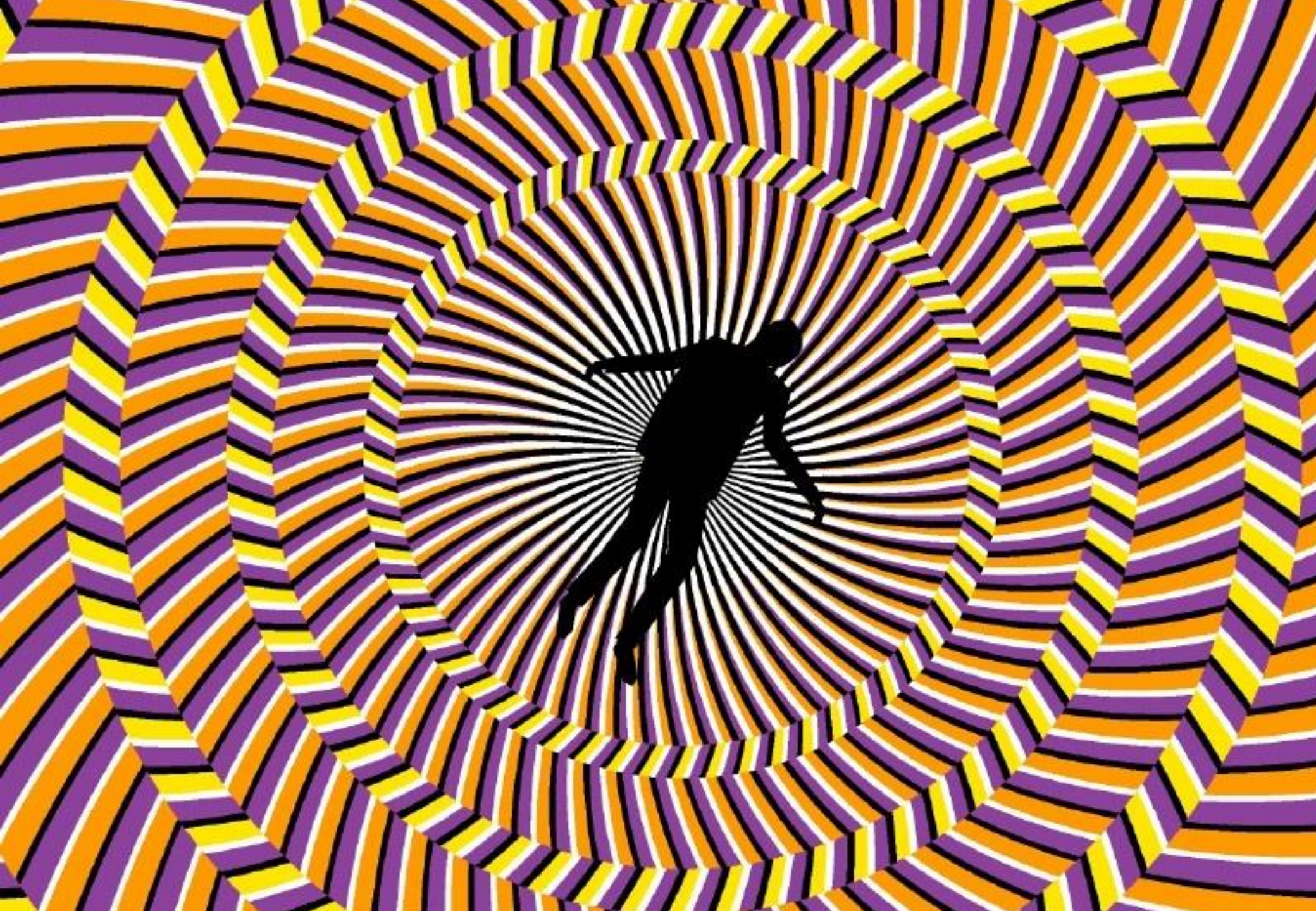
# Особенности антимонопольного регулирования дистрибьюции и розничной реализации потребительских товаров

сентябрь 2015



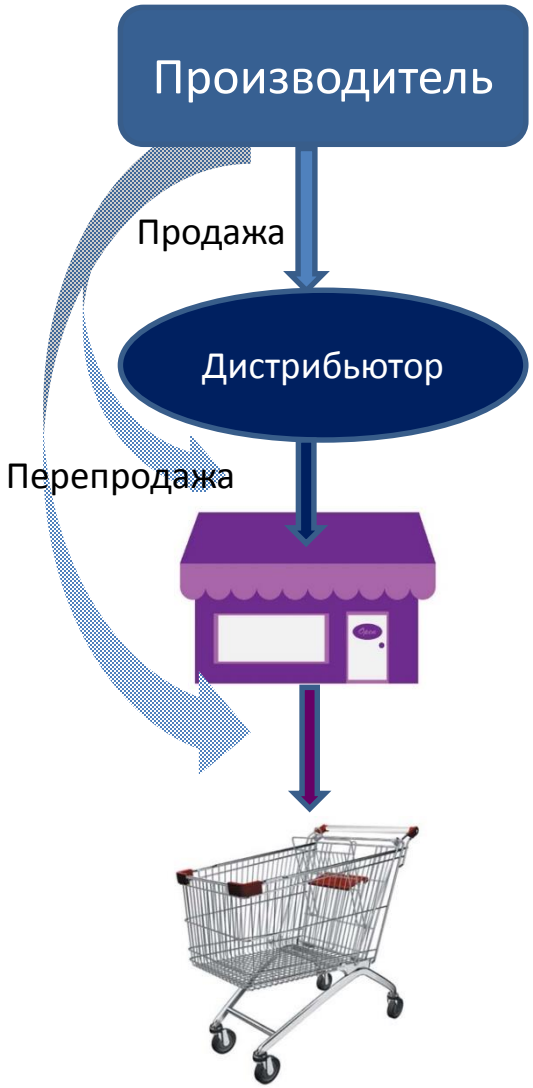
# Ключевые концепции Закона о конкуренции

- Вертикальное соглашение – соглашение между продавцом (исполнителем) и покупателем (клиентом) о:
  - Продаже (поставке) товаров
  - Оказании услуг
  - Предоставления имущества в пользование
- 20% доля рынка – «тихая гавань» для вертикальных соглашений
- Координация - координация (согласование) действий на рынке независимых хозяйствующих субъектов третьим лицом иначе чем в рамках вертикальных соглашений
- Горизонтальные соглашения (картели) – соглашения между конкурентами вне рамок вертикальных соглашений

# Влияние на цену перепродажи

# Влияние поставщика на цены продажи

- Продавцы **не должны диктовать** покупателям **цену перепродажи** (покупатель является собственником товара). Любая форма фиксирования цены перепродажи или маржи покупателя запрещена
- В некоторых случаях продавцы могут установить **максимальную цену** перепродажи, но несут риск того, что она будет иметь эффект фиксированной цены



# Рекомендованная цена перепродажи

ИЛИ ???

Штраф/Угроза расторжения договора/Потеря привилегий

Бонус/Скидка/ Предоставление привилегий

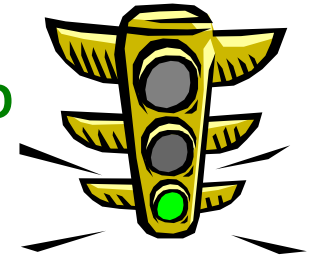
# Рекомендованная розничная цена = фиксированная цена

# Влияние поставщика на цену перепродажи – прямые поставки

НЕЛЬЗЯ

- Указывать **конкретную** или **минимальную цену** перепродажи
- Определять **фиксированную** или **минимальную наценку**, в том числе с учетом расходов покупателя
- Предусматривать **санкции** за несоблюдение или **стимулы** для соблюдения вышеперечисленного

МОЖНО



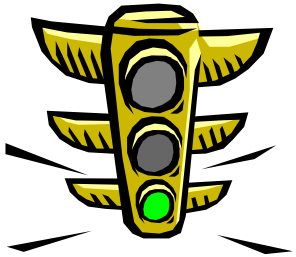
- Предусматривать **максимальную цену** перепродажи при условии наличия реальной возможности продажи по более низкой цене
- **Рекомендовать** цены (или диапазон цен) на основе **маркетинговых исследований** или **позиционирования** при условии отсутствия санкций или стимулов
- Предоставлять **скидки за снижение цены** от цен прайс-листа при условии **отсутствия контроля** в отношении последнего

# Влияние поставщика на цену перепродажи – косвенные продажи (“непрямые” ритейлеры)

НЕЛЬЗЯ

- Предлагать ритейлеру стимулы соблюдения **фиксированной** розничной цены
- Предлагать ритейлеру стимулы обеспечения **паритета цен** с ценами других ритейлеров
- **Печатать** фиксированную розничную **цену на упаковке** или использовать в рекламе
- Действовать в качестве **посредника между ритейлерами** по вопросам установления или поддержания цен

МОЖНО



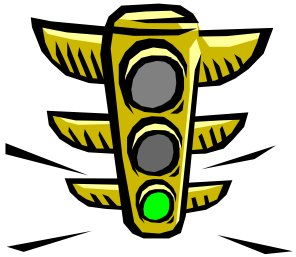
- **Рекомендовать** розничную цену отдельной торговой сети (без стимулов и санкций)
- Проводить **ценовые акции** в рамках отдельно взятой сети (скидки)
- Рекомендовать ритейлерам **ценовой диапазон** на основе маркетинговых исследований или для целей позиционирования

# Влияние поставщика на цену перепродажи – косвенные продажи (“непрямые” ритейлеры)

НЕЛЬЗЯ

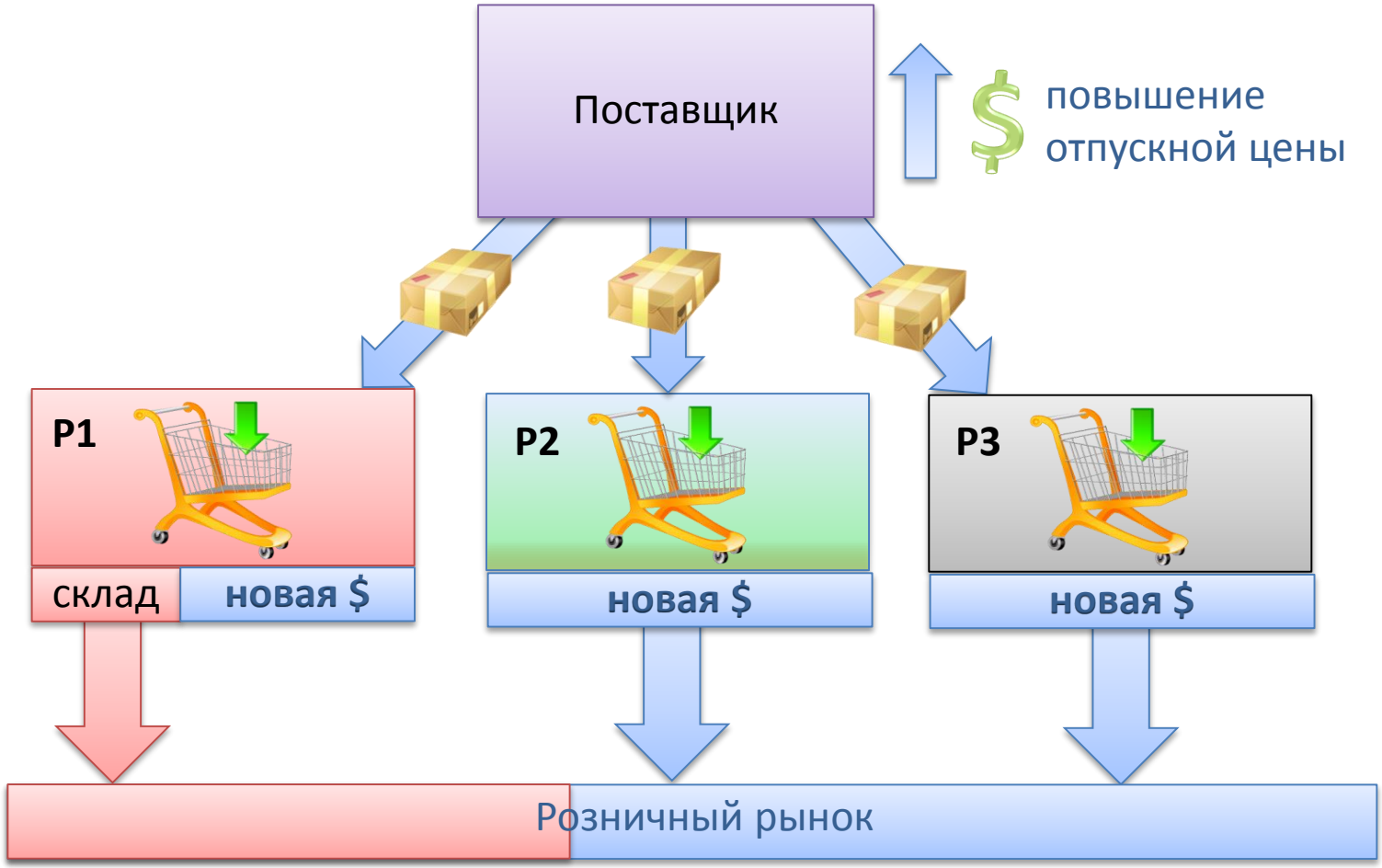
- Предлагать ритейлеру стимулы соблюдения **фиксированной** розничной цены
- Предлагать ритейлеру стимулы обеспечения **паритета цен** с ценами других ритейлеров
- **Печатать** фиксированную розничную **цену на упаковке** или использовать в рекламе
- Действовать в качестве **посредника между ритейлерами** по вопросам установления или поддержания цен

МОЖНО

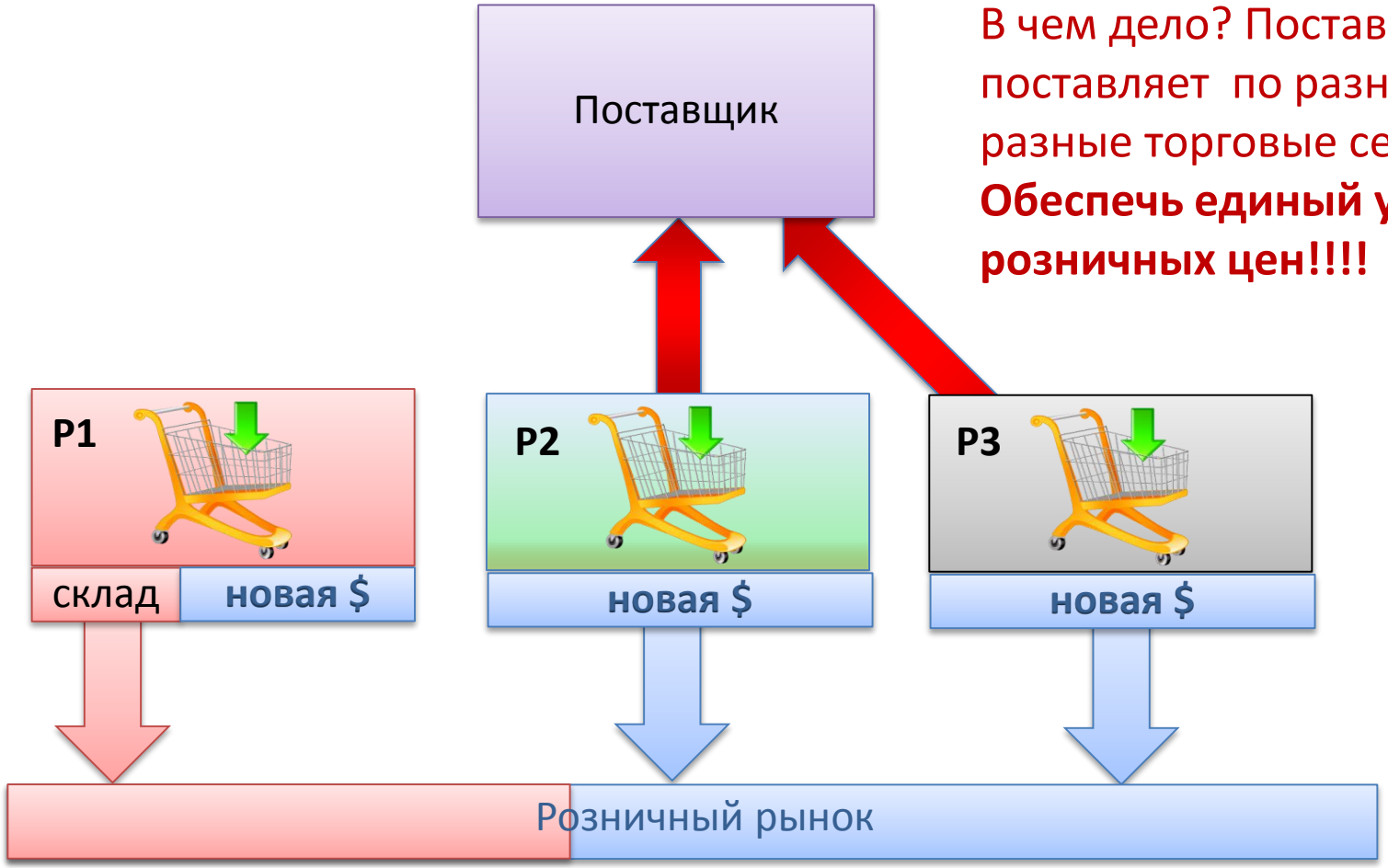


- **Рекомендовать** розничную цену отдельной торговой сети (без стимулов и санкций)
- Проводить **ценовые акции** в рамках отдельно взятой сети (скидки)
- Рекомендовать ритейлерам **ценовой диапазон** на основе маркетинговых исследований или для целей позиционирования

# Влияние поставщика на цены ритейлеров: ценовая координация



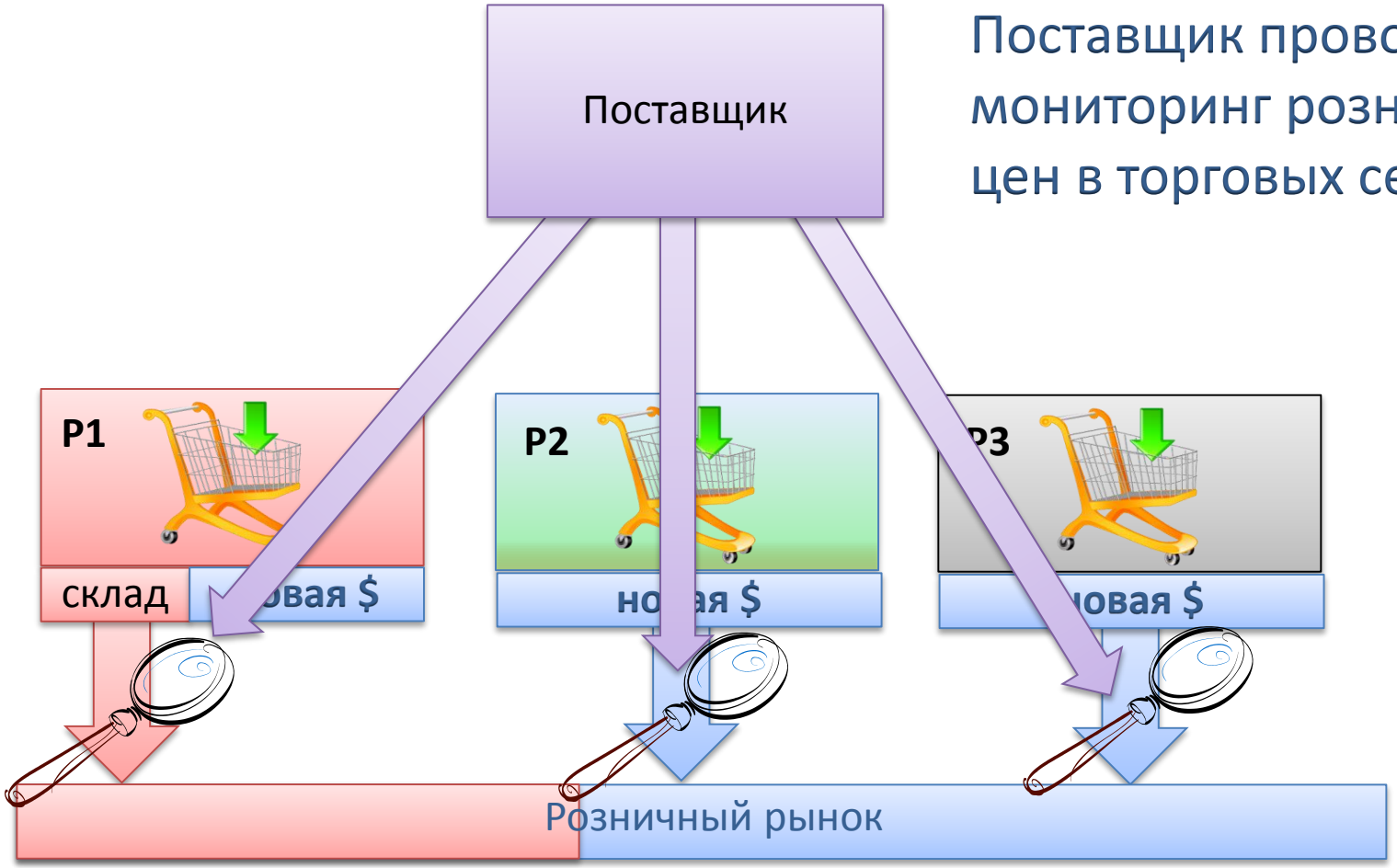
# Влияние поставщика на цены ритейлеров: ценовая координация




В чем дело? Поставщик поставляет по разным ценам в разные торговые сети?

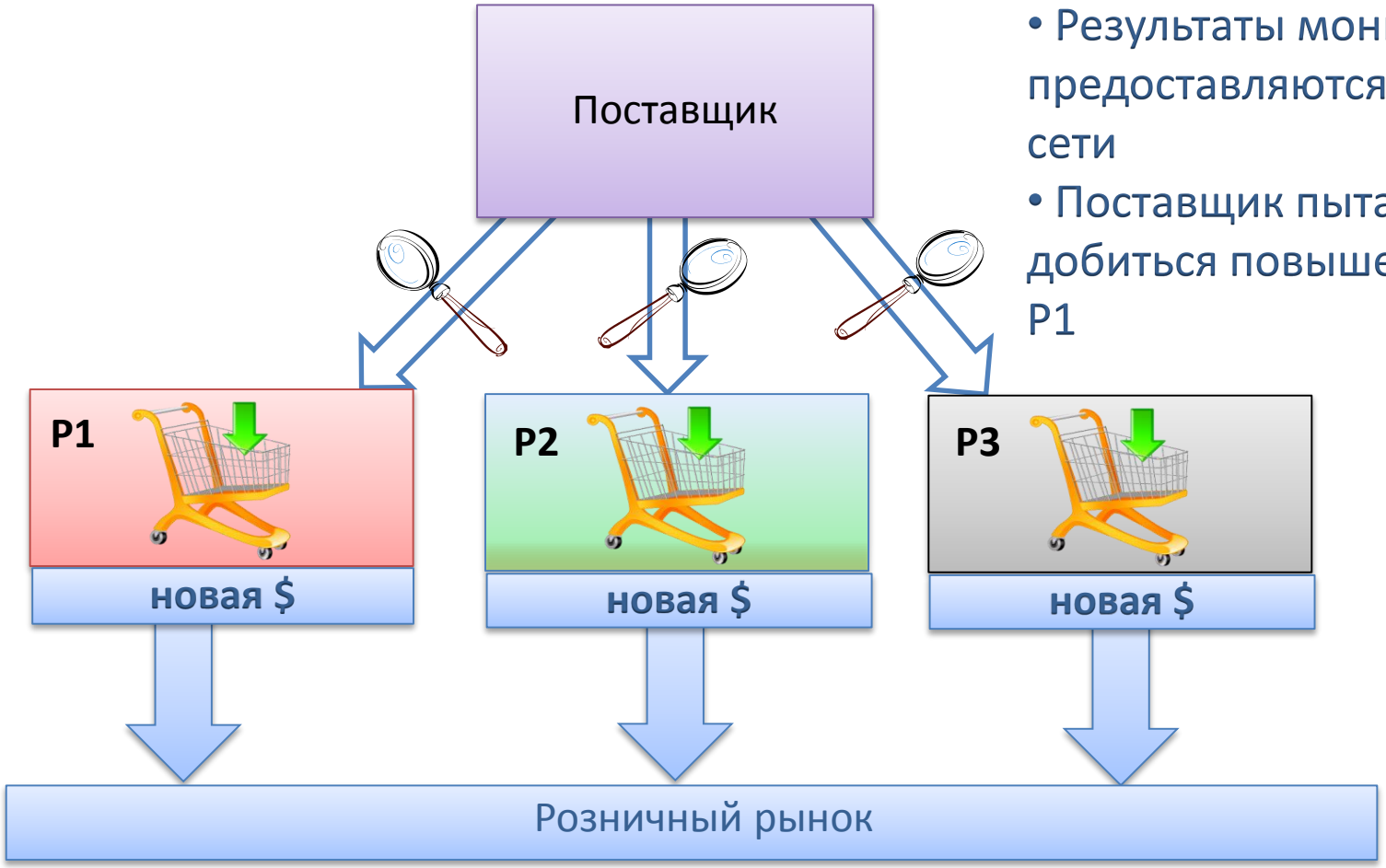
**Обеспечь единый уровень розничных цен!!!!**

# Влияние поставщика на цены ритейлеров: ценовая координация




Поставщик проводит мониторинг розничных цен в торговых сетях

# Влияние поставщика на цены ритейлеров: ценовая координация

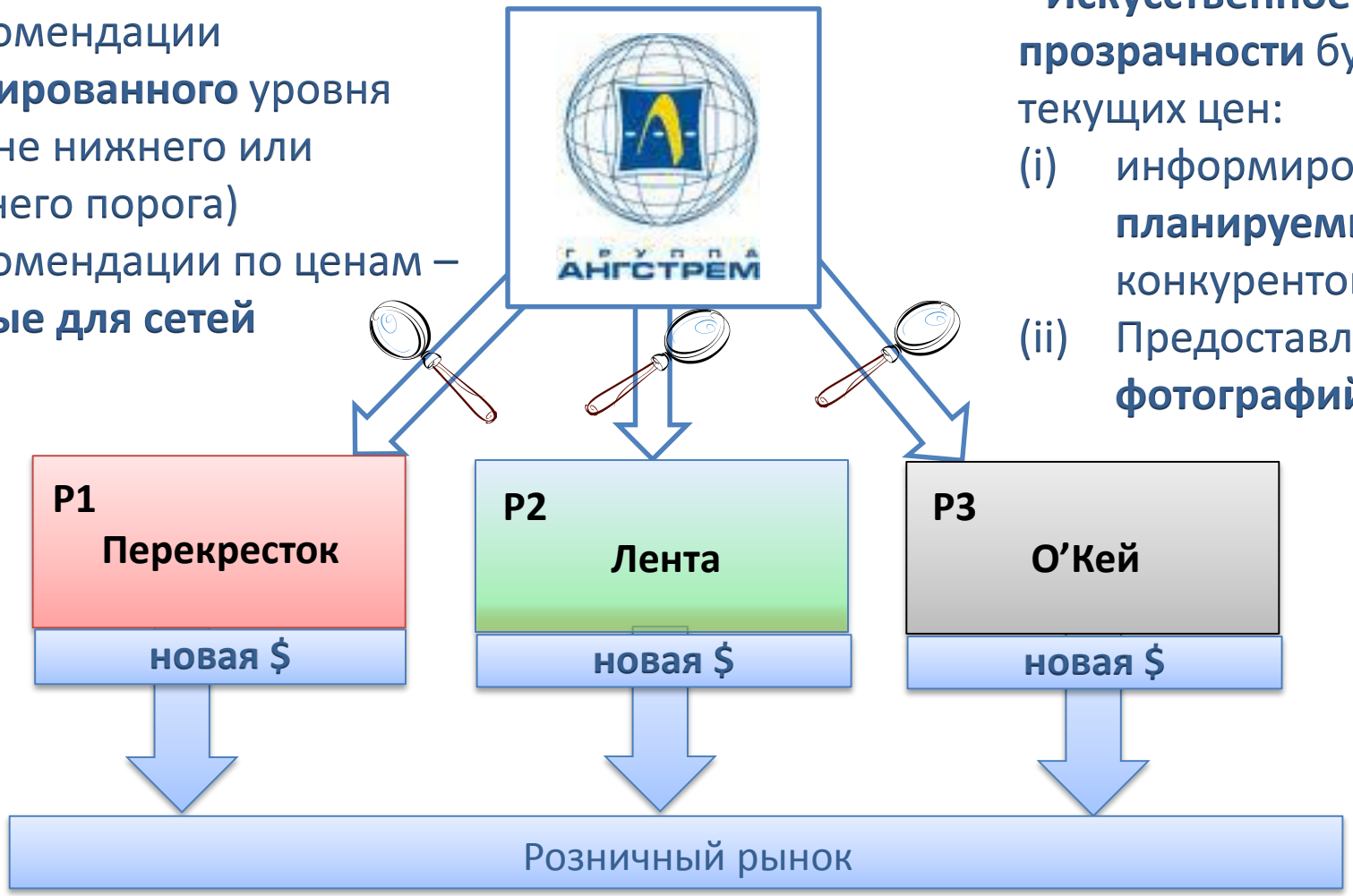



- Результаты мониторинга предоставляются в торговые сети
- Поставщик пытается добиться повышения цены у P1

# Влияние поставщика на цены ритейлеров: ценовая координация

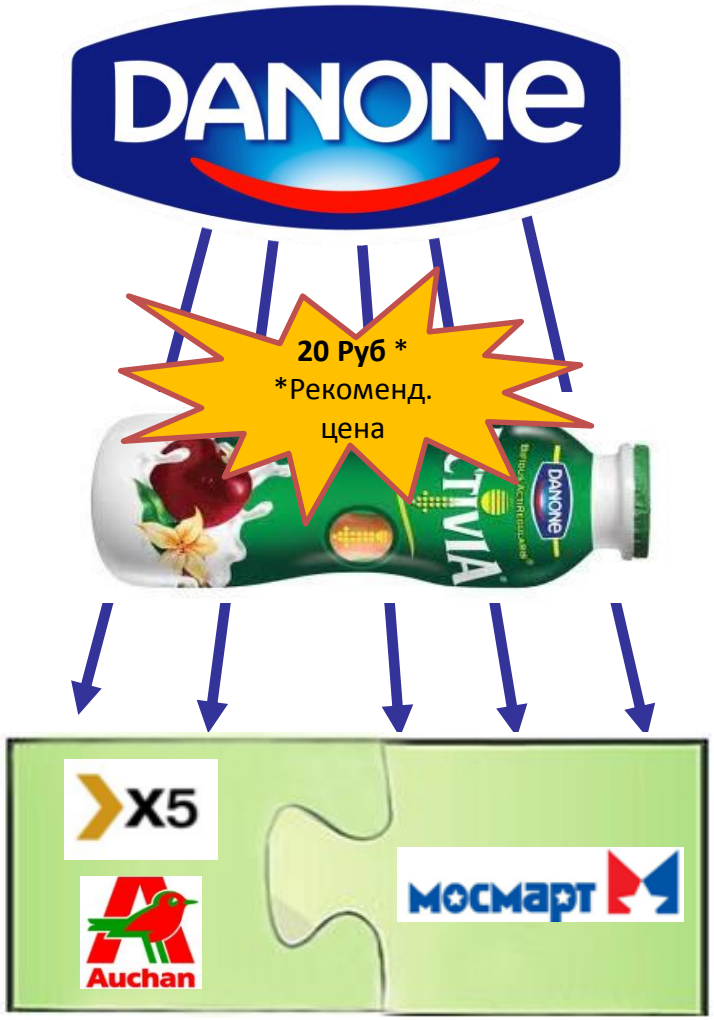
- Рекомендации **фиксированного** уровня цен (не нижнего или верхнего порога)
- Рекомендации по ценам – **разные для сетей**

- **Искусственное** повышение **прозрачности** будущих и текущих цен:
  - (i) информирование о **планируемых ценах** конкурентов в ритейле
  - (ii) Предоставление **фотографий ценников**



# Влияние поставщика на цены ритейлеров: ценовая координация (дело Данон)

- Указание рекомендованной цены на упаковке создает существенный стимул для потребителей купить продукт ->
- это также мотивирует торговые сети следовать рекомендациям ->
- Действительная цель Данон была в установлении единых цен на уровне торговых сетей
- По мнению ФАС, не имеет значение какое количество сетей выставляли продукт по рекомендованной цене, достаточно любого количества




ANTITRUST ADVISORY

# Влияние поставщика на цены ритейлеров: ценовая координация (дело Данон)

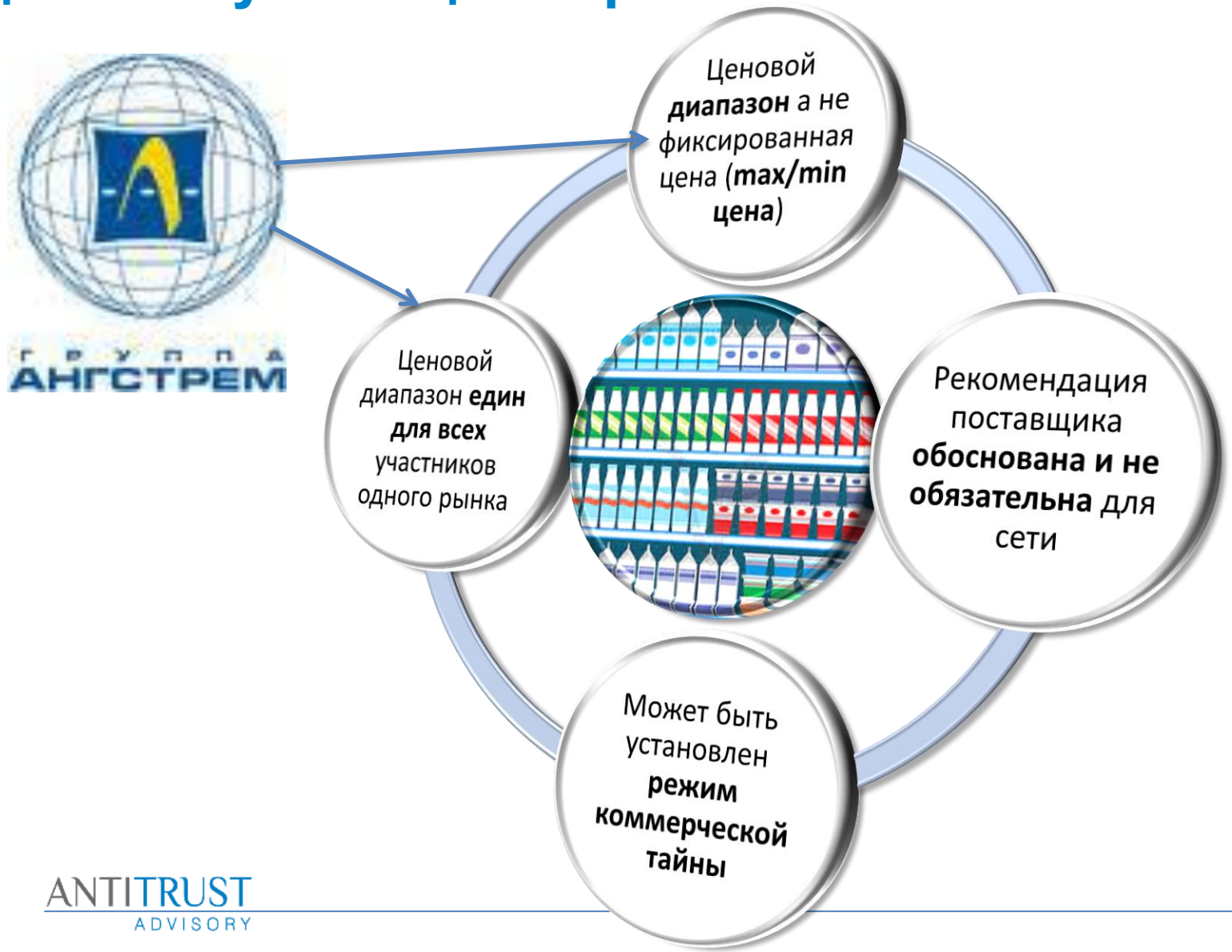
# Влияние поставщика на цены ритейлеров: промо акции по понижению цен

# Влияние поставщика на цены ритейлеров: промо акции по понижению цен

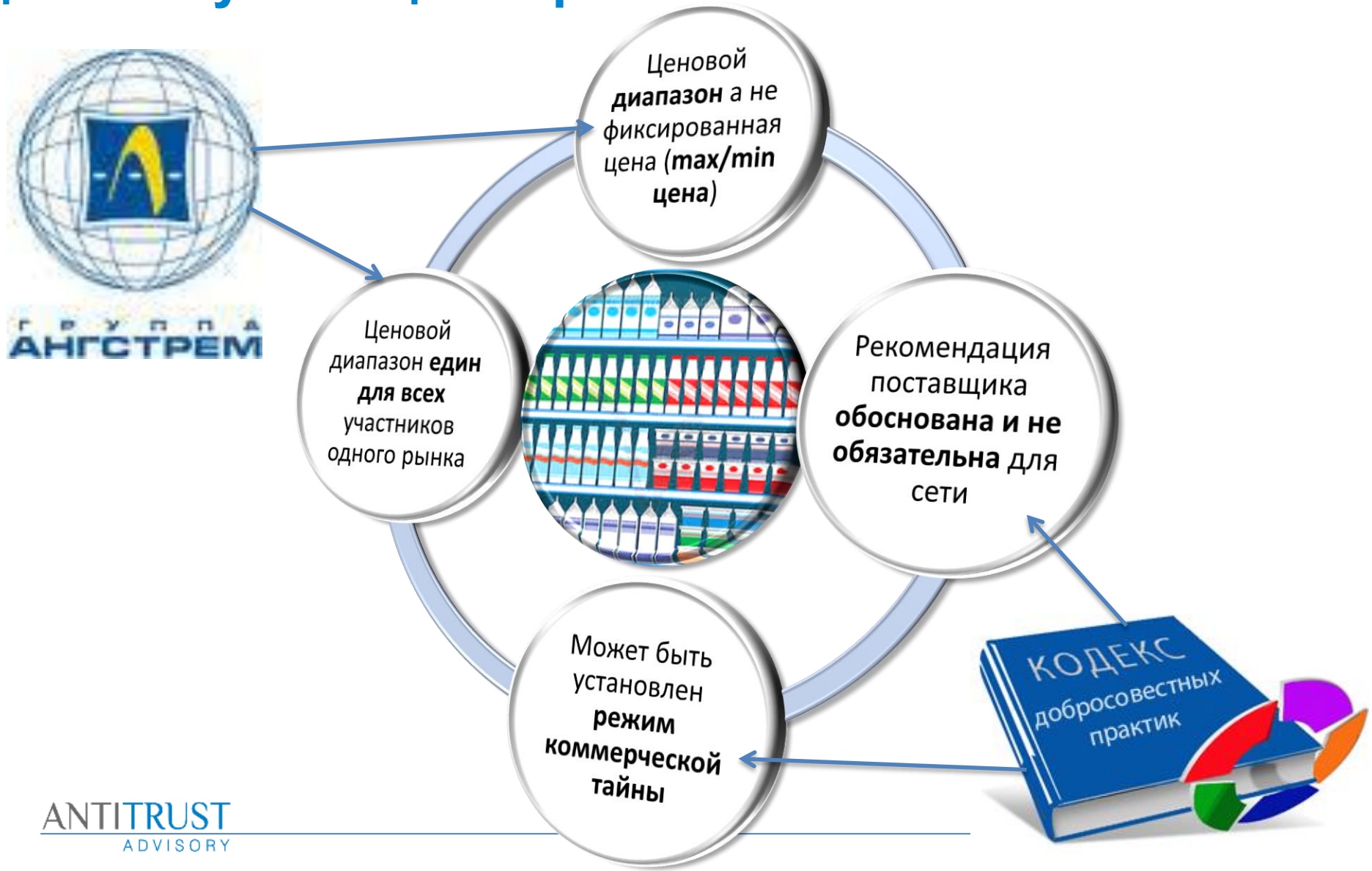
# Категорийный менеджмент

# Категорийный менеджмент как рекомендация по ценовому позиционированию

# Категорийный менеджмент как рекомендация по ценовому позиционированию



# Категорийный менеджмент как рекомендация по ценовому позиционированию



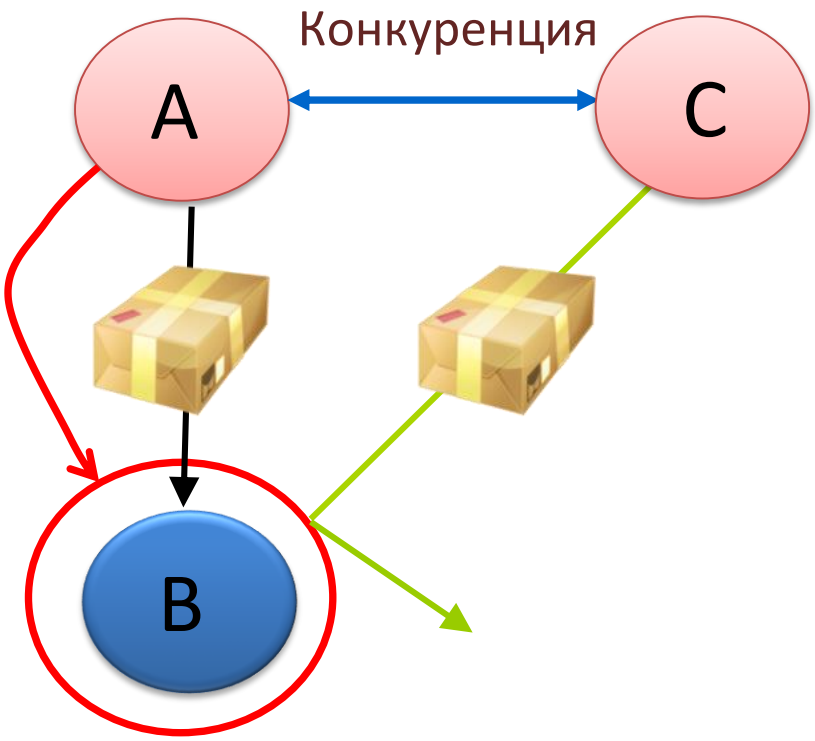
# Неценовые ограничения

# Эксклюзивность

## Эксклюзивность посредника

Покупателю **запрещено** продавать товар, поставляемый **конкурентом** продавца.

**Исключение**: если покупатель реализует товар под товарным знаком продавца на основании соответствующего договора (например, франшиза)

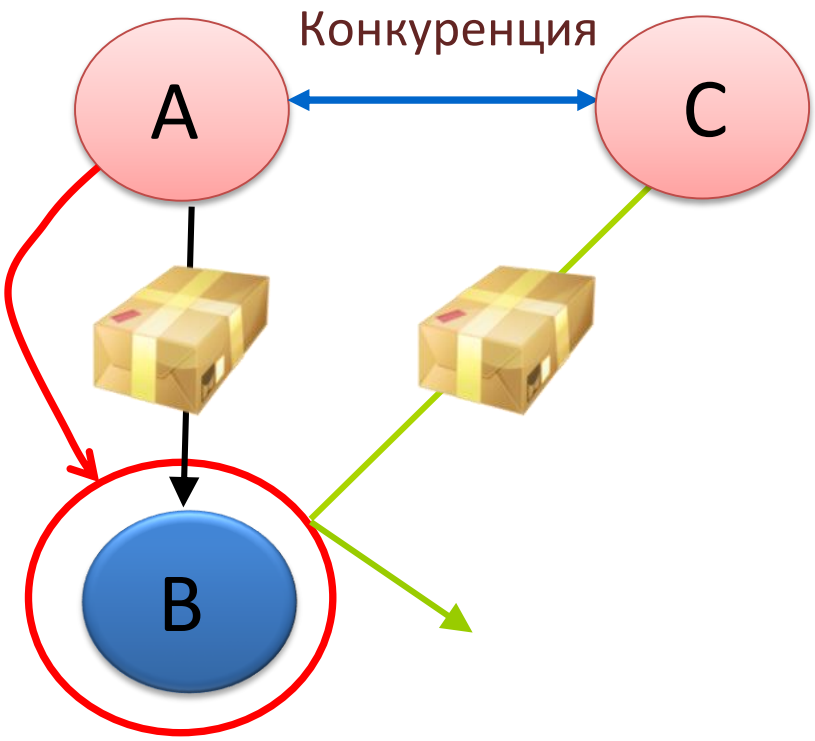


# Эксклюзивность

**Эксклюзивность посредника**

~~Покупателю **запрещено** продавать товар, поставляемый **конкурентом** продавца.~~

**Исключение**: если покупатель реализует товар под товарным знаком продавца на основании соответствующего договора (например, франшиза)

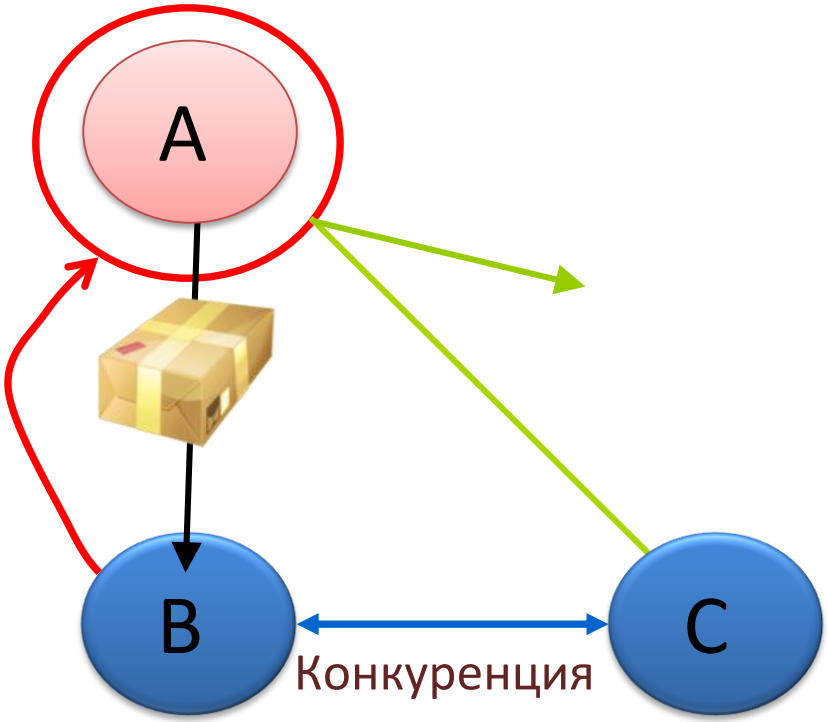


# Эксклюзивность

## Эксклюзивность продавца

Продавцу **запрещено** реализовывать товар, поставляемый покупателю, **конкурентам покупателя**.

**Тест**: высокая доля продавца на рынке приводит к искусственному созданию единственного канала сбыта => **ограничение конкуренции** (дело Ангстрем)



# Фиксирование доли продукции на полке

АЛЫЕ ПАРУСА
ТОРГОВАЯ СЕТЬ

- Дискриминацию нужно доказывать; факта разных условий не достаточно
- Нужно установить как это повлияло на всех поставщиков, провести анализ остальных положений договора
- Доля поставщика в торговой сети и ее динамика имеют значение

# Фиксирование доли продукции на полке

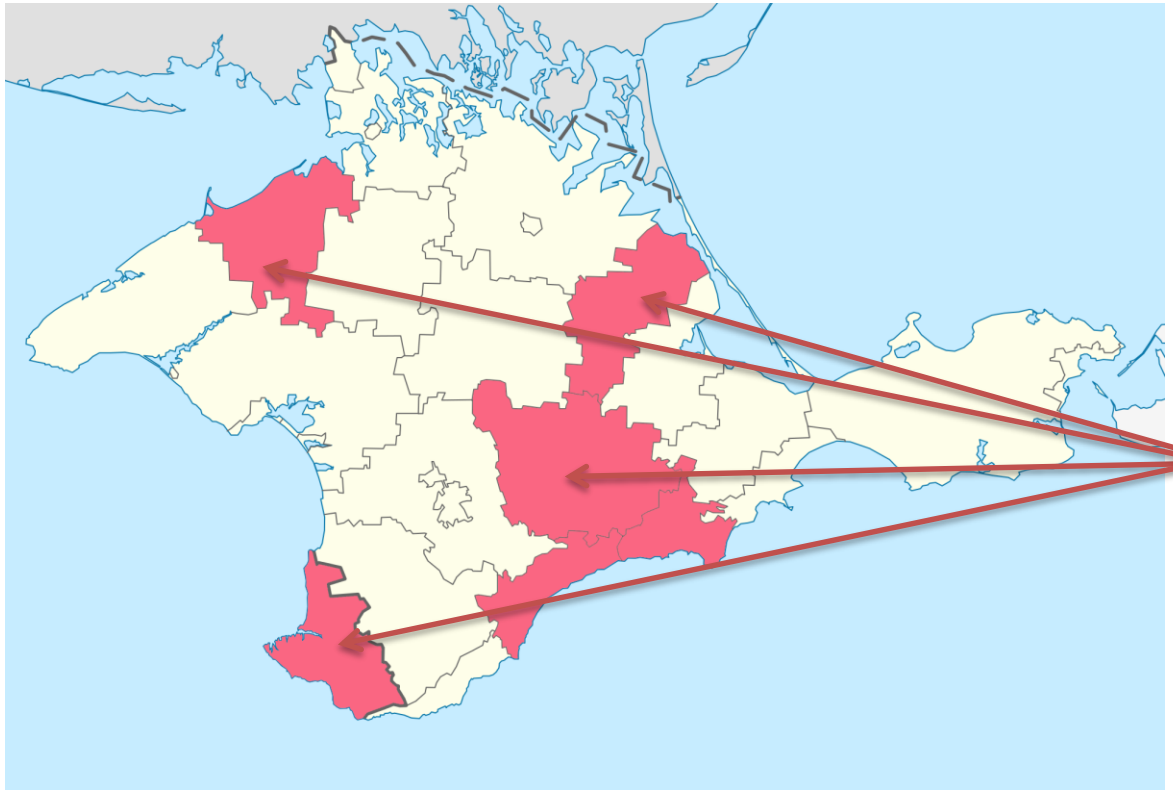
Общая рекомендация:

**доля на полке ≤ доля на рынке**

**(если доля рынка < 50%)**

Любой выход за эти пределы требует мониторинга ситуации на соответствующем рынке для исключения эффекта foreclosure

# Фиксирование доли продукции на полке



Проникновение практики на рынке (**пенетрация**) – один из **ключевых** факторов

# Фиксирование доли продукции на полке

**УФАС по Пермскому краю**

«На рынке реализации товаров бытовой химии (далее товарный рынок) в границах г. Перми помимо ООО «Metro Cash&Carry», ведущего продажи в торговом центре «Метро», осуществляют **деятельность большое количество других хозяйствующих субъектов**. Соответственно, товарный рынок реализации товаров бытовой химии **не может быть географически ограничен торговым центром «Метро»**. У производителей и поставщиков **существует альтернатива** и свобода выбора в заключении договоров поставки»

# Влияние поставщика на территорию продаж: территория концентрации дистрибьютора

# Влияние поставщика на территорию продаж: территория концентрации дистрибьютора

«**Определение места** осуществления деятельности дистрибьютора по продаже приобретенных у общества товаров **не влияет на возможность** потенциальных покупателей предпринимателя **приобретать товары** непосредственно у него; в договоре **не содержится запретов на продажу** продукции предпринимателем **на территории, отличной от места** его деятельности, а также **не предусмотрены какие-либо санкции** за нарушение договора и какие-либо **меры поощрения** за их соблюдение.»

# Маркетинговые и иные услуги ритейла

# Услуги ритейла: основные правила

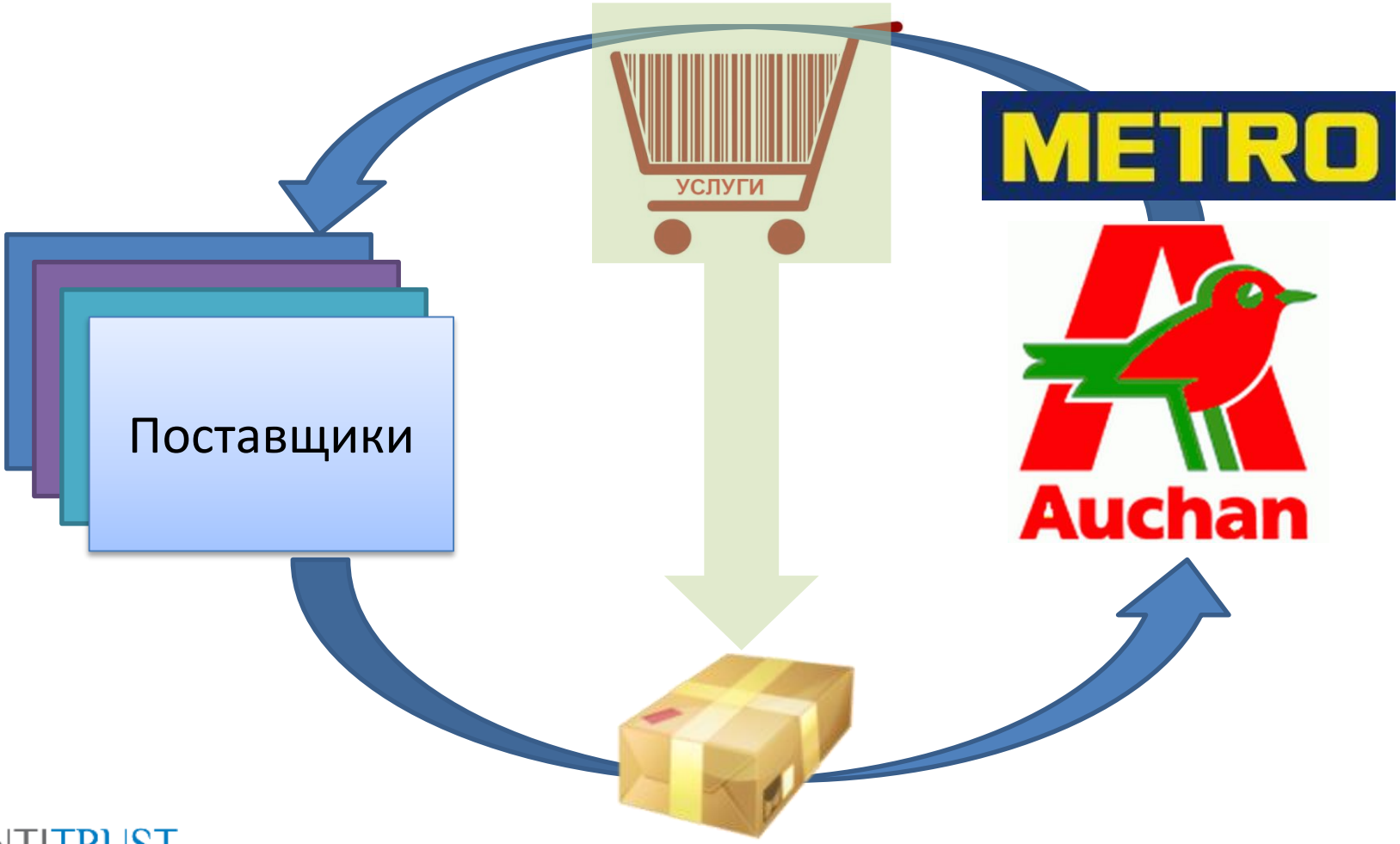
Содержание услуг должно быть позитивным (осуществление действий ритейлером в пользу поставщика/производителя), а не негативным (отказ от какой-либо деятельности или предоставления услуг конкурентам)

Вознаграждение за услуги должно быть связано с содержанием или объемом услуги (или связанных с ней расходов ритейлера)

Любое предоставление преимущественных прав поставщику по отношению к другим поставщикам сопряжено с риском и требует оценки с точки зрения Закона о конкуренции

# Дело в отношении Ашан и Метро: привязка стоимости услуг к объему

# Дело в отношении Ашан и Метро: привязка стоимости услуг к объему



# Дело в отношении Ашан и Метро: привязка стоимости услуг к объему

- ООО «Ашан» и ООО «Атак» устанавливали размер вознаграждения за оказание рекламных услуг в зависимости от общей стоимости товаров, поставляемых поставщиками в сети.
- По мнению ