



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ по делу № 11

город Екатеринбург

Резолютивная часть объявлена: 26.07.2016

Изготовлено в полном объеме: 09.08.2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дела № 11 о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

<.....> – заместителя руководителя Управления, председатель Комиссии;

<.....> – начальника отдела контроля за экономической концентрацией, информационно-аналитического обеспечения и взаимодействия с органами власти, член Комиссии;

<.....> – главного специалиста-эксперта отдела контроля за экономической концентрацией, информационно-аналитического обеспечения и взаимодействия с органами власти, член Комиссии;

<.....> - специалиста-эксперта отдела контроля за экономической концентрацией, информационно-аналитического обеспечения и взаимодействия с органами власти, член Комиссии;

рассмотрев дело № 11 по признакам нарушения ИП <.....> (ОГРНИП 310665813200038), осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети «Пикник», пп. а) п. 1 ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 28.12.2009 №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее - Закон о торговле), в отсутствие ответчика ИП <.....> (торговая сеть «Пикник») и его представителя и при участии представителя заявителя ООО «КРЦ «Эфко-Каскад» - <.....> (доверенность от 01.02.2016 № 2928), руководствуясь ст. 23, ч. 1 ст. 39, ч. 1-4 ст. 41, ст. 48, ст. 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее также — Закон о защите конкуренции),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 11 о нарушении антимонопольного законодательства в соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 39 Закона о защите конкуренции возбуждено приказом Свердловского

УФАС России от 20.04.2016 № 108 в отношении ИП <.....> (<.....>, ОГРНИП 310665813200038), осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети «Пикник» по жалобе (исх. № 3444 от 02.02.2016; вх. № 01-1715 от 09.02.2016) ООО «Координирующий распределительный центр «ЭФКО-Каскад» (ул. Фрунзе, д. 4, г. Алексеевка, Белгородская обл., 309850; далее – ООО «КРЦ «Эфко – Каскад»).

Определением от 04.05.2016 дело № 11 о нарушении антимонопольного законодательства назначено к рассмотрению на 24.05.2016 в 15 часов 00 минут по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседаний (каб. 314).

Определением от 24.05.2016 рассмотрение дела № 11 было отложено и назначено к рассмотрению на 21.06.2016 в 15 часов 00 минут по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседаний (каб. 314).

Определением от 21.06.2016 рассмотрение дела № 11 было отложено и назначено к рассмотрению на 26.07.2016 в 15 часов 30 минут по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседаний (каб. 314).

Заявитель в своей жалобе указал следующее.

ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» был направлен письменный запрос (исх. № 9 от 24.04.2015 (за подписью Руководителя Свердловского филиала ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» <.....>) в адрес директора торговой сети «Пикник» <.....> по почтовому адресу: 620014, г. Екатеринбург, а/я 337 с просьбой предоставить информацию об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора путем предоставления запрашиваемой информации по адресу: ул. Победы, д. 2, пос. Большой Исток, Сысертский район, 624006. По данным почтового уведомления данный запрос получен торговой сетью «Пикник» в лице представителя по доверенности <.....> 07.05.2015.

На момент написания жалобы ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» в адрес Управления (на 02.02.2016) и на момент заседания Комиссии Свердловского УФАС России 26.07.2016 ответ от <.....> на обращение ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» в адрес последнего не поступил.

Таким образом, ООО «КРЦ «Эфко - Каскад» считает, что «указанные бездействия допущены в нарушение нормы п. 1 ст. 9 Закона о торговле. Такое требование Закона о торговле направлено на создание недискриминационного доступа поставщиков путем одинаковых для них условий вхождения на товарный рынок».

Работниками ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» проведен анализ ассортимента майонезов в каталоге продукции на Интернет-сайте торговой сети «Пикник» (<http://www.piknikvdom.ru/products/search?sid=&q=%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%B7>).

