 21.02.2012 № 10655)

ООО «Русские раки»; акт № А-388623 от 30.04.2011, акт № А-392812 от 31.05.2011, акт № А-398513 от 30.06.2011, акт № А-403670 от 31.07.2011, акт № А-410333 от 31.08.2011, акт № А-416832 от 30.09.2011, акт № А-419530 от 31.10.2011, акт № А-431550 от 30.11.2011, акт № А-438439 от 31.12.2011 – ЗАО «Норд-Вест Ф.К.»; акт № А-381665 от 31.03.2011, акт № А-388798 от 30.04.2011, акт № А-392969 от 31.05.2011, акт № А-398679 от 30.06.2011, акт № А-403856 от 31.07.2011, акт № А-410499 от 31.08.2011, акт № А-417154 от 30.09.2011, акт № А-421034 от 31.10.2011, акт № А-431818 от 30.11.2011, акт № А-439694 от 31.12.2011 – ООО «Элит Фиш». Вместе с тем, в таблице, представленной ООО «АШАН» письмом исх. от 14.02.2012 № 402/юр (вх. от 21.02.2012 № 10655) для указанных поставщиков в столбце «количество» оказанных услуг стоит прочерк.

В письме от 18.04.2012 № 78/12-юр ООО «АШАН» пояснило, что количество услуг в ранее представленной таблице № 1 не было указано по некоторым поставщикам в связи с ошибкой в программном обеспечении. В подтверждении того, что услуги оказываются и предоставляются ООО «АШАН» были представлены копии актов оказания услуг.

Комиссией были исследованы предоставленные ООО «АШАН» акты сдачи-приемки оказанных услуг.

Так в актах указаны номер и дата акта; приводится информация об «Исполнителе» - ООО «АШАН» и «Заказчике» - поставщике продовольственных товаров: юридический адрес, почтовый адрес, ИНН, КПП; информация об основании оказания услуги договор с учетом всех изменений и дополнительных соглашений (в т.ч. Годовым соглашением), действующих на дату оказания услуги, с указанием номера и даты такого договора; общая сумма оказанных «Исполнителем» и принятых «Заказчиком» услуг; подписи сторон; а также расшифровка списка услуг по Акту.

Расшифровка списка услуг по акту содержит информацию о номере услуги, типе оказанной услуги, причитающейся скидке, платеже, сумме без НДС в руб., ставке НДС в %, сумме НДС в руб., сумме с НДС в руб.

Графа «Тип оказанной услуги, причитающейся скидки, платежа» содержит указание на наименование оказанной услуги «Услуга по Рекламирванию товаров путем демонстрации образцов товаров», ссылку на норму договора «п. 7 Приложения № 1 к Договору оказания услуг» и период, в который была оказана данная услуга, например, «С 1/1/2011 по 30/11/2011».

Таким образом, из анализа акта невозможно определить точное содержание оказанной ООО «АШАН» услуги («Большая демонстрация», «Точечная демонстрация», «День рождения АШАН»), место оказания услуги (в каких конкретно магазинах какого формата), также не представляется возможным определить объем оказанных услуг (сколько услуг по каким товарам в скольких магазинах было оказано в данный период).

Анализ представленных сведений показал, что наименьшую сумму за

оказание одной услуги по рекламированию товаров путем демонстрации таких товаров в 2011 году заплатил поставщик ИП Акопян Б.Г. – 322, 89 рублей.

Таким образом, ОАО «Ногинский мясокомбинат», ОАО «ЮМК», ЗАО «Дистрибьюторская компания АВАЛОН», ООО «ЮниМилк», ОАО «Московский мельничный комбинат №3», ЗАО «ОКСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА», ЗАО «КМКК», ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», ООО «ГРОТ», ООО «Главпродукт-торг», ООО «Торговый Дом Супой», ОАО «ЛЕБЕДЯНСКИЙ», ЗАО ТД «Северо-Восточная Компания СВК», ЗАО «Торговый Дом РАТИБОР», ООО «БЕЛГРАНКОРМ», ООО «Торговый Дом «САВА», ООО «Альтаир – 95», ООО «Стар Трейд», ООО «Торговый Дом «Вамин», ООО «МЕЛФУДС», ООО «Русскарт», ЗАО «Торговый Дом «Талина», ООО «Сладкофф», ООО «Азовская кондитерская фабрика» оплатили большую стоимость за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с ИП Акопян Б.Г.

Также установлено, что в рамках одной группы товаров поставщики продовольственных товаров также оплачивали различную стоимость за одинаковый объем услуги.

Так поставщик молока и молочной продукции ООО «Торговый Дом Супой» оплатило наименьшую стоимость (4 512,40 рубля) за оказание одной услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции: ЗАО «КМКК» - 57 304,24 рубля; ЗАО «ОКСКАЯ ПТИЦЕФАБРИКА» - 47 356,85 рублей; ООО «ЮниМилк» - 8 285,22 рублей; ООО «Торговый Дом «Вамин» - 7 468,76 рублей.

Поставщик мяса и мясной продукции ЗАО «Торговый Дом «Талина» оплатило наименьшую стоимость (1 224,67 рубля) за оказание одной услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров по сравнению с другими поставщиками мяса и мясной продукции: ООО «БЕЛГРАНКОРМ» - 36 988,65 рублей; ООО «ГРОТ» - 7 564,79 рубля; ОАО «Ногинский мясокомбинат» - 4 682,80 рубля.

Поставщик бакалеи ООО «МЕЛФУДС» оплатило наименьшую стоимость (3 049,09 рублей) за оказание одной услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров по сравнению с другими поставщиками бакалеи: ООО «Азовская кондитерская фабрика» - 50 585,16 рублей; ЗАО «Торговый Дом РАТИБОР» - 46 237,48 рублей; ОАО «ЮМК» - 38 148,20 рублей; ООО «Сладкофф» - 36 710,79 рублей; ЗАО «Дистрибьюторская компания АВАЛОН» - 26 687,07 рублей; ОАО «Московский мельничный комбинат №3» - 21 871,86 рубль; ООО «Русскарт» - 21 519,17 рублей; ООО «Главпродукт-торг» - 20 773,55 рубля; ООО «Торговый Дом «САВА» - 19 670,80 рублей; ООО «Альтаир – 95» - 14 953,74 рубля; ЗАО ТД «Северо-Восточная Компания СВК» - 5 488,99 рублей.

Поставщик напитков ОАО «ЛЕБЕДЯНСКИЙ» оплатило наименьшую стоимость (782,52 рубля) за оказание одной услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров по сравнению с другими поставщиками

напитков: ООО «Стар Трейд» - 56 811,23 рубль; ООО «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» - 18 437,50 рублей.

Письмом от 14.05.2012 исх. № 106-юр ООО «АШАН» представило ходатайство о приостановлении рассмотрения дела № 4 13/190-11 в связи с проведением экономической экспертизы Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики».

Комиссия указанное ходатайство удовлетворила. Определением от 14.05.2012 (исх. от 16.05.2012 № АК/15320) дело было приостановлено до окончания проведения экспертизы.

Письмом от 02.11.2012 б/н (вх. от 06.11.2012 № 62750/12) ООО «АШАН» представило экспертное заключение, подготовленное специалистами Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» и Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (далее – заключение).

Определением о возобновлении рассмотрения дела от 29.12.2012 (исх. от 29.12.2012 № АК/45207/12) были запрошены пояснения по вопросу особенностей оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации таких товаров в зависимости от особенностей того или иного продовольственного товара (с указанием, какие особенности товара влияют на специфику оказания, объемы и цену данной услуги, как то: упаковка, срок годности и прочее).

Письмом от 04.02.2013 исх. № 09/13-юр. (вх. от 05.02.2013 № 82428/13) ООО «АШАН» представило следующие пояснения.

Основным «элементом» (фактором) успешной промо-акции является скидка с цены, предоставляемая поставщиком, и, соответственно, отражаемая в розничной цене товара.

С учетом этого обстоятельства в каждом конкретном случае размер скидки, предоставляемой поставщиком, определяется исходя из положения товара на рынке и маркетинговых целей поставщика, то есть планируемого места товара на рынке.

Учитывая изложенное, можно сделать вывод, что при оказании услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров поставщикам разных групп товаров ООО «АШАН» не учитывает такие факторы как срок годности товара, особенности хранения товара, упаковку и прочее.

Для проведения экономического анализа обоснованности условий договоров между ООО «АШАН» и поставщиками продовольственных товаров экспертам Новикову В.В. и Авдашевой С.Б. были предоставлены определения по делу № 4 13/190-11 от 02.11.2011 № АК/40875, от 22.12.2011 № АК/48097, от 13.03.2012 № АК/7502, а также материалы/сведения, представленные ООО «АШАН» Комиссии согласно данным определениям.

Экспертам Новикову В.В. и Авдашевой С.Б. для экономического анализа

обоснованности условий договоров между поставщиками продовольственных товаров и ООО «АШАН» были предоставлены следующие документы/материалы: типовая форма договора поставки продовольственных товаров (с приложениями и годовым соглашением), типовая форма договора возмездного оказания услуг, перечень поставщиков хлебопродуктов, критерии премирования сотрудников магазинов, критерии премирования менеджеров отдела закупок, данные о продаже говяжьей тушенки поставщика ООО «Главпродукт», клубничного варенья поставщика ЗАО «Ратибор», яиц поставщика ЗАО «Окская птицефабрика».

Согласно заключению экспертом Новиковым В.В. проводился опрос (собеседование) работников ООО «АШАН», ответственных за закупки товаров, организацию промо-акций и оценку их результатов (письмо ООО «АШАН» от 04.02.2013 исх. № 09/13-юр., вх. от 05.02.2013 № 82428/13).

По информации представителей ООО «АШАН» опросы работников ООО «АШАН» не протоколировались, таким образом невозможно установить, какие пояснения и комментарии и по каким вопросам давались сотрудниками ООО «АШАН». Более того, в представленном заключении нет никаких ссылок и указаний на пояснения сотрудников ООО «АШАН».

Вместе с тем, в рамках проведения плановой проверки членами инспекции ФАС России были получены объяснения сотрудников ООО «АШАН». Все проведенные опросы протоколировались и были подписаны сотрудниками ООО «АШАН».

Анализ представленного заключения показал следующее.

В соответствии с заключением определение маркетинговых услуг в зависимости от объема товарооборота по договору поставки является экономически обоснованным и недискриминационным способом определения цены данной услуги. При таком определении цены размер вознаграждения, которое получает торговая сеть за маркетинговые услуги, увязан с тем, что для поставщиков является желаемым конечным результатом этих услуг, т.е. ростом товарооборота. Как следствие, размер вознаграждения дает оценку уровня усилий, которые предприняла торговая сеть, и при этом поощряет приложение данных усилий (страница 2 заключения).

Различие стоимости маркетинговых услуг (выраженной в процентах или в рублях) для разных поставщиков ООО «АШАН» не говорит о том, что поставщики поставлены в неравное положение. Промо-акции не эквиваленты в смысле издержек, рисков и прочих экономически-значимых факторов (страница 3 заключения).

Различие в стоимости маркетинговых услуг (выраженной в процентах или в рублях) для разных поставщиков не говорит о том, что поставщики поставлены в неравное положение. Если у различия в стоимости услуг есть объективные и разумные основания, и эти основания влияют на определение стоимости маркетинговых услуг для всех поставщиков без исключения, то поставщики будут



находиться в равном положении, так как договоры с ними будут рассматриваться торговой сетью с точки зрения одних и тех же деловых целей, связанных с конкуренцией на розничном рынке (страница 10 заключения).

Равенство экономически-обоснованной стоимости маркетинговых услуг в отношении двух различных товаров является скорее исключением, чем правилом (страница 11 заключения).

Вместе с тем, согласно позиции ООО «АШАН», основным «элементом» (фактором) успешной промо-акции является скидка с цены, предоставляемая поставщиком, и, соответственно, отражаемая в розничной цене товара, что подтверждается письмом от 04.02.2013 исх. № 09/13-юр, вх. от 05.02.2013 № 8428/13 в ответ на пункт 3.3.1. определения о возобновлении рассмотрения дела (особенности оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации таких товаров в зависимости от особенностей того или иного продовольственного товара).

Таким образом, Комиссией не может быть принят один из основных выводов заключения об отсутствии равенства экономически-обоснованной стоимости маркетинговых услуг в отношении различных товаров в связи с тем, что не подтверждается результатами анализа представленной ООО «АШАН» информации, а также пояснениями ООО «АШАН».

Для организации промо-акции розничная сеть должна осуществить координацию производителей заменяемых продуктов – с тем, чтобы все они участвовали в промо-акции, проводимой в конкретные сроки. Поэтому для организации успешного мероприятия поставщики должны быть связаны условиями договоров, заключенными в силу необходимости координации задолго до проведения промо-акции (страница 22 заключения).

Один из основных выводов заключения состоит в том, что для поставщиков подписание договора, фиксирующего сроки проведения промо-акции, периоды акций и участвующие в них продукты экономически оправдано и целесообразно, поскольку исполнение такого договора служит необходимым условием результативного маркетингового мероприятия.

Вместе с тем, период оказания услуг согласовывается сторонами дополнительно, и на момент заключения договора возмездного оказания услуг не определены ни сроки проведения промо-акций, ни их количество (пункт 2 Приложения № 1 к представленному ООО «АШАН» экспертам для проведения анализа обоснованности условий договоров между поставщиками продовольственных товаров и ООО «АШАН» типовом договоре возмездного оказания услуг).

Таким образом, существующая в настоящее время в ООО «АШАН» практика заключения договоров возмездного оказания услуг противоречит выводу экспертов.

Заключением установлено, что определение стоимости маркетинговых услуг в зависимости от объема товарооборота по договору поставки имеет объективное и разумное обоснование. Благодаря этому способу определения стоимости размер

вознаграждения, которое получит торговая сеть за маркетинговые услуги, увязан с тем, что для поставщиков является желаемым конечным результатом этих услуг, то есть ростом товарооборота. Как следствие, размер вознаграждения дает оценку уровня усилий, которые предприняла торговая сеть, и при этом поощряет приложение данных усилий (страница 10 заключения).

Организуя промо-акцию, розничная торговая сеть получает от нее определенный выигрыш. Однако вместе с выигрышем розничная сеть несет и риски неудачной промо-акции. В том случае, если промо-акция не привлечет достаточного количества дополнительных покупателей и не позволит повысить продажи, затраты розничной сети не будут компенсированы (страница 20 заключения).

ООО «АШАН» определяет маркетинговые усилия как «совокупность управленческих решений и фактических действий сотрудников компании, связанных с планированием и реализацией промо-акции, влияющих на достижение цели промо-акции – рост товарооборота» (письмо от 04.02.2013 исх. № 09/13-юр, вх. от 05.02.2013 № 8428/13).

Также Комиссией исследовался вопрос о фактических затратах ООО «АШАН» на оказание услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, в том числе влияние оказания данной услуги на деятельность сотрудников в торговых объектах АШАН и их заработную плату.

Помимо затрат, связанных непосредственно с процессом выкладки товара при оказании услуги (расходы, связанные с приобретением и оформлением торгового оборудования, оплатой труда персонала, осуществляющего выкладку товара и другие) ООО «АШАН» несет затраты на осуществление маркетинговых усилий при оказании данной услуги.

Вместе с тем, тем же письмом ООО «АШАН» сообщило, что источником формирования заработной платы сотрудников, осуществляющих выкладку товаров в рамках оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации таких товаров в торговых объектах ООО «АШАН», является фонд оплаты труда ООО «АШАН». Размер заработной платы определяется в соответствии с трудовым договором на основании штатного расписания. Дополнительное премирование сотрудников ООО «АШАН», осуществляющих выкладку товаров в рамках оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации таких товаров в торговых объектах ООО «АШАН», за выкладку товара во время проведения рекламной акции не предусмотрено.

В соответствии с заключением, от определения характера действий в период маркетинговых мероприятий заранее поставщики выигрывают по двум соображениям. Во-первых, чем раньше определены конкретные действия – снижение цены и предоставление скидок со стороны поставщика, подготовка продукции в специальной для акции упаковке, увеличение объема поставок в конкретный торговый центр, - тем ниже издержки их планирования и реализации. Во-вторых, сами по себе планирование и координация являются обязательным условием успеха мероприятия (страница 24 заключения).

ООО «АШАН» указывает, что маркетинговые усилия снижают издержки планирования и реализации промо-акции. Таким образом, указанные издержки снижаются исключительно для торговой сети, а отнюдь не для поставщика. Учитывая изложенное, в рассматриваемом случае с учетом пояснений ООО «АШАН» вывод заключения о «выигрыше» поставщика не находит своего подтверждения.

Таким образом, выводы экспертизы носят общий характер, противоречат представленным ООО «АШАН» документам и пояснениям, а соответственно не могут быть приняты Комиссией в рамках рассматриваемого дела.

Также письмом от 02.11.2012 б/н (вх. от 06.11.2012 № 62750/12) ООО «АШАН» представило экспертное заключение, подготовленное специалистами Российского государственного торгово-экономического университета на тему «Определение экономических признаков дискриминации, навязывания, ограничения конкуренции на товарном рынке оптовой торговли хлебобулочными и кондитерскими изделиями».

Данное заключение касается вопросов поведения ООО «АШАН» и ООО «АТАК» в отношениях с поставщиками хлебобулочных и кондитерских изделий. В рамках рассмотрения дела № 4 13/190-11 о нарушении антимонопольного законодательства вопросы взаимоотношений ООО «АШАН» с поставщиками хлебобулочных и кондитерских изделий не исследовался, в связи с чем Комиссией не могут быть оценены выводы экспертов, приведенные в указанном заключении.

Определением о возобновлении рассмотрения дела № 4 13/190-11 от 29.12.2012 исх. № АК/45207/13 сведения об оказании поставщикам услуг в соответствии с разработанной ФАС России формой, которые необходимо было представить в срок до 15.01.2013.

В ФАС России поступило ходатайство ООО «АШАН» от 11.01.2013 б/н (вх. от 14.01.2013 № 1901/13) о продлении срока предоставления информации до 04.02.2013.

24.01.2013 поступило ходатайство от 14.01.2013 б/н (вх. от 24.01.2013 № 5016/13), в котором ООО «АШАН» сообщило, что для подготовки запрошенных сведений об оказании поставщикам услуги в соответствии с разработанной ФАС России формой потребуется еще минимум 2 месяца, и просит продлить срок предоставления информации до 01.03.2013, сократив количество поставщиков, по которым данная информация должна быть представлена, до 10 в разрезе 3 магазинов.

Учитывая необходимость получения информации по всем поставщикам всех групп товаров, которым были оказаны услуги, а также учитывая тот факт, что рассматриваемая услуга может оказываться разным поставщикам в разных магазинах, удовлетворение ходатайства ООО «АШАН» в части сокращения количества поставщиков и магазинов не представлялось возможным.

На заседании Комиссии 29.01.2013 было принято решение о сокращении объемов запрошенной информации, таким образом, ООО «АШАН» необходимо было представить сведения в отношении всех поставщиков только одной группы товаров «Молоко и молочные продукты», которым были оказаны услуги. Таким образом, Определением об отложении рассмотрения дела № 4 13/190-11 от 29.01.2013 (исх. от 01.02.2013 № АК/3210/13) было установлено, что в срок до 01.03.2013 необходимо представить сведения об оказании поставщикам молока и молочной продукции услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров в соответствии с разработанной ФАС России формой.

01.03.2013 ООО «АШАН» представило запрошенные сведения (вх. № 16270/13 от 01.03.2013) за 2012 год, сообщив, что сведения за 2010 и 2011 годы находятся в процессе подготовки и будут представлены сразу же после завершения их подготовки. Вместе с тем, ООО «АШАН» не представило какого-либо ходатайства о продлении срока предоставления сведений за 2010 и 2011 годы.

Таким образом, ООО «АШАН» не представило запрошенные антимонопольным органом сведения за 2010 и 2011 годы.

Комиссией была проанализирована представленная ООО «АШАН» информация (письмо вх. № 16270/13 от 01.03.2013) об объемах закупки и реализации молока и молочной продукции до, во время и после оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров, а также в аналогичный период, в котором данная услуга не оказывалась в 2012 году.

По результатам анализа установлено, что приобретение поставщиками молока и молочной продукции у ООО «АШАН» услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, также как и предоставление скидки во время оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров не гарантирует поставщику увеличение объемов закупки, участвовавших в акции товаров, а также увеличения объемов их реализации.

Так, например, в 2012 году ООО «Пармалат МК» (код поставщика 244) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 1009 раз, во время проведения каждой акции ООО «Пармалат МК» предоставлялась скидка в размере 6 – 33 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 40 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 54 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 50 % случаев;
- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 37 % случаев;
- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 29 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 40 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 45 % случаев;

- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 47 % случаев.

ОАО «Останкинский молочный комбинат» (код поставщика 289) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 472 раза, во время проведения каждой акции ОАО «Останкинский молочный комбинат» предоставлялась скидка в размере 5 – 20 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 43 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 47 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 47 % случаев;

- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 42 % случаев;

- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 43 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 47 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 46 % случаев;

- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 41 % случаев.

ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (код поставщика 352) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 3013 раз, во время проведения каждой акции ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» предоставлялась скидка в размере 5 – 25 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 40 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 54 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 55 % случаев;

- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 42 % случаев;

- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 33 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 43 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 40 % случаев;

- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 30 % случаев.

ЗАО «КМПЭМ» (код поставщика 9085) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 137 раз, во время проведения каждой акции ЗАО «КМПЭМ» предоставлялась скидка в размере 7 – 33 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 34 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 59 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 59 % случаев;

- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 37 % случаев;

- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 12 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 44 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 50 % случаев;

- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 18 % случаев.

ООО «ТрастФинГрупп» (код поставщика 4438) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 1473 раза, во время проведения каждой акции ООО «ТрастФинГрупп» предоставлялась скидка в размере 5 – 10 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 53 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 60 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 58 % случаев;

- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 54 % случаев;

- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 25 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 39 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 58 % случаев;

– объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 37 % случаев.

Письмом ООО «АШАН» (вх. № 18722/13 от 12.03.2013) представлена информация об объемах закупки и реализации молока и молочной продукции до, во время и после оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров, а также в аналогичный период, в котором данная услуга не оказывалась в 2010 и 2011 годах.

Анализ указанной информации также показал, что в 2010 и 2011 годах приобретение поставщиками молока и молочной продукции у ООО «АШАН» услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, также как и предоставление скидки во время оказания услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров не гарантирует поставщику увеличение объемов закупки, участвовавших в акции товаров, а также увеличения объемов их реализации.

Так, например, в 2011 году ЗАО МК «Авида» (код поставщика 5929) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 777 раз, во время проведения каждой акции ЗАО МК «Авида» предоставлялась скидка в размере 5 – 20 %. При этом:

– объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 42 % случаев;

– объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 43 % случаев;

– объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 48 % случаев;

– объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 49 % случаев;

– объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 34 % случаев;

– объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 43 % случаев;

– объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 45 % случаев;

– объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 39 % случаев.

ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» (код поставщика 6506) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 418 раз, во время проведения каждой акции ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» предоставлялась скидка в размере 10 %. При этом:

– объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 31 % случаев;

– объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 41 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 53 % случаев;
- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 40 % случаев;
- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 34 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 37 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 47 % случаев;
- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 38 % случаев.

ООО ПК «Ильинское 95» (код поставщика 6706) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 128 раз, во время проведения каждой акции ООО ПК «Ильинское 95» предоставлялась скидка в размере 5 – 16 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 43 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 41 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 42 % случаев;
- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 38 % случаев;
- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 29 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 44 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 59 % случаев;
- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 42 % случаев.

ООО «Молочный продукт» (код поставщика 5334) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 658 раз, во время проведения каждой акции ООО «Молочный продукт» предоставлялась скидка в размере 5 – 20 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 45 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 51 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 49 % случаев;



- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 49 % случаев;
- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 36 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 44 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 46 % случаев;
- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 38 % случаев.

ООО «Дисконт-Трейд» (код поставщика 1612) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 4035 раз, во время проведения каждой акции ООО «Дисконт-Трейд» предоставлялась скидка в размере 0 – 50 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 27 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 61 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 65 % случаев;
- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 31 % случаев;
- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 19 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 35 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 42 % случаев;
- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 29 % случаев.

В 2010 году ООО «Пармалат МК» (код поставщика 244) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 1832 раза, во время проведения каждой акции ООО «Пармалат МК» предоставлялась скидка в размере 5 – 25 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 66 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 52 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 47 % случаев;
- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 45 % случаев;

- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 46 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 49 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 47 % случаев;
- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 44 % случаев.

ОАО «Останкинский молочный комбинат» (код поставщика 289) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 484 раза, во время проведения каждой акции ОАО «Останкинский молочный комбинат» предоставлялась скидка в размере 5 – 10 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 46 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 54 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 56 % случаев;
- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 51 % случаев;
- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 50 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 53 % случаев;
- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 58 % случаев;
- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 58 % случаев.

ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (код поставщика 352) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 6182 раз, во время проведения каждой акции ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» предоставлялась скидка в размере 4 – 33 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 40 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 49 % случаев;
- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 55 % случаев;
- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 43 % случаев;
- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 34 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 42 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 40 % случаев;

- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 33 % случаев.

ООО «Дисконт-Трейд» (код поставщика 633) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 256 раз, во время проведения каждой акции ООО «Дисконт-Трейд» предоставлялась скидка в размере 0 – 10 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 43 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 55 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 64% случаев;

- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 56 % случаев;

- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 31 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 40 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 42 % случаев;

- объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 31 % случаев.

ОАО «КАРАТ» (код поставщика 692) услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывалась 4275 раз, во время проведения каждой акции ОАО «КАРАТ» предоставлялась скидка в размере 5 – 33 %. При этом:

- объем закупок рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 30 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок до проведения акции в 56 % случаев;

- объем закупок после проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 61% случаев;

- объем закупок во время проведения акции снизился по сравнению с объемом закупок в аналогичный период без проведения акции в 39 % случаев;

- объем реализации рекламированных товаров во время акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 24 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с объемом реализации до проведения акции в 34 % случаев;

- объем реализации после проведения акции снизился по сравнению с

объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 41 % случаев;  
объем реализации во время проведения акции снизился по сравнению с  
объемом реализации в аналогичный период без проведения акции в 29 % случаев.

Таким образом, предоставление скидки на товары, участвующие в акции, оплата поставщиками молока и молочной продукции услуг ООО «АШАН» по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара не гарантирует повышения объемов закупки и реализации таких товаров как во время проведения таких акций, так и после, а также не гарантирует повышения объемов закупки и реализации товаров, участвующих в акции, во время проведения такой акции по сравнению с закупками и продажами таких товаров в аналогичный период без проведения акции.

Также установлено, что в большинстве случаев объемы реализации акционных товаров «до» и «во время» проведения акций превышают объемы закупки таких товаров «до» и «во время» проведения акций. Так в 2012 году, например:

– в 739 случаях из 1009 объемы реализации акционных товаров ООО «Пармалат МК» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 407 случаях из 472 объемы реализации акционных товаров ОАО «Останкинский молочный комбинат» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 2132 случаях из 3013 объемы реализации акционных товаров ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 109 случаях из 137 объемы реализации акционных товаров ЗАО «КМПЭМ» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 1147 случаях из 1473 объемы реализации акционных товаров ООО «ТрастФинГрупп» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций.

В 2011 году, например:

– в 625 случаях из 777 объемы реализации акционных товаров ЗАО МК «Авида» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 345 случаях из 418 объемы реализации акционных товаров ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 88 случаях из 128 объемы реализации акционных товаров ООО ПК «Ильинское 95» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 468 случаях из 658 объемы реализации акционных товаров ООО

«Молочный продукт» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций; в 2412 случаях из 4035 объемы реализации акционных товаров ООО «Дисконт-Трейд» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций.

В 2010 году, например:

– в 1484 случаях из 1832 объемы реализации акционных товаров ООО «Пармалат МК» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 442 случаях из 484 объемы реализации акционных товаров ОАО «Останкинский молочный комбинат» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 192 случаях из 256 объемы реализации акционных товаров ООО «Дисконт-Трейд» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций;

– в 2692 случаях из 4275 объемы реализации акционных товаров ОАО «КАРАТ» до и во время проведения акций превышают объемы закупки таких товаров до и во время проведения акций.

Указанные факты говорят о том, что в периоды проведения таких акций реализуются также товары, не проданные в предшествующие акции периоды, что является выгодным для ООО «АШАН».

Таким образом, анализ представленных ООО «АШАН» документов и сведений показал, что услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров, оказываемые ООО «АШАН» поставщикам молока и молочных товаров, приводят к положительному эффекту не во всех случаях (как правило примерно в половине случаев результаты услуги негативны), а также анализ показал выгоду оказания данной услуги для ООО «АШАН».

Также, Комиссией были проанализированы представленные ООО «АШАН» (вх. от 01.03.2013 № 16270/13) данные за 2012 год путем сопоставления графы «Цена закупки до» и графы «Цена закупки во время» и установив, что размер скидки, указанный в таблице, не соответствует показателю (размеру), рассчитанному на основе данных, указанных ООО «АШАН» в таблице, Комиссия пришла к выводу, что сведения, представленные ООО «АШАН» за 2012 год, являются недостоверными.

Учитывая изложенное, ООО «АШАН» не представило запрошенные сведения за 2010 и 2011 годы, а также предоставив в ФАС России сведения за 2012 год, ООО «АШАН» представило в федеральный антимонопольный орган заведомо недостоверные сведения.

В связи с чем было возбуждено дело об административном правонарушении № 4-19.8-379/00-18-13 по признакам нарушения ООО «АШАН» части 5 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).

Определением о приостановлении рассмотрения дела № 4 13/190-11 от 05.03.2013 (исх. от 07.03.2013 № АК/8572/13) дело было приостановлено до окончания рассмотрения дела об административном правонарушении № 4-19.8-379/00-18-13.

Также определением о приостановлении рассмотрения дела № 4 13/190-11 от 05.03.2013 (исх. от 07.03.2013 № АК/8572/13) были запрошены необходимые документы и сведения.

По вопросу расхождения данных о представленных во время проведения рекламной акции скидках поставщиками молока и молочной продукции в сведениях за 2012 год, представленных письмом ООО «АШАН» б/н б/д (вх. № 16270/13 от 01.03.2013) ООО «АШАН» пояснило, что скидка, указанная в представленных таблицах по поставщикам молочной продукции, не была рассчитана математически как разница между ценой закупки и ценой продажи за определенные периоды. Для получения данных за основу была взята информация из программы «Система Управления Промо» (СУП), являющаяся в ООО «АШАН» основным инструментом для работы с промо. Скидка заносится закупщиком в размере, согласованном при переговорах с поставщиком и применяется в указанном размере к действующему на этот момент тарифу поставщика.

Для предоставления данных для ФАС России цену продажи и цену закупки ООО «АШАН» рассчитывало как соотношение суммы продаж/закупок в стоимостном выражении за требуемый период к сумме продаж/закупок в натуральном выражении (письмо ООО «АШАН» б/н от 26.03.2013, вх. от 27.03.2013 № 24038/13).

В письме б/н от 26.03.2013 (вх. от 27.03.2013 № 24038/13) ООО «АШАН» также дало пояснения по вопросу определения и согласования стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров с поставщиками продовольственных товаров в 2012 году следующее.

Организация рекламирования товаров путем демонстрации образцов товаров подразумевает несколько этапов.

На собрании менеджеров по продажам и менеджеров по закупкам, проходящем раз в два месяца, определяются потребности на товары для проведения промо-акций на будущий период длительностью 3-6 месяцев. Под потребностью подразумевается общая характеристика товара без уточнения бренда, производителя или поставщика. Эти потребности вносятся в программу СУП. За 4-6 недель до наступления каждого конкретного промо-периода менеджер по закупкам проводит переговоры с поставщиками соответствующей продукции с целью выявления соответствующего запросу предложения. Данные поставщика с указанием артикула товара и размера скидки вносятся в программу СУП. В течение следующей недели магазин подтверждает свою готовность провести акцию. За неделю до начала действия скидки поставщику информативно направляется «Соглашение о коммерческом сотрудничестве» - итоговая таблица с указанием предварительной информации об акции (артикул, период действия скидки). Магазины заказывают

товар и проводят акцию в согласованный период. Отметка о проведении акции каждым магазином также вносится в программу СУП, на основании этой информации поставщику выставляются счета за оказанные услуги в соответствии с Приложением № 1 к Договору возмездного оказания услуг, содержащим стоимость проведения каждого типа услуг.

В 2012 году стоимость оказания услуги по демонстрации продовольственных товаров выражена в фиксированной сумме. Определение фиксированной стоимости услуги проводилось в ходе переговорного процесса с поставщиком с учетом мощностей поставщика и его рекламного бюджета (письмо ООО «АШАН» б/н от 26.03.2013, вх. от 27.03.2013 № 24038/13).

Анализ представленных сведений об объемах и стоимости предоставленных и выставленных ООО «АШАН» поставщикам молока и молочной продукции услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров показал следующее.

Услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров оказывается в двух вариантах: Большая демонстрация и Точечная демонстрация. В рамках оказания услуги Большая демонстрация выделяется услуга «День рождения АШАН». Стоимость услуги «День рождения АШАН» с учетом специфики данной акции отличается от стоимости обычной акции «Большая демонстрация», проводимой в течение года. Стоимость оказания услуги «Большая демонстрация» и «Точечная демонстрация» различная. Также стоимость услуг различается в зависимости от формата магазина, в котором эта услуга оказывается: «АШАН», «АШАН-Сити», «Радуга» (письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр).

Стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Большая демонстрация» в магазинах формата «АШАН» для поставщиков молока и молочной продукции в 2012 году составляла от 10 000 рублей до 45 000 рублей (Таблица № 2).

Таблица № 2<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр.





№ п/п	Наименование поставщика	Большая демонстрация, руб. без НДС, АШАН
1	ООО «Праксис-Ово» (935)	10000
2	ООО «ФерЭльГам» (5319)	10000
3	ООО «Птицефабрика «Сметанино» (8045)	10000
4	ООО «Пармалат МК»(244)	15000
5	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (289)	15000
6	ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (352)	15000
7	ООО «компания СКИТ» (502)	15000
8	ООО «Дисконт-Трейд» (633)	15000
9	ООО «Дисконт-Трейд» (1120)	15000
10	ООО «Дисконт-Трейд» (1612)	15000
11	ОАО «КАРАТ» (692)	15000
12	ОАО «КАРАТ» (7474)	15000
13	ООО «Торговый дом ПиР» (7513)	15000
14	ООО «Юнилевер Русь» (1902)	15000
15	ООО «Альда Универсал» (2134)	15000
16	ООО «Альда Универсал» (7506)	15000
17	ООО «Валио» (2612)	15000
18	ООО «Валио» (7507)	15000
19	ООО «АБАТОР» (2909)	15000
20	ООО «Славия Бренд Трейдинг» (3086)	15000
21	ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты» (3092)	15000
22	ООО «Балтком Юни» (3200)	15000
23	ЗАО «Молвест» (3327)	15000
24	ООО «Невские молокопродукты» (3737)	15000
25	ООО «Торговый дом «Борис и Павел» (4048)	15000
26	ЗАО «Молсервис» (4106)	15000
27	ООО «Савушкин продукт» (4153)	15000
28	ООО «Торговый дом «Балтия» (4428)	15000
29	ООО «Гермис ПРО» (4581)	15000
30	ООО «Гермис ПРО» (9160)	15000
31	ООО «Гермис Нижний Новгород» (4621)	15000
32	ООО «Торговый дом «Киприно» (4852)	15000
33	ООО «Торговый Дом «Маслосыродел» (7678)	15000
34	ООО «Эльбеко» (5203)	15000
35	ООО «ТПК «Витязь» (5257)	15000
36	ОАО «Трест «Южный сахар» (5269)	15000
37	ООО «Молочный продукт» (5334)	15000
38	ООО «Напиток Третьего Тысячелетия» (5436)	15000
39	ООО «Арла Фудс Артис» (5531)	15000
40	ООО «Фудлайн Групп» (5654)	15000
41	ООО «Компания «Фудлэнд» (5874)	15000
42	ЗАО МК «Авида» (5929)	15000
43	ЗАО МК «Авида» (7427)	15000
44	ООО «Компания НЕЛТ» (5952)	15000
45	ЗАО «КМКК» (6005)	15000
46	ЗАО Молзавод «Шовгеновский» (6408)	15000
47	ООО «Ястро» (6569)	15000

48	ООО ПК «Ильинское 95» (6706)	15000
49	ООО «Алтайская молочная компания» (6862)	15000
50	ОАО «Золотые луга»(7039)	15000
51	ОАО «Золотые луга»(7680)	15000
52	ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ» (7055)	15000
53	ООО «Агроснаб» (7059)	15000
54	ООО «РичАрт ТД» (7191)	15000
55	ЗАО «Эссен Продакш АГ» (7356)	15000
56	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7552)	15000
57	ООО «ГЕК - Сетевая торговля» (7919)	15000
58	ООО «ГЕК - Сетевая торговля» (7920)	15000
59	ЗАО «Птицефабрика Невская» (8337)	15000
60	ООО «ТПК Компания Кристи» (8767)	15000
61	ООО «Леноблптицепром» (8886)	15000
62	ООО «Грэйт Фудз Инк.» (9608)	15000
63	ООО «ЭкоМилк» (9910)	15000
64	ОАО «Жировой комбинат» (4296)	16000
65	ООО «ТрастФинГрупп» (4438)	20000
66	ООО «РостАгроТрейд» (4439)	20000
67	ООО «Терра» (4452)	20000
68	ООО «Компания НЕЛТ» (5950)	20000
69	ООО «Компания НЕЛТ» (7501)	20000
70	ООО «Эрманн» (5953)	20000
71	ООО «Трансхолдинг» (6396)	20000
72	ООО «Трансхолдинг» (7418)	20000
73	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7551)	20000
74	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7554)	20000
75	ООО «Велле» (8888)	20000
76	ООО «Трэйдлайн» (9220)	20000
77	ОАО «Вимм-Билль-Данн» (730)	30000
78	ООО «БТК-2000» (3620)	30000
79	ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» (6506)	30000
80	ООО «Свежая Идея» (6804)	30000
81	ООО «Молочная Благодать» (9475)	41000
82	ООО «ТПК Маслодел» (6338)	44000
83	ООО «Данон Индустрия» (1191)	45000
84	ООО «ЮниМилк» (1757)	45000
85	ООО «ЮниМилк» (7705)	45000
86	ЗАО «КМПЭМ» (9085)	45000
87	ЗАО «КМПЭМ» (9086)	45000
88	ООО «Данон Юнимилк Трейд» (9789)	45000
89	ООО «Данон Юнимилк Трейд» (9790)	45000
90	ООО «Данон Юнимилк Трейд» (9791)	45000

Согласно представленным ООО «АШАН» сведениям, минимальная стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Большая демонстрация» в магазинах формата «АШАН» установлена для следующих поставщиков молока и молочной продукции: ООО «Праксис-Ово», ООО «ФерЭльГам», ООО «Птицефабрика «Сметанино» - 10 000 рублей.

Таким образом, ООО «Пармалат МК», ОАО «Останкинский молочный комбинат», ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК», ООО «компания СКИТ», ООО «Дисконт-Трейд», ОАО «КАРАТ», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО «Торговый Дом «ПиР», ООО «Данон Индустрия», ООО «ЮниМилк», ООО «Юнилевер Русь», ООО «Альда Универсал», ООО «Валио», ООО «АБАТОР», ООО «Славия Бренд Трейдинг», ООО «Балтком Юни», ЗАО «Молвест», ООО «БТК-2000», ООО «Невские молокопродукты», ООО «Торговый дом «Борис и Павел», ЗАО «Молсервис», ООО «Савушкин продукт», ОАО «Жировой комбинат», ООО «Торговый дом «Балтия», ООО «ТрастФинГрупп», ООО «РостАгроТрейд», ООО «Терра», ООО «Гермис ПРО», ООО «Гермис Нижний Новгород», ООО «Торговый дом «Киприно», ООО «Торговый Дом «Маслосыродел», ООО «Эльбеко», ООО «ТПК «Витязь», ОАО «Трест «Южный сахар», ООО «Молочный продукт», ООО «Напиток Третьего Тысячелетия», ООО «Арла Фудс Артис», ООО «Фудлайн Групп», ООО «Компания «Фудлэнд», ЗАО МК «Авида», ООО «Компания НЕЛТ», ООО «Эрманн», ЗАО «КМКК», ООО «ТПК Маслодел», ООО «Трансхолдинг», ЗАО Молзавод «Шовгеновский», ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт», ООО «Ястро», ООО ПК «Ильинское 95», ООО «Свежая Идея», ООО «Алтайская молочная компания», ОАО «Золотые луга», ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ», ООО «Агроснаб», ООО «РичАрт ТД», ЗАО «Эссен Продакш АГ», ООО «Торговый дом «Преображенский», ООО «ГЕК – Сетевая торговля», ЗАО «Птицефабрика Невская», ООО «ТПК Компания Кристи», ООО «Леноблптицепром», ООО «Велле», ЗАО «КМПЭМ», ООО «Трэйдлайн», ООО «Молочная Благодать», ООО «Грэйт Фудз Инк.», ООО «Данон Юнимилк Трейд», ООО «ЭкоМилк» оплатили большую стоимость за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с ООО «Праксис-Ово», ООО «ФерЭльГам», ООО «Птицефабрика «Сметанино».

Стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Большая демонстрация» в магазинах формата «Радуга» для поставщиков молока и молочной продукции в 2012 году составляла от 7 500 рублей до 29 900 рублей (Таблица № 3).

Таблица № 3<sup>3</sup>

№ п/п	Наименование поставщика	Большая демонстрация, руб. без НДС, РАДУГА
1	ООО «Пармалат МК» (244)	7500

<sup>3</sup>Письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр.

2	ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (352)	7500
3	ООО «компания СКИТ» (502)	7500
4	ООО «Дисконт-Трейд» (1120)	7500
5	ООО «Дисконт-Трейд» (1612)	7500
6	ОАО «КАРАТ» (692)	7500
7	ООО «Юнилевер Русь» (1902)	7500
8	ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты» (3092)	7500
9	ЗАО «Молвест»(3327)	7500
10	ЗАО «Молсервис» (4106)	7500
11	ООО «Торговый дом «Балтия» (4428)	7500
12	ООО «Гермис ПРО» (4581)	7500
13	ООО «Молочный продукт» (5334)	7500
14	ООО «Арла Фудс Артис» (5531)	7500
15	ООО «Фудлайн Групп» (5654)	7500
16	ЗАО МК «Авида» (5929)	7500
17	ЗАО МК «Авида» (7427)	7500
18	ООО «Ястро» (6569)	7500
19	ООО ПК «Ильинское 95» (6706)	7500
20	ООО «РичАрт ТД» (7191)	7500
21	ЗАО «Эссен Продакш АГ» (7356)	7500
22	ООО «ЭкоМилк» (9910)	7500
23	ООО «Терра» (4452)	10000
24	ООО «ФерЭльГам» (5319)	10000
25	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7551)	10000
26	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7554)	10000
27	ООО «Валио» (2612)	15000
28	ООО «Компания НЕЛТ» (5950)	15000
29	ОАО «Вимм-Билль-Данн» (730)	18000
30	ООО «Данон Индустрия» (1191)	29900
31	ООО «ЮниМилк» (1757)	29900
32	ООО «ЮниМилк» (7705)	29900

Минимальная стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Большая демонстрация» в магазинах формата «Радуга» установлена для следующих поставщиков молока и молочной продукции: ООО «Пармалат МК», ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК», ООО «компания СКИТ», ООО «Дисконт-Трейд», ОАО «КАРАТ», ООО «Юнилевер Русь», ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты», ЗАО «Молвест», ЗАО «Молсервис», ООО «Торговый дом «Балтия», ООО «Гермис ПРО», ООО «Молочный продукт», ООО «Арла Фудс Артис», ООО «Фудлайн Групп», ЗАО МК «Авида», ООО «Ястро», ООО ПК «Ильинское 95», ООО «РичАрт ТД», ЗАО «Эссен Продакш АГ», ООО «ЭкоМилк» - 7 500 рублей.

Таким образом, ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО «Данон Индустрия»,

ООО «ЮниМилк», ООО «Валио», ООО «Терра», ООО «ФерЭльГам», ООО «Компания НЕЛТ», ООО «Торговый дом «Преображенский» оплатили большую стоимость за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с ООО «Пармалат МК», ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК», ООО «компания СКИТ», ООО «Дисконт-Трейд», ОАО «КАРАТ», ООО «Юнилевер Русь», ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты», ЗАО «Молвест», ЗАО «Молсервис», ООО «Торговый дом «Балтия», ООО «Гермис ПРО», ООО «Молочный продукт», ООО «Арла Фудс Артис», ООО «Фудлайн Групп», ЗАО МК «Авида», ООО «Ястро», ООО ПК «Ильинское 95», ООО «РичАрт ТД», ЗАО «Эссен Продакш АГ», ООО «ЭкоМилк».

Стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Большая демонстрация» в магазинах формата «АШАН-Сити» для поставщиков молока и молочной продукции в 2012 году составляла от 5 000 рублей до 29 900 рублей (Таблица № 4).

Таблица № 4<sup>4</sup>

№ п/п	Наименование поставщика	Большая демонстрация, руб. без НДС, АШАН-СИТИ
1	ООО «Праксис-Ово» (935)	5000
2	ООО «Валио» (7507)	5000
3	ООО «ФерЭльГам» (5319)	5000
4	ООО «Пармалат МК» (244)	7500
5	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (289)	7500
6	ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (352)	7500
7	ООО «компания СКИТ» (502)	7500
8	ООО «Дисконт-Трейд» (633)	7500
9	ООО «Дисконт-Трейд» (1120)	7500
10	ООО «Дисконт-Трейд» (1612)	7500
11	ОАО «КАРАТ» (692)	7500
12	ОАО «КАРАТ» (7474)	7500
13	ООО Торговый дом «ПиР» (7513)	7500
14	ООО «Юнилевер Русь» (1902)	7500
15	ООО «Альда Универсал» (2134)	7500
16	ООО «Альда Универсал» (7506)	7500
17	ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты» (3092)	7500
18	ООО «Балтком Юни» (3200)	7500
19	ЗАО «Молвест» (3327)	7500
20	ООО «Невские молокопродукты» (3737)	7500
21	ЗАО «Молсервис» (4106)	7500
22	ООО «Торговый дом «Балтия» (4428)	7500

4 Письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр.

23	ООО «Гермис ПРО» (4581)	7500
24	ООО «Гермис ПРО» (9160)	7500
25	ООО «Торговый дом «Киприно» (4852)	7500
26	ООО «Молочный продукт» (5334)	7500
27	ООО «Арла Фудс Артис» (5531)	7500
28	ООО «Фудлайн Групп» (5654)	7500
29	ООО «Компания «Фудлэнд» (5874)	7500
30	ЗАО МК «Авида» (5929)	7500
31	ЗАО МК «Авида» (7427)	7500
32	ЗАО Молзавод «Шовгеновский» (6408)	7500
33	ООО «Ястро» (6569)	7500
34	ООО ПК «Ильинское 95» (6706)	7500
35	ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ» (7055)	7500
36	ООО «Агроснаб» (7059)	7500
37	ООО «РичАрт ТД» (7191)	7500
38	ЗАО «Эссен Продакш АГ» (7356)	7500
39	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7552)	7500
40	ООО «ГЕК - Сетевая торговля» (7919)	7500
41	ООО «ГЕК - Сетевая торговля» (7920)	7500
42	ООО «ТПК Компания Кристи» (8767)	7500
43	ООО «Грэйт Фудз Инк.» (9608)	7500
44	ООО «ЭкоМилк» (9910)	7500
45	ОАО «Жировой комбинат» (4296)	8000
46	ООО Торговый Дом «Маслосыродел» (7678)	8000
47	ООО «ТПК «Витязь» (5257)	8000
48	ООО «ТПК Маслодел» (6338)	8000
49	ООО «Алтайская молочная компания» (6862)	8000
50	ООО «Молочная Благодать» (9475)	8000
51	ООО «ТрастФинГрупп» (4438)	10000
52	ООО «РостАгроТрейд» (4439)	10000
53	ООО «Терра» (4452)	10000
54	ООО «Трансхолдинг» (6396)	10000
55	ООО «Трансхолдинг» (7418)	10000
56	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7551)	10000
57	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7554)	10000
58	ООО «Велле» (8888)	10000
59	ООО «Трэйдлайн» (9220)	10000
60	ООО «Валио» (2612)	15000

61	ООО «Савушкин продукт» (4153)	15000
62	ООО «Компания НЕЛТ» (5950)	15000
63	ООО «Компания НЕЛТ» (5952)	15000
64	ООО «Компания НЕЛТ» (7501)	15000
65	ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» (6506)	15000
66	ООО «Свежая Идея» (6804)	15000
67	ОАО «Вимм-Билль-Данн» (730)	18000
68	ООО «Данон Индустрия» (1191)	29900
69	ООО «ЮниМилк» (1757)	29900
70	ООО «ЮниМилк» (7705)	29900
71	ООО «Данон Юнимилк Трейд» (9789)	29900
72	ООО «Данон Юнимилк Трейд» (9790)	29900
73	ООО «Данон Юнимилк Трейд» (9791)	29900

Минимальная стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Большая демонстрация» в магазинах формата «АШАН-Сити» установлена для следующих поставщиков молока и молочной продукции: ООО «Праксис-Ово», ООО «ФерЭльГам» - 5 000 рублей. Вместе с тем стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Большая демонстрация» в магазинах формата «АШАН-Сити» для ООО «Валио» (код поставщика 7507) установлена в размере 5000 рублей, а для ООО «Валио» (код поставщика 2612) установлена в размере 15000 рублей.

Таким образом, ООО «Пармалат МК», ОАО «Останкинский молочный комбинат», ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК», ООО «компания СКИТ», ООО «Дисконт-Трейд», ОАО «КАРАТ», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО Торговый дом ПиР», ООО «Данон Индустрия», ООО «ЮниМилк», ООО «Юнилевер Русь», ООО «Альда Универсал», ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты», ООО «Балтком Юни», ЗАО «Молвест», ООО «Невские молокопродукты», ЗАО «Молсервис», ООО «Савушкин продукт», ОАО «Жировой комбинат», ООО «Торговый дом «Балтия», ООО «ТрастФинГрупп», ООО «РостАгроТрейд», ООО «Терра», ООО «Гермис ПРО», ООО «Торговый дом «Киприно», ООО Торговый Дом «Маслосыродел», ООО «ТПК «Витязь», ООО «Молочный продукт», ООО «Арла Фудс Артис», ООО «Фудлайн Групп», ООО «Компания «Фудлэнд», ЗАО МК «Авида», ООО «Компания НЕЛТ», ООО «ТПК Маслодел», ООО «Трансхолдинг», ЗАО Молзавод «Шовгеновский», ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт», ООО «Ястро», ООО ПК «Ильинское 95», ООО «Свежая Идея», ООО «Алтайская молочная компания», ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ», ООО «Агроснаб», ООО «РичАрт ТД», ЗАО «Эссен Продакш АГ», ООО «Торговый дом «Преображенский», ООО «ГЕК – Сетевая торговля», ООО «ТПК Компания Кристи», ООО «Велле», ООО «Трэйдлайн», ООО «Молочная Благодать», ООО «Данон Юнимилк Трейд», ООО «Валио», ООО «Грэйт Фудз Инк.» ООО «ЭкоМилк» оплатили большую

стоимость за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с ООО «Праксис-Ово», ООО «ФерЭльГам».

Стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «День рождения АШАН» для поставщиков молока и молочной продукции в 2012 году составляла от 700 000 рублей до 22 000 000 рублей (Таблица № 5).

Таблица № 5<sup>5</sup>

№ п/п	Наименование поставщика	День рождения АШАН, руб. без НДС
1	ООО «Балтком Юни» (3200)	700000
2	ООО Торговый дом «ПиР» (7513)	1000000
3	ООО «РостАгроТрейд» (4439)	1000000
4	ООО «Терра» (4452)	1000000
5	ООО «Гермис ПРО» (4581)	1000000
6	ООО «Гермис ПРО» (9160)	1000000
7	ООО «Фудлайн Групп» (5654)	1000000
8	ЗАО МК «Авида» (5929)	1000000
9	ЗАО МК «Авида» (7427)	1000000
10	ООО «Компания НЕЛТ» (5950)	1000000
11	ЗАО «Эссен Продакш АГ» (7356)	1000000
12	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7554)	1000000
13	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (289)	2000000
14	ОАО «КАРАТ» (692)	2000000
15	ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты» (3092)	2000000
16	ООО «Савушкин продукт» (4153)	2000000
17	ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» (6506)	2000000
18	ООО «ЭкоМилк» (9910)	2000000
19	ООО «Пармалат МК» (244)	3000000
20	ООО «Арла Фудс Артис» (5531)	3000000
21	ООО «Праксис-Ово» (935)	4000000
22	ООО «Юнилевер Русь» (1902)	4000000
23	ООО «Валио» (2612)	4000000
24	ООО «Данон Индустрия» (1191)	10000000
25	ОАО «Вимм-Билль-Данн» (730)	22000000

Минимальная стоимость услуги по рекламированию товаров путем

<sup>5</sup> Письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр.



демонстрации образцов товаров «День рождения АШАН» установлена для поставщика молока и молочной продукции ООО «Балтком Юни» - 700 000 рублей.

Таким образом, ООО «Пармалат МК», ОАО «Останкинский молочный комбинат, ОАО «КАРАТ», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО Торговый дом «ПиР», ООО «Праксис-Ово», ООО «Данон Индустрия», ООО «Юнилевер Русь», ООО «Валио», ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты», ООО «Савушкин продукт», ООО «РостАгроТрейд», ООО «Терра», ООО «Гермис ПРО», ООО «Арла Фудс Артис», ООО «Фудлайн Групп», ЗАО МК «Авида», ООО «Компания НЕЛТ», ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт», ЗАО «Эссен Продакш АГ», ООО «Торговый дом «Преображенский», ООО «ЭкоМилк» оплатили большую стоимость за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с ООО «Балтком Юни».

Стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров - «Точечная демонстрация» в магазинах формата «АШАН» для поставщиков молока и молочной продукции в 2012 году составляла от 3 000 рублей до 15 000 рублей (Таблица №6).

Таблица № 6<sup>6</sup>

№ п/п	Наименование поставщика	Точечная демонстрация, руб. без НДС АШАН
1	ООО «ФерЭльГам» (5319)	3000
2	ООО «Гермис Нижний Новгород» (4621)	3500
3	ООО Торговый Дом «Маслосыродел» (4887)	3500
4	ООО Торговый Дом «Маслосыродел» (7678)	3500
5	ООО «ТПК «Витязь» (5257)	3500
6	ОАО «Трест «Южный сахар» (5269)	3500
7	ЗАО «КМКК» (6005)	3500
8	ООО фирма «Калория» (7359)	3500
9	ООО «Сулимовский Торговый Дом» (9203)	3500
10	ООО «Кристалл» (9626)	3500
11	ООО «Юнилевер Русь» (1902)	4000
12	ООО «Птицефабрика «Сметанино» (8045)	4000
13	ООО «Пармалат МК» (244)	5000
14	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (289)	5000
15	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (7455)	5000
16	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (7709)	5000
17	ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (352)	5000

<sup>6</sup> Письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр.

18	ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (7495)	5000
19	ООО «Дисконт-Трейд» (633)	5000
20	ОАО «КАРАТ» (692)	5000
21	ОАО «КАРАТ» (7474)	5000
22	ОАО «Вимм-Билль-Данн» (730)	5000
23	ООО Торговый дом «ПиР» (832)	5000
24	ООО «Данон Индустрия» (1191)	5000
25	ООО «ЮниМилк» (1757)	5000
26	ООО «ЮниМилк» (7705)	5000
27	ООО «БОБ И СОЯ» (1959)	5000
28	ООО «Альда Универсал» (2134)	5000
29	ООО «Валио» (2612)	5000
30	ООО «Валио» (7507)	5000
31	ООО «АБАТОР» (2909)	5000
32	ООО «Славия Бренд Трейдинг» (3086)	5000
33	ООО «Славия Бренд Трейдинг» (7437)	5000
34	ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты» (3092)	5000
35	ООО «Балтком Юни» (3200)	5000
36	ООО «Балтком Юни» (7409)	5000
37	ЗАО «Молвест» (3327)	5000
38	ООО «Невские молокопродукты» (3737)	5000
39	ООО «Савушкин продукт» (4153)	5000
40	ООО «Савушкин продукт» (7404)	5000
41	ООО «УРАЛЛАТ» (4213)	5000
42	ООО «УРАЛЛАТ» (7571)	5000
43	ООО «УРАЛЛАТ» (7755)	5000
44	ООО «Торговый дом «Балтия» (4428)	5000
45	ООО «ТрастФинГрупп» (4438)	5000
46	ООО «ТрастФинГрупп» (7413)	5000
47	ООО «РостАгроТрейд» (4439)	5000
48	ООО «Гермис ПРО» (4581)	5000
49	ООО «Гермис ПРО» (9160)	5000
50	ООО «Торговый дом «Киприно» (4852)	5000
51	ЗАО «АЛЕВ» (5007)	5000
52	ЗАО «Группа АЛЛ» (5201)	5000
53	ООО «Эльбеко» (5203)	5000
54	ООО «ФерЭльГам» (7458)	5000
55	ООО «Молочный продукт» (5334)	5000
56	ООО «Напиток Третьего Тысячелетия» (5436)	5000

57	ООО «Напиток Третьего Тысячелетия» (9041)	5000
58	ООО «Арла Фудс Артис» (5531)	5000
59	ООО «Фудлайн Групп» (5654)	5000
60	ЗАО МК «Авида» (5929)	5000
61	ЗАО МК «Авида» (7427)	5000
62	ООО «Компания НЕЛТ» (5950)	5000
63	ООО «Компания НЕЛТ» (7501)	5000
64	ООО «Эрманн» (5953)	5000
65	ООО «Эрманн» (7582)	5000
66	ООО «Трансхолдинг» (6396)	5000
67	ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» (6506)	5000
68	ООО ПК «Ильинское 95» (6706)	5000
69	ООО Торговый Дом «Вамин» (6976)	5000
70	ООО Торговый Дом «Вамин» (7410)	5000
71	ООО «Свитлайн» (6979)	5000
72	ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ» (7055)	5000
73	ООО «РичАрт ТД» (7191)	5000
74	ООО «Уренхольт» (7251)	5000
75	ЗАО «Эссен Продакш АГ» (7356)	5000
76	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7554)	5000
77	ООО «ГЕК - Сетевая торговля» (7919)	5000
78	ООО «ГЕК - Сетевая торговля» (7920)	5000
79	ООО Торговый дом «Трейд-Ойл» (8655)	5000
80	ООО «ТПК Компания Кристи» (8767)	5000
81	ООО «Велле» (8888)	5000
82	ЗАО «КМПЭМ» (9085)	5000
83	ЗАО «КМПЭМ» (9086)	5000
84	ООО «Трэйдлайн» (9220)	5000
85	ООО «ЭкоМилк» (9910)	5000
86	ООО «БТК-2000» (3620)	7500
87	ИП Крошечкина Н.А. (6836)	7500
88	ООО «Свежая Идея» (6804)	10000
89	ООО «Алтайская буренка» (9222)	15000

Минимальная стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Точечная демонстрация» в магазинах формата «АШАН» установлена для поставщика молока и молочной продукции ООО «ФерЭльГам» - 3 000 рублей.

Таким образом, ООО «Пармалат МК», ОАО «Останкинский молочный комбинат, ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК», ООО «Дисконт-Трейд», ОАО «КАРАТ», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО Торговый Дом «ПиР», ООО «Данон Индустрия», ООО «ЮниМилк», ООО «Юнилевер Русь», ООО «БОБ И СОЯ», ООО «Альда Универсал», ООО «Валио», ООО «АБАТОР», ООО «Славия Бренд Трейдинг», ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты», ООО «Балтком Юни», ЗАО «Молвест», ООО «БТК-2000», ООО «Невские молокопродукты», ООО «Савушкин продукт», ООО «УРАЛЛАТ», ООО «Торговый дом «Балтия», ООО «ТрастФинГрупп», ООО «РостАгроТрейд», ООО «Гермис ПРО», ООО «Гермис Нижний Новгород», ООО «Торговый дом «Киприно», ООО Торговый Дом «Маслосыродел», ЗАО «АЛЕВ», ЗАО «Группа АЛЛ», ООО «Эльбеко», ООО «ТПК «Витязь», ОАО «Трест «Южный сахар», ООО «Молочный продукт», ООО «Напиток Третьего Тысячелетия», ООО «Арла Фудс Артис», ООО «Фудлайн Групп», ЗАО МК «Авида», ООО «Компания НЕЛТ», ООО «Эрманн», ЗАО «КМКК», ООО «Трансхолдинг», ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт», ООО ПК «Ильинское 95», ООО «Свежая Идея», ИП Крошечкина Н.А., ООО Торговый Дом «Вамин», ООО «Свитлайн», ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ», ООО «РичАрт ТД», ООО «Уренхолт», ЗАО «Эссен Продакш АГ», ООО фирма «Калория», ООО «Торговый дом «Преображенский», ООО «ГЕК – Сетевая торговля», ООО «Птицефабрика «Сметанино», ООО Торговый дом «Трейд-Ойл», ООО «ТПК Компания Кристи», ООО «Велле», ЗАО «КМПЭМ», ООО «Сулимовский Торговый Дом», ООО «Трэйдлайн», ООО «Алтайская буренка», ООО «Кристалл», ООО «ЭкоМилк» оплатили большую стоимость за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с ООО «ФерЭльГам».

Стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров - «Точечная демонстрация» в магазинах формата «Радуга» для поставщиков молока и молочной продукции в 2012 году составляла от 3 000 рублей до 5 000 рублей (Таблица № 7).

Таблица № 7<sup>7</sup>

№ п/п	Наименование поставщика	Точечная демонстрация, руб. без НДС РАДУГА
9	ООО «Невские молокопродукты» (3737)	5000
10	ООО «Торговый дом «Балтия» (4428)	5000
11	ООО «ФерЭльГам» (5319)	5000
12	ЗАО «АКГ» (4581) (352)	5000
13	ООО «Компания НЕЛТ» (692) (5950)	5000
14	ОАО «Вимм-Билль-Данн» (719) (730)	5000
15	ООО «РичАрт ТД» (719) (730)	5000
16	ООО «Данон Индустрия» (1191) (191)	5000
17	ООО «Уренхолт» (725) (751)	5000
18	ООО «ЮниМилк» (7705)	5000
19	ЗАО «Эссен Продакш АГ» (7356)	5000
20	ООО «Валио» (2612)	5000
21	ООО «Валио» (7507)	5000

7 Письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр.

Минимальная стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Точечная демонстрация» в магазинах формата «Радуга» установлена для поставщика молока и молочной продукции ООО «ФерЭльГам» - 3 000 рублей.

Таким образом, ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК», ОАО «КАРАТ», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО «Данон Индустрия», ООО «ЮниМилк», ООО «Валио», ООО «Невские молокопродукты», ООО «Торговый дом «Балтия», ООО «Гермис ПРО», ООО «Компания НЕЛТ», ООО «РичАрт ТД», ООО «Уренхолт», ЗАО «Эссен Продакш АГ» оплатили большую стоимость за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с ООО «ФерЭльГам».

Стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров - «Точечная демонстрация» в магазинах формата «АШАН-Сити» для поставщиков молока и молочной продукции в 2012 году составляла от 3 000 рублей до 10 000 рублей (Таблица № 8).

Таблица № 8<sup>8</sup>

№ п/п	Наименование поставщика	Точечная демонстрация, руб. без НДС АШАН-СИТИ
1	ООО «БТК-2000» (3620)	3000
2	ООО Торговый Дом «Маслосыродел» (4887)	3000
3	ООО Торговый Дом «Маслосыродел» (7678)	3000
4	ООО «ТПК «Витязь» (5257)	3000
5	ООО «Юнилевер Русь» (1902)	4000
6	ООО «Пармалат МК» (244)	5000
7	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (289)	5000
8	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (7455)	5000
9	ОАО «Останкинский молочный комбинат» (7709)	5000
10	ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (352)	5000
11	ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» (7495)	5000
12	ООО «Дисконт-Трейд» (633)	5000
13	ОАО «КАРАТ» (692)	5000

<sup>8</sup> Письмо ООО «АШАН» от 14.05.2013 исх. № 63-13/юр.

14	ОАО «КАРАТ» (7474)	5000
15	ОАО «Вимм-Билль-Данн» (730)	5000
16	ООО Торговый дом «ПиР» (832)	5000
17	ООО «Данон Индустрия» (1191)	5000
18	ООО «ЮниМилк» (1757)	5000
19	ООО «ЮниМилк» (7705)	5000
20	ООО «БОБ И СОЯ» (1959)	5000
21	ООО «Альда Универсал» (2134)	5000
22	ООО «Валио» (2612)	5000
23	ООО «Валио» (7507)	5000
24	ООО «АБАТОР» (2909)	5000
25	ООО «Славия Бренд Трейдинг» (3086)	5000
26	ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты» (3092)	5000
27	ООО «Балтком Юни» (3200)	5000
28	ООО «Балтком Юни» (7409)	5000
29	ООО «Невские молокопродукты» (3737)	5000
30	ООО «Савушкин продукт» (4153)	5000
31	ООО «УРАЛЛАТ» (4213)	5000
32	ООО «УРАЛЛАТ» (7571)	5000
33	ООО «УРАЛЛАТ» (7755)	5000
34	ООО «Торговый дом «Балтия» (4428)	5000
35	ООО «ТрастФинГрупп» (4438)	5000
36	ООО «ТрастФинГрупп» (7413)	5000
37	ООО «РостАгроТрейд» (4439)	5000
38	ООО «Гермис ПРО» (4581)	5000
39	ООО «Гермис ПРО» (9160)	5000
40	ООО «Торговый дом «Киприно» (4852)	5000
41	ЗАО «Группа АЛЛ» (5201)	5000
42	ООО «Эльбеко» (5203)	5000
43	ООО «ФерЭльГам» (7458)	5000
44	ООО «Молочный продукт» (5334)	5000
45	ООО «Арла Фудс Артис» (5531)	5000
46	ООО «Фудлайн Групп» (5654)	5000
47	ЗАО МК «Авида» (5929)	5000
48	ЗАО МК «Авида» (7427)	5000
49	ООО «Компания НЕЛТ» (5950)	5000
50	ООО «Компания НЕЛТ» (7501)	5000
51	ООО «Эрманн» (5953)	5000
52	ООО «Эрманн» (7582)	5000
53	ООО «Трансхолдинг» (6396)	5000
54	ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» (6506)	5000

55	ООО ПК «Ильинское 95» (6706)	5000
56	ООО Торговый Дом «Вамин» (6976)	5000
57	ООО Торговый Дом «Вамин» (7410)	5000
58	ООО «Свитлайн» (6979)	5000
59	ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ» (7055)	5000
60	ООО «РичАрт ТД» (7191)	5000
61	ООО «Уренхольт» (7251)	5000
62	ЗАО «Эссен Продакш АГ» (7356)	5000
63	ООО «Торговый дом «Преображенский» (7554)	5000
64	ООО «ГЕК - Сетевая торговля» (7919)	5000
65	ООО «ТПК Компания Кристи» (8767)	5000
66	ООО «Велле» (8888)	5000
67	ООО «Трэйдлайн» (9220)	5000
68	ООО «ЭкоМилк» (9910)	5000
69	ООО «Свежая Идея» (6804)	10000
70	ООО «Алтайская буренка» (9222)	10000

Минимальная стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров – «Точечная демонстрация» в магазинах формата «АШАН-Сити» установлена для следующих поставщиков молока и молочной продукции: ООО «БТК-2000», ООО Торговый Дом «Маслосыродел», ООО «ТПК «Витязь» - 3 000 рублей.

Таким образом, ООО «Пармалат МК», ОАО «Останкинский молочный комбинат», ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК», ООО «Дисконт-Трейд», ОАО «КАРАТ», ОАО «Вимм-Билль-Данн», ООО Торговый Дом «ПиР», ООО «Данон Индустрия», ООО «ЮниМилк», ООО «Юнилевер Русь», ООО «БОБ И СОЯ», ООО «Альда Универсал», ООО «Валио», ООО «АБАТОР», ООО «Славия Бренд Трейдинг», ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты», ООО «Балтком Юни», ООО «Невские молокопродукты», ООО «Савушкин продукт», ООО «УРАЛЛАТ», ООО «Торговый дом «Балтия», ООО «ТрастФинГрупп», ООО «РостАгроТрейд», ООО «Гермис ПРО», ООО «Торговый дом «Киприно», ЗАО «Группа АЛЛ», ООО «Эльбеко», ООО «ФерЭльГам», ООО «Молочный продукт», ООО «Арла Фудс Артис», ООО «Фудлайн Групп», ЗАО МК «Авида», ООО «Компания НЕЛТ», ООО «Эрманн», ООО «Трансхолдинг», ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт», ООО ПК «Ильинское 95», ООО «Свежая Идея», ООО Торговый Дом «Вамин», ООО «Свитлайн», ООО ТД «СЫРОБОГАТОВ», ООО «РичАрт ТД», ООО «Уренхольт», ЗАО «Эссен Продакш АГ», ООО «Торговый дом «Преображенский», ООО «ГЕК – Сетевая торговля», ООО «ТПК Компания Кристи», ООО «Велле», ООО «Трэйдлайн», ООО «Алтайская буренка», ООО «ЭкоМилк» оплатили большую стоимость за одинаковый объем оказанных

услуг по сравнению с ООО «БТК-2000», ООО Торговый Дом «Маслосыродел», ООО «ТПК «Витязь».

Комиссией также была проанализирована общая стоимость оплаченных в 2012 году услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров поставщиками молока и молочной продукции в 5 комбинациях: в разрезе типа акции (Большая демонстрация, Точечная демонстрация) и в разрезе форматов магазинов («АШАН», «АШАН-Сити», «Радуга»), а также рассчитала общую сумму, оплаченную за оказание всех типов услуг во всех форматах магазинов.

Анализ показал, что услуга «Большая демонстрация» оказывалась 89 поставщикам молока и молочной продукции. В 2012 году за оказание данной услуги во всех форматах магазинов поставщики молока и молочной продукции заплатили от 23 000 рублей (ООО Торговый Дом «Маслосыродел») до 125 706 000 рублей (ОАО «Вимм-Билль-Данн»).

Услуга «Точечная демонстрация» оказывалась 86 поставщикам молока и молочной продукции. В 2012 году за оказание данной услуги во всех форматах магазинов поставщики молока и молочной продукции заплатили от 9 500 рублей (ООО Торговый Дом «Маслосыродел») до 6 130 000 рублей (ООО Торговый дом «ПиР»).

В магазине формата «АШАН» услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара в 2012 году оказывалась 115 поставщикам молока и молочной продукции. В 2012 году за оказание услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара в магазине формата «АШАН» поставщики молока и молочной продукции заплатили от 3 500 рублей (ООО Торговый Дом «Маслосыродел») до 102 965 000 рублей (ОАО «Вимм-Билль-Данн»).

В магазине формата «АШАН-Сити» услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара в 2012 году оказывалась 94 поставщикам молока и молочной продукции. В 2012 году за оказание услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара в магазине формата «АШАН-Сити» поставщики молока и молочной продукции заплатили от 5 000 рублей (ООО «УРАЛЛАТ») до 22 840 000 рублей (ОАО «Вимм-Билль-Данн»).

В магазине формата «Радуга» услуга по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара в 2012 году оказывалась 35 поставщикам молока и молочной продукции. В 2012 году за оказание услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара в магазине формата «Радуга» поставщики молока и молочной продукции заплатили от 7 500 (ООО ПК «Ильинское 95») до 3 041 000 рублей (ОАО «Вимм-Билль-Данн»).

Таким образом, общая стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара оплаченная каждым поставщиком молока и молочной продукции в 5 различных комбинациях также является разной.

Учитывая тот факт, что при оказании услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров поставщикам ООО «АШАН» не учитывает



такие факторы как срок годности товара, особенности хранения товара, упаковку и прочее, устанавливая различную стоимость за оказание услуги в равном объеме для поставщиков молока и молочной продукции, ООО «АШАН» сформирован неравный подход к приобретателям (поставщикам молока и молочной продукции) идентичной по своей природе, содержанию и объему услуги.

По результатам рассмотрения дела № 4-19.8-379/00-18-13 об административном правонарушении в отношении ООО «АШАН», принимая во внимание тот факт, что нарушение срока представления информации по запросу от 29.12.2012 № АК/45207/12 не явилось препятствием для осуществления Федеральной антимонопольной службой возложенных на нее полномочий и не повлекло за собой нарушения порядка и сроков рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства № 4 13/190-11, в связи с малозначительностью административного правонарушения было вынесено постановление о прекращении производства по делу об административном правонарушении № 4-19.8-379/00-18-13 (от 26.11.2013 № 09/47319/13).

Рассмотрение дела № 4 13/190-11 с 24.12.2013 было возобновлено (определением о возобновлении рассмотрения дела № 4 13/190-11 от 24.12.2013 № АК/52362).

Определением о продлении срока рассмотрения дела № 4 13/190-11 срок рассмотрения дела был продлен до 07.01.2014.

Определением о возобновлении рассмотрения дела № 4 13/190-11 от 24.12.2013 № АК/52362 заседание Комиссии было назначено на 11:00 26.11.2013 года, а также указанным определением были запрошены письменные пояснения ООО «АШАН» по вопросам оказания и расчета стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара.

Законный представитель ООО «АШАН» был надлежащим образом уведомлен о дате времени и месте заседания Комиссии 26.12.2013, однако на заседание Комиссии не явился, уполномоченных представителей не направил.

Вместе с тем на момент изготовления решения в полном объеме в ФАС России письмом ООО «АШАН» от 26.12.2013 № 214-13/ЮР поступили письменные пояснения в ответ на определение о возобновлении рассмотрения дела № 4 13/190-11 от 24.12.2013 № АК/52362 (вх. № 120066/13 от 26.12.2013).

В пояснениях ООО «АШАН» в том числе указывает, что каждый вид демонстрации («Большая демонстрация», «Большая демонстрация «День рождения АШАН», «Точечная демонстрация») имеют свои особенности, также имеются особенности оказания услуги в различных форматах магазинов (АШАН, АШАН-Сити, АШАН Радуга).

В письменных пояснениях ООО «АШАН» сообщило, что порядок предоставления ООО «АШАН» поставщикам молока и молочной продукции услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров, а также порядок

формирования ООО «АШАН» стоимости услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров для поставщиков молока и молочной продукции в 2013 году по сравнению с 2012 годом не изменялся.

Согласно пояснений, калькуляции стоимости и затрат услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров ООО «АШАН» не ведется, при этом ООО «АШАН» не имеет возможности определять эффективность оказанной услуги.

По результатам рассмотрения дела № 4 13/190-11 Комиссия пришла к следующим выводам.

ООО «АШАН» зарегистрировано Государственным учреждением Московская регистрационная палата 14.05.2011 за номером 105.212 и внесено в Единый государственный реестр юридических лиц МИМНС России № 39 по г. Москве 07.10.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739329408.

Уставный капитал ООО «АШАН» составляет 3 024 215 316 рублей.

Основной вид деятельности ООО «АШАН» - розничная торговля продовольственными товарами.

В одну группу лиц по основаниям, предусмотренным Федеральным законом от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), с ООО «АШАН» входит ООО «АТАК», которое также осуществляет деятельность на рынке услуг розничной торговли продовольственными товарами посредством организации торговой сети, при этом образует с ООО «АШАН» единую торговую сеть.

По состоянию на 31.12.2012 торговая сеть ООО «АШАН» имеет 57 торговых объектов в 31 административно-территориальном образовании: Рамонский р-н (Воронежская область); г. Калуга (Калужская область); г. Кострома (Костромская область); Всеволожский р-н (Ленинградская область); г. Мытищи, г. Одинцово, г. Красногорск, г. Химки, г. Котельники, Ленинский р-н, г. Подольск, г. Орехово-Зуево (Московская область); г. Нижний Новгород, Кстовский р-н (Нижегородская область); г. Новосибирск (Новосибирская область); г. Омск (Омская область); г. Пенза (Пензенская область); г. Ростов-на-Дону, Аксайский р-н (Ростовская область); г. Рязань (Рязанская область); г. Самара (Самарская область); г. Екатеринбург (Свердловская область); г. Ульяновск (Ульяновская область); г. Челябинск (Челябинская область); г. Ярославль (Ярославская область); г. Краснодар (Краснодарский край); г. Москва, г. Санкт-Петербург, Тахтамукайский р-н (Республика Адыгея); г. Уфа (Республика Башкортостан); г. Казань (Республика Татарстан).

Вместе с тем, в 12 из перечисленных административно-территориальных образований доля ООО «АШАН» превышала 25% от объема всех реализованных продовольственных товаров в 2012 году: Республика Адыгея (Тахтамукайский р-н), Воронежская область (Рамонский р-н), Костромская область (Кострома),

Ленинградская область (Всеволожский р-н), Московская область (Мытищи, Одинцово, Красногорск, Химки, Котельники, Ленинский), Нижегородская область (Кстовский р-н), Ростовская область (Аксайский р-н).

В структуру Группы Ашан в России входит Immochan, управляющий 32 объектами торговой недвижимости Группы АШАН в России (по состоянию на 1 января 2012 года), банк «БА Финанс» (совместное предприятие банка «Accord» (Франция) и ЗАО «Кредит Европа банк»), предлагающий кредитные продукты в торговых объектах ООО «АШАН» под маркой «Ашан кредит», кредитные карты Ашан Visa Classic и стандартные банковские услуги.

По прогнозам компании, сделанным в мае 2012 года, Группа АШАН сохраняет план по увеличению количества гипермаркетов в России до 150 в ближайшие годы.

Торговые объекты ООО «АШАН» представлены в формате «Гипермаркет». Количество ассортиментных позиций торговых объектов варьируется от 10 до 45 тыс.

С учетом изложенного, торговая сеть АШАН одна из крупнейших в России сетей розничной торговли. На сегодняшний день постоянными покупателями ООО «АШАН» являются около 5 миллионов человек.

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.

Из анализа имеющейся информации ООО «АШАН» является хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность посредством организации торговой сети.

Закон о торговле подразумевает установление запретов и ограничений именно в отношении субъектов, осуществляющих торговую деятельность посредством организации торговой сети, как субъектов, имеющих возможность определять общие условия обращения товаров на товарном рынке, а равно создавать препятствия в доступе на данный рынок и устанавливать обременения для «зависимых» участников рынка – поставщиков продукции.

Положение торговой сети исходя из требований Закона о торговле аналогично положению субъекта, занимающего доминирующее положение на соответствующем товарном рынке, что свидетельствует о ее особом статусе.

Согласно пункта 1 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:

- 1) создавать дискриминационные условия, в том числе:
  - а) создавать препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из

товарного рынка других хозяйствующих субъектов;

б) нарушать установленный нормативными правовыми актами порядок ценообразования.

При этом текст данной нормы не содержит указания в каких случаях хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети запрещается создавать дискриминационные условия и в отношении кого.

Как следствие, перечень нарушений со стороны торговых сетей в форме создания дискриминационных условий носит открытый характер.

При этом согласно статье 4 Закона о защите конкуренции дискриминационные условия - 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.

Таким образом, под созданием дискриминационных условий подразумевается формирование неравного подхода к приобретателям идентичного по своей природе, содержанию и объему блага.

В соответствии с договорами возмездного оказания услуг, заключенными ООО «АШАН» с поставщиками продовольственных товаров и действовавшими в 2011 году, стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров определялась в процентах от общей цены товаров, поставленных по договору поставки.

При этом услуги по мерчендайзингу, маркетингу, рекламе и прочие услуги, оказываемые торговыми сетями поставщикам в целях стимулирования спроса и продвижения определенных продовольственных товаров, поставляемых конкретным поставщиком, являются идентичными для всех поставщиков. Вместе с тем, каждая услуга имеет определенное содержание и объем действий. Таким образом, при предоставлении конкретной услуги разным поставщикам торговая сеть несет равные затраты.

Таким образом, если устанавливать цену договора возмездного оказания услуг в процентах от общей цены товаров, поставленных по договору поставки, то цена одной и той же услуги будет разной.

Комиссией установлено, что в 2011 году цена за один и тот же объем услуг, определяемая в процентах от общей цены товаров, поставленных по договору поставки, для каждого поставщика продовольственных товаров была разной.

В соответствии с договорами возмездного оказания услуг, заключенными ООО «АШАН» с поставщиками продовольственных товаров и действовавшими в 2012 году, стоимость услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товаров устанавливалась в фиксированной сумме. Вместе с тем, стоимость

одной и той же услуги для поставщиков молока и молочной продукции осталась разной.

Условия оказания ООО «АШАН» поставщикам молока и молочной продукции услуг являются сопоставимыми для всех поставщиков молока и молочной продукции, так как включают в себя сопоставимый объем действий, совершаемых ООО «АШАН» в рамках оказания данных услуг в отношении каждого поставщика молока и молочной продукции. Вместе с тем, поставщики молока и молочной продукции несли разные экономические затраты за оказание одного и того же объема услуг.

Учитывая изложенное, Комиссия пришла к выводу, что ООО «АШАН» созданы дискриминационные условия для поставщиков молока и молочной продукции.

С целью обеспечения единства экономического пространства в Российской Федерации; развития торговой деятельности в целях удовлетворения потребностей отраслей экономики в произведенной продукции, обеспечения доступности товаров для населения, формирования конкурентной среды, поддержки российских производителей товаров; обеспечение соблюдения прав и законных интересов юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих торговую деятельность, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих поставки производимых или закупаемых товаров, предназначенных для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для продажи или перепродажи, баланса экономических интересов указанных хозяйствующих субъектов, а также обеспечение при этом соблюдения прав и законных интересов населения Законом о торговле установлен запрет создавать дискриминационные условия.

При таких обстоятельствах Комиссия пришла к выводу, что ООО «АШАН», устанавливая и взимая различную стоимость за оказание одинакового объема услуг по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара по договорам возмездного оказания услуг для поставщиков молока и молочной продукции нарушило пункт 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

Закон о защите конкуренции не содержит понятия вины соответствующего лица в нарушении антимонопольного законодательства.

Понятие вины юридического лица установлено в части 2 статьи 2.1. КоАП. Поэтому, применяя норму части 2 статьи 2.1 КоАП по аналогии к нарушениям антимонопольного законодательства можно сделать вывод, что вина юридического лица в нарушении антимонопольного законодательства признается, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм антимонопольного законодательства, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Из материалов дела № 4 13/190-11 Комиссия установила, что у ООО «АШАН» имелась возможность соблюсти требования и запреты, установленные пунктом 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле, однако, им не были предприняты все зависящие

от него меры по их соблюдению, таким образом наличествует вина ООО «АШАН» в нарушении пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Закона о защите конкуренции, Комиссия

### **РЕШИЛА:**

1. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Пармалат МК» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

2. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ОАО «Останкинский молочный комбинат» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

3. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «ЛАКТАЛИС ВОСТОК» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

4. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «компания СКИТ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

5. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Дисконт-Трейд» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

6. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ОАО «КАРАТ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1

части 1 статьи 13 Закона о торговле.

7. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ОАО «Вимм-Билль-Данн» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

8. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО Торговый дом «ПиР» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

9. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Данон Индустрия» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

10. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ЮниМилк» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

11. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Юнилевер Русь» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

12. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Альда Универсал» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

13. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Валио» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части

1 статьи 13 Закона о торговле.

14. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «АБАТОР» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

15. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Славия Бренд Трейдинг» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

16. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Балтком Юни» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

17. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «Молвест» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

18. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «БТК-2000» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

19. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Невские молокопродукты» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

20. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Торговый дом «Борис и Павел» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной



продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

21. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «Молсервис» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

22. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Савушкин продукт» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

23. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ОАО «Жировой комбинат» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

24. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Торговый дом «Балтия» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

25. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ТрастФинГрупп» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

26. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «РостАгроТрейд» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

27. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Терра» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части

1 статьи 13 Закона о торговле.

28. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Гермис ПРО» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

29. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Гермис Нижний Новгород» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

30. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Торговый дом «Киприно» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

31. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО Торговый Дом «Маслосыродел» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

32. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Эльбеко» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

33. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ТПК «Витязь» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

34. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ОАО «Трест «Южный Сахар» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции,

нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

35. Признать действия ООО «АШАН», вызвавшие в создании дискриминационных условий для ООО «Молочный продукт» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

36. Признать действия ООО «АШАН», вызвавшие в создании дискриминационных условий для ООО «Напиток Третьего Тысячелетия» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

37. Признать действия ООО «АШАН», вызвавшие в создании дискриминационных условий для ООО «Арла Фудс Артис» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

38. Признать действия ООО «АШАН», вызвавшие в создании дискриминационных условий для ООО «Фудлайн Групп» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

39. Признать действия ООО «АШАН», вызвавшие в создании дискриминационных условий для ООО «Компания «Фудлэнд» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

40. Признать действия ООО «АШАН», вызвавшие в создании дискриминационных условий для ЗАО МК «Авида» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

41. Признать действия ООО «АШАН», вызвавшие в создании дискриминационных условий для ООО «Компания НЕЛТ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции,

нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

42. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Эрманн» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

43. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «КМКК» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

44. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ТПК Маслодел» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

45. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Трансхолдинг» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

46. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО Молзавод «Шовгеновский» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

47. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Торговый дом «Дмитрогорский продукт» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

48. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Ястро» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части

1 статьи 13 Закона о торговле.

49. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО ПК «Ильинское 95» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

50. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Свежая Идея» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

51. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Алтайская молочная компания» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

52. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ОАО «Золотые луга» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

53. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ТД «СЫРОБОГАТОВ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

54. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Агроснаб» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

55. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «РичАрт ТД» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1

части 1 статьи 13 Закона о торговле.

56. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «Эссен Продакшн АГ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

57. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Торговый дом «Преображенский» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

58. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ГЕК – Сетевая торговля» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

59. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «Птицефабрика Невская» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

60. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ТПК Компания Кристи» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

61. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Леноблптицепром» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

62. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Велле» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части

1 статьи 13 Закона о торговле.

63. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «КМПЭМ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

64. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Трэйдлайн» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

65. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Молочная Благодать» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

66. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Грэйт Фудз Инк.» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

67. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Данон Юнимилк Трейд» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

68. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ЭкоМилк» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

69. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «ФерЭльГам» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1

части 1 статьи 13 Закона о торговле.

70. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Торговый Дом «Солнечные Продукты» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

71. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Праксис-Ово» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

72. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «БОБ И СОЯ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

73. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «УРАЛЛАТ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

74. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «АЛЕВ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

75. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ЗАО «Группа АЛЛ» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

76. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ИП Крошечкина Н.А. при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1



части 1 статьи 13 Закона о торговле.

77. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО Торговый Дом «Вамин» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

78. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий ООО «Свитлайн» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

79. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Уренхолт» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

80. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО фирма «Калория» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

81. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Птицефабрика «Сметанино» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

82. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО Торговый дом «Трейд-Ойл» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

83. Признать действия ООО «АШАН», выразившиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Сулимовский Торговый Дом» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной

продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

84. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Алтайская буренка» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

85. Признать действия ООО «АШАН», вызывшиеся в создании дискриминационных условий для ООО «Кристалл» при определении стоимости услуги по рекламированию товаров путем демонстрации образцов товара, а также при взимании различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками молока и молочной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

86. Выдать ООО «АШАН» предписание о прекращении нарушений, указанных в пунктах 1-85 резолютивной части решения, и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции.

Председатель Комиссии \_\_\_\_\_ А.Б. Кашеваров

Члены Комиссии: \_\_\_\_\_ Т.В. Нижегородцев

\_\_\_\_\_ Е.В. Урюкина

\_\_\_\_\_ Д.А. Гаврилов

\_\_\_\_\_ Л.А. Тузикова

\_\_\_\_\_ Е.В. Осипова

\_\_\_\_\_ В.А. Багрова

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

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