В результате анализа установлено, что в каталоге на Интернет-сайте торговая сеть «Пикник» предлагает к реализации исключительно майонезы, производимые открытым акционерным обществом «Жировой комбинат» (торговая марка «Провансаль ЕЖК»). В качестве доказательства ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» приложило копию каталога с указанного Интернет-сайта, на котором отражен продаваемый майонез. В каталоге продукции на Интернет-сайте торговой сети

«Пикник» присутствуют исключительно майонезы ОАО «Жировой комбинат». Поставщикам майонеза, производимого иными компаниями, в том числе, компанией ЭФКО под торговыми марками «Слобода», «Пир горой» и «Пикник», в магазины торговой сети «Пикник» доступ закрыт по неизвестным причинам.

ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» считает, что торговая сеть «Пикник» умышленно нарушает антимонопольное законодательство РФ, в частности, требования ст. 13 Закона о торговле, которая запрещает хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, создавать дискриминационные условия, создавать препятствия для доступа на товарный рынок других хозяйствующих субъектов.

В п. 8 ст. 4 Закона о защите конкуренции понятие «дискриминационные условия» определено как условие доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, 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.

На основании вышеизложенного ООО «КРЦ «Эфко - Каскад» просит принять меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства.

В заседании Комиссии представитель ООО «КРЦ «Эфко – Каскад» <.....>поддержала изложенные в жалобе (исх. № 3444 от 02.02.2016; вх. № 01-1715 от 09.02.2016) требования в полном объеме. Кроме того, представитель <.....>в дополнение к жалобе от 02.02.2016 (вх. № 01-11552 от 22.07.2016) указала следующее.

До настоящего момента ИП <.....> не направил в адрес ООО «КРЦ «Эфко – Каскад» и не разместил на Интернет-сайте торговой сети «Пикник» информацию об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, а напротив, направленная с нарушением сроков информация носит общий характер, чем вводит поставщика ООО «КРЦ «Эфко – Каскад» в заблуждение и создает условия, при которых любое предложение поставщика может быть признано несоответствующим таким условиям.

В заседании Комиссии (21.06.2016) представитель ИП <.....> - <.....> признал факт нарушения Закона о торговле только в 2015 году и пояснил следующее.

Доводы, изложенные в жалобе ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад», несостоятельны, поскольку все необходимые условия для заключения договора поставки были представлены ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» в лице дистрибьютора - ООО «ТД МегаТрейд».

Согласно письма от 01.01.2016 ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» за подписью территориального менеджера ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» в г. Екатеринбург <.....>, ООО «ТД МегаТрейд» является официальным дистрибьютором компании ЭФКО на территории г. Екатеринбурга и Свердловской области. Условия поставки и продажи продукции под брендами: Слобода, Пир горой, Пикник, Добавкин, Altero, Efko food осуществляются под непосредственным контролем компании ООО

«КРЦ «ЭФКО-Каскад». Срок действия данного письма с момента его подписания до 31.12.2017. Таким образом, ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» имеет прямой доступ на товарный рынок через своего дистрибьютора ООО «ТД МегаТрейд».

Таким образом, действия ИП <.....>, по мнению индивидуального предпринимателя, не несут дискриминационный характер и не ограничивают ООО «КРЦ «Эфко - Каскад» доступ на товарный рынок.

Представитель <.....> также пояснил, что ИП <.....> заключил договор поставки от 01.08.2012 № ППО 234 с официальным дистрибьютором ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» - ООО «Мега Трейд-Урал». Поставки майонеза «Слобода» производства ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» осуществлялись по данному договору вплоть до 31.12.2014.

В течение 1 квартала 2015 года майонез «Слобода» еще присутствовал в торговых объектах, розничную торговлю в которых осуществляет ИП <.....> Данный майонез был закуплен еще в 2014 году. Далее в 2015 году поставок майонеза «Слобода», производимого ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад», в торговые объекты, розничную торговлю в которых осуществлял ИП <.....>, не было.

Представитель ИП <.....> <.....> пояснил, что, поскольку торговая сеть «Пикник» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров категории «эконом-класса», а майонез «Слобода» по стоимости и качеству относится к категории товаров более высокой категории, то реализация данной марки майонеза в торговой сети «Пикник» экономически невыгодна.

В связи с изменением дистрибьютора ИП <.....> 01.01.2016 заключил новый договор поставки с ООО «ТД Мегатрейд» от 01.01.2016 № ПЛО 616. По данному договору продукция ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» (майонез «Слобода») поступала в торговые объекты, розничную торговлю в которых осуществляет ИП <.....>, а именно: г. Екатеринбург, ул. Краснофлотцев, д. 21; г. Екатеринбург, ул. Малышева, д. 7; г. Екатеринбург, ул. Восточная, д. 7 ж; г. Каменск-Уральский, ул. Алюминиевая, д. 79.

Кроме того, в ответе (исх. б/н от 03.02.2016) ИП <.....> (торговая сеть «Пикник») указал, что в торговую сеть «Пикник» входят следующие хозяйствующие субъекты: ИП <.....>, ИП <.....>, ИП <.....>, ООО «Юго-Запад», ООО «Пикник-Алко», ООО «Малина», ООО «Аппетина», ООО «ТД Сосновый бор». Интернет сайт ТС «Пикник» - <http://piknikmag.ru/>.

Ранее в ответе (исх. б/н от 03.02.2016), а также в Комиссии 24.05.2016 представитель ИП <.....> <.....> указал, что для заключения договора поставки с ИП <.....> контрагент должен предоставить необходимые документы, в том числе:

- для юридических лиц: копия свидетельства о государственной регистрации юридического лица (ОГРН) либо копия свидетельства о перерегистрации юридического лица, зарегистрированного до 1 июля 2002 года; копия свидетельства о постановке на налоговый учёт (ИНН); копия устава; документы, подтверждающие полномочия руководителя юридического лица (решение учредителя о назначении руководителя или протокол); копия доверенности лица, уполномоченного на заключение договора (в случае подписания договора не руководителем юридического лица, а лицом, уполномоченным на заключение

договора доверенностью); копии разрешительной документации, лицензии (в случае, если для соответствующего вида деятельности требуется наличие разрешительной документации);

- для индивидуальных предпринимателей: копия свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя (ОГРНИП); копия свидетельства о постановке на налоговый учёт (ИНН); копия паспорта индивидуального предпринимателя (с обязательным указанием регистрации по месту жительства); копия нотариальной доверенности лица, уполномоченного на заключение договора (в случае подписания договора не индивидуальным предпринимателем, а лицом, уполномоченным на заключение договора доверенностью); копии разрешительной документации, например, лицензии (в случае, если для соответствующего вида деятельности требуется наличие разрешительной документации);

Существенными условиями договора поставки товара в торговую сеть «Пикник» являются следующие условия: поставка товара, соответствующего требованиям технических регламентов, санитарным правилам и иным нормативным актам Российской Федерации о качестве товара; соблюдение контрагентом требований нормативных актов Российской Федерацией к условиям хранения и перевозки товара.

В заседании комиссии 21.06.2016 <.....> представил условия отбора поставщиков, утвержденные ИП <.....> и действующие, со слов <.....>, с 01.01.2016 года. Данные условия в адрес ООО «КРЦ «ЭФКО- Каскад» не направлялись. На своем сайте <http://piknikmag.ru/> в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» указанные условия не размещались.

Кроме того, представитель <.....>, пояснил, что согласно п. 7 Условий отбора поставщиков это и есть условия отбора контрагента, а именно:

7.1 При выборе Поставщиков Компания руководствуется следующими критериями:

1) Правовое положение и репутация Поставщика:

- Поставщик зарегистрирован в установленном порядке в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя;

- Поставщик не находится в стадии ликвидации;

- В отношении Поставщика не введены (не открыты) процедуры банкротства; Отсутствие фактов неисполнения или ненадлежащего исполнения Поставщиком принятых на себя обязательств перед Компанией или другими участниками рынка;

Отсутствие информации о предъявлении к Поставщику антимонопольными, налоговыми, таможенными и иными государственными органами претензий о нарушении требований законодательства, обязательных для исполнения Поставщиком.

2) Ценовое предложение:

- Закупочная цена товаров должна быть конкурентоспособной.

Товарное предложение:

- Качество товаров должно соответствовать требованиям санитарных, технических и всех иных применимых норм и стандартов Российской Федерации, Таможенного союза, ЕАЭС.

•Компания вправе проводить аудит производства с участием представителей Компании и независимых аудиторов.

7.2 При выборе Поставщика преимуществами являются:

- Наличие у Поставщика собственного производства, помещений для упаковки и хранения выпускаемых товаров.
- Наличие у Поставщика действующих договоров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность (торговыми сетями) на поставки товаров, предлагаемых Компании.
- Наличие дополнительных сертификатов качества международного образца.
- Готовность Поставщика осуществлять электронный документооборот между Компанией по системе EDI, в том числе оформление электронного счета- фактуры.
- Наличие у Поставщика зарегистрированных товарных знаков.
- Готовность производить товары под СТМ Компании, наличие действующих договоров поставки товаров СТМ с контрагентами Поставщика.
- Готовность делать групповую полочную упаковку с возможностью демонстрации товаров.
- Готовность обсуждать с Компанией упаковку, вес, свойства новинок до их выпуска.
- Готовность изготавливать упаковку и товары в соответствии с требованиями Компании.
- Готовность Поставщика осуществлять ежедневную отгрузку товаров.
- Поставщик производит, реализует товары в данной категории не менее года.
- Возможность самостоятельно осуществлять таможенную очистку импортных товаров.
- Наличие у Поставщика транспортно-логистических возможностей, позволяющих осуществлять самостоятельную доставку товаров до торговых объектов или распределительных центров Компании.

7.3. Основания отказа от сотрудничества с конкретным Поставщиком:

- Наполненность ассортиментной матрицы на момент обращения Поставщика (такие же (или аналогичные) товары поставляются Компании в достаточном объеме другими Поставщиками).
- Несоответствие Поставщика одному или нескольким критериям отбора.

Оценив в соответствии с п. 1 ч. 1 ст. 49 Закона о защите конкуренции полученные и исследованные в порядке ст. 25, ч. 2 ст. 39, ч. 4 и ч. 5 ст. 45 Закона о защите конкуренции доказательства, а также доводы, представленные лицами, участвующими в деле, Комиссия Свердловского УФАС России пришла к следующим выводам.

Согласно п. 2 ст. 2 Закона о торговле (в ред. Федерального закона от 03.07.2016 № 273-ФЗ) оптовая торговля – это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Согласно п. 3 ст. 2 Закона о торговле розничная торговля – вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования

их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Согласно п. 4 ст. 2 Закона о торговле торговый объект - здание или часть здания, строение или часть строения, сооружение или часть сооружения, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров.

Согласно п. 8 ст. 2 Закона о торговле торговая сеть – совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат на законном основании хозяйствующему субъекту или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции», или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

Согласно ст. 506 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) по договору поставки поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Согласно п. 1 ст. 432 ГК РФ договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Согласно п. 2 ст. 432 ГК РФ договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и ее акцепта (принятия предложения) другой стороной.

Согласно п. 5 ст. 454 ГК РФ к отдельным видам договора купли-продажи (розничная купля-продажа, поставка товаров, поставка товаров для государственных нужд, контрактация, энергоснабжение, продажа недвижимости, продажа предприятия) применяются положения, предусмотренные параграфом 1 главы 30 раздела IV ГК РФ, если иное не предусмотрено правилами ГК РФ об этих видах договоров.

Согласно п. 1 ст. 455 ГК РФ товаром по договору купли-продажи могут быть любые вещи с соблюдением правил, предусмотренных статьей 129 ГК РФ.

Согласно п. 1 ст. 4 Закона о защите конкуренции товар – это объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно п. 9 ст. 2 Закона о торговле продовольственные товары – продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция,

пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.

Согласно п. 3 ст. 455 ГК РФ условие договора купли-продажи о товаре считается согласованным, если договор позволяет определить наименование и количество товара.

Таким образом, существенным условием договора поставки товаров в силу п. 3 ст. 455 ГК РФ является наименование и количество товара (постановление ФАС Уральского округа от 31.03.2010 № Ф09-2065/10-СЗ по делу № А34-3786/2009).

Согласно ч. 1 ст. 9 Закона о торговле хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность посредством организации торговой сети, обязан обеспечивать хозяйствующему субъекту, осуществляющему поставки продовольственных товаров, доступ к информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора путем размещения соответствующей информации на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 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 создавать дискриминационные условия, определяемые в соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции».

Согласно п. 2 ч. 1 ст. 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 создавать препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов.

Согласно п. 8 ст. 4 Закона о защите конкуренции дискриминационные условия это 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.

Требование ч. 1 ст. 9 Закона о торговле направлено на создание недискриминационного доступа поставщиков путем одинаковых для них условий вхождения на товарный рынок. Неопределенность такой информации приравнивается к ее отсутствию, поскольку исключается сама возможность воспользоваться такой информацией поставщиками в целях заключения договоров поставки, следовательно, не соблюдается и цель обеспечения поставщиков такой информацией (разъяснения ФАС России (исх. № ИА/39429/14 от 30.09.2014; вх. № 01-575м от 01.10.2014).

Поведение торговой сети, при котором поставщикам продовольственных товаров не предоставляется информация об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, а также затягивание рассмотрения заявки поставщика

продовольственных товаров оценивается судами как создание поставщику продовольственных товаров препятствий для доступа на рынок (письмо ФАС России (исх. № ИА/39429/14 от 30.09.2014; вх. № 01-575М от 01.10.2014).

Юридические лица осуществляют принадлежащие им гражданские права по своему усмотрению (п. 1 ст. 9 ГК РФ) и могут быть ограничены в правах лишь в случаях и в порядке, предусмотренных законом (п. 2 ст. 49 ГК РФ).

Гражданские права могут быть ограничены на основании федерального закона и только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства (абз. 2 п. 2 ст. 1 ГК РФ).

Согласно п. 1 ст. 420 ГК РФ договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

Согласно п. 4 ст. 421 ГК РФ условия договора определяются по усмотрению сторон, кроме случаев, когда содержание соответствующего условия предписано законом или иными правовыми актами.

Согласно п. 1 ст. 422 ГК РФ договор должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным законом и иными правовыми актами (императивным нормам), действующим в момент его заключения.

ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» 24.04.2015 направило в адрес торговой сети «Пикник», а именно <.....> запрос (исх. № 9 от 24.04.2015) (за подписью руководителя Свердловского филиала ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» <.....>) с просьбой предоставить ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» информацию об условиях отбора контрагентов для заключения договоров поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора в четырнадцатидневный срок со дня получения соответствующего запроса. Ответ необходимо было направить по адресу: Сысертский район, пос. Большой Исток, ул. Победы, д. 2, 624006.

Информация ИП <.....> не направлена в адрес ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад».

В заседание Комиссии 21.06.2016 представитель ИП <.....> <.....> представил условия отбора поставщиков, утвержденные ИП <.....>, следующего содержания:

«1. Потребности в закупках товаров определяются на основании ассортиментной матрицы, которая разрабатывается ответственными сотрудниками Компании, исходя из формата магазина, позиционирования торговой сети и потребности данного региона/город а/магазина в товарах различных категорий.

2. Ассортиментная матрица по категориям пересматривается с целью поиска новых позиций товаров, вывода из ассортимента позиций товаров, пользующихся незначительным спросом у розничных покупателей или заменой продаваемых товаров аналогичными товарами, спрос на который ожидается выше, в случае перебоев в поставках товаров, а также иных обстоятельств, влияющих на надлежащее осуществление Компанией торговой деятельности.

3. Необходимость пересмотра ассортиментной матрицы осуществляется по решению Руководства.

4. Существует два основных способа определения Поставщика:

1) Компания самостоятельно осуществляет поиск потенциальных Поставщиков, поставляющих необходимые товары, в следующих случаях:

- Если товары не представлены в Компании, но потребность в них существует, либо представлены, но требуется увеличение объемов поставляемых товаров, в том числе в связи с открытием новых торговых объектов, либо замещение его другими товарами в связи с выявлением нарушений, предъявляемых к товарам, либо неисполнением или ненадлежащим исполнением другими Поставщиками обязательств по договору поставки.

- Возникновения у Компании потребности в поиске потенциальных поставщиков в иных случаях.

При этом Компания производит подбор Поставщиков либо путем поиска открытых источников и в базе коммерческих предложений, поступающих в Компанию.

2) Поставщик инициирует сотрудничество с Компанией через отправку коммерческого предложения.

Поставщики могут отправить коммерческое предложение через специальный сервис «Отзывы и предложения» на сайте Компании по адресу: <http://piknikmag.ru/sotrudnichestvo/postavshchikam>.

В коммерческом предложении:

1) необходимо указать предлагаемый ассортимент;

2) необходимо указать валюту, в которой делается коммерческое предложение;

3) в случае предоставления коммерческого предложения в иностранной валюте, необходимо указывать принимаемый для расчета курс валюты для пересчета в рубли;

4) необходимо указывать закупочные цены с НДС;

5) для оперативного принятия решения по коммерческому предложению необходимо приложить фото продукции;

6) необходимо указать комментарии к ассортименту, его принципиальное отличие от уже имеющихся аналогов, новизна, лучшее качество и т.д.

Компания вправе запросить у Поставщика дополнительную информацию о нем и поставляемых им товарах, в том числе попросить предоставить образцы товаров для проведения лабораторных исследований.

5. Отбор Поставщиков производится на основании совокупной оценки коммерческого предложения, в том числе в части: ассортимента, предлагаемых цен, возможных объемов и частоты поставок, географии поставок и логистики. Срок рассмотрения коммерческого предложения и принятие решения по нему составляет не более 14 календарных дней со дня получения Компанией соответствующего запроса. В связи с этим отсутствует необходимость дублировать предложение в течение вышеуказанного срока.

6. По результатам рассмотрения на электронный адрес отправителя направляется письмо, извещающее о принятом Компанией решении.

Если по коммерческому предложению принимается положительное решение, дальнейшие контакты осуществляются через сотрудника коммерческого

подразделения, направившего ответ, в котором будет содержаться необходимая контактная информация.

Все поступившие в Компанию коммерческие предложения сохраняются в базе коммерческих предложений. При возникновении у Компании потребности в альтернативных поставщиках и/или товарах поступившие коммерческие предложения могут быть рассмотрены повторно.

7. Критерии отбора Поставщиков.

7.1 При выборе Поставщиков Компания руководствуется следующими критериями:

1) Правовое положение и репутация Поставщика:

- Поставщик зарегистрирован в установленном порядке в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя;
 - Поставщик не находится в стадии ликвидации;
 - В отношении Поставщика не введены (не открыты) процедуры банкротства;
- Отсутствие фактов неисполнения или ненадлежащего исполнения Поставщиком принятых на себя обязательств перед Компанией или другими участниками рынка;
- Отсутствие информации о предъявлении к Поставщику антимонопольными, налоговыми, таможенными и иными государственными органами претензий о нарушении требований законодательства, обязательных для исполнения Поставщиком.

2) Ценовое предложение:

- Закупочная цена товаров должна быть конкурентоспособной.

3) Товарное предложение:

- Качество товаров должно соответствовать требованиям санитарных, технических и всех иных применимых норм и стандартов Российской Федерации, Таможенного союза, ЕАЭС.

•Компания вправе проводить аудит производства с участием представителей Компании и независимых аудиторов.

7.2 При выборе Поставщика преимуществами являются:

•Наличие у Поставщика собственного производства, помещений для упаковки и хранения выпускаемых товаров.

•Наличие у Поставщика действующих договоров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность (торговыми сетями) на поставки товаров, предлагаемых Компании.

•Наличие дополнительных сертификатов качества международного образца.

•Готовность Поставщика осуществлять электронный документооборот между Компанией по системе EDI, в том числе оформление электронного счета- фактуры.

•Наличие у Поставщика зарегистрированных товарных знаков.

•Готовность производить товары под СТМ Компании, наличие действующих договоров поставки товаров СТМ с контрагентами Поставщика.

•Готовность делать групповую полочную упаковку с возможностью демонстрации товаров.

•Готовность обсуждать с Компанией упаковку, вес, свойства новинок до их выпуска.

- Готовность изготавливать упаковку и товары в соответствии с требованиями Компании.

- Готовность Поставщика осуществлять ежедневную отгрузку товаров.
- Поставщик производит, реализует товары в данной категории не менее года.

- Возможность самостоятельно осуществлять таможенную очистку импортных товаров.

- Наличие у Поставщика транспортно-логистических возможностей, позволяющих осуществлять самостоятельную доставку товаров до торговых объектов или распределительных центров Компании.

7.3 Основания отказа от сотрудничества с конкретным Поставщиком:

- Наполненность ассортиментной матрицы на момент обращения Поставщика (такие же (или аналогичные) товары поставляются Компании в достаточном объеме другими Поставщиками).

- Несоответствие Поставщика одному или нескольким критериям отбора».

Информация, размещенная на сайте торговой сети «Пикник» (<http://pik21ikmag.ru>) во вкладке «Сотрудничество» вкладка «Поставщикам», следующая: «Поставщиком ТС «ПИКНИК» может стать любая компания, занимающаяся реализацией продуктов питания и сопутствующих товаров. Критерии при рассмотрении предложений от компаний: постоянство и широта поставляемого ассортимента; отлаженная и оперативная доставка товара в магазины; работа по четкому, но гибкому графику; предоставление скидок; четкая маркетинговая политика (промо-политика); электронный документооборот (EDI)».

Комиссия приходит к выводу, что информация, размещенная на сайте (<http://piknikmag.ru>), и информация, представленная в заседании Комиссии 21.06.2016, носит общий характер и не может рассматриваться в качестве информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, поскольку не позволяет определять потребности торговой сети в товарах и формировать предложения по условиям поставок, что влечет невозможность поставщика, не имеющего такую информацию, конкурировать с другими поставщиками.

При этом сформулированные в обобщенном виде условия, вводят поставщиков в заблуждение и создают условия, при которых любое предложение поставщика может быть признано несоответствующим таким условиям.

В соответствии с п. 3 ст. 455 ГК РФ существенными условиями договора купли-продажи являются условия о наименовании и количестве товара.

Кроме того, Комиссии установила, что существенные условия договора поставки, а именно: наименование продовольственных товаров и их количество и на сайте торговой сети «Пикник» (<http://piknikmag.ru>), и в условиях отбора поставщиков, представленных в заседании Комиссии 21.06.2016, отсутствуют.

Также Комиссия пришла к выводу, что существует несоответствие в информации, представленной на сайте торговой сети «Пикник» (<http://piknikmag.ru>) и представленной в заседании Комиссии 21.06.2016.

На основании вышеизложенного, в соответствии со ст. 23, ч. 1 ст. 39, ч. 1-4 ст. 41, ст. 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать факт нарушения ИП <.....> (<.....>, ОГРНИП 310665813200038), осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети «Пикник», п. 1, п. 2 ч. 1 ст. 13 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», выразившегося в создании ИП <.....> (торговую сеть «Пикник») дискриминационных условий ООО «КРЦ «Эфко – Каскад» и иным хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров, путем уклонения от раскрытия ООО «КРЦ «Эфко – Каскад» и иным хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров, информации об условиях отбора контрагентов для заключения договора поставки продовольственных товаров (категории майонез) и существенных условиях такого договора на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», что создает препятствия для доступа на товарный рынок.

2. Выдать ИП <.....>, осуществляющему торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети «Пикник», предписание об устранении нарушения антимонопольного законодательства.

3. ИП <.....> надлежит явиться 26.09.2016 г. в 12 час. 00 мин. в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 317) для составления протоколов об административных правонарушениях по ч. 1, ч. 2 ст. 14.40 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и служебное положение.

Председатель комиссии

<.....>

Члены комиссии

<.....>

<.....>

<.....>

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 ст. 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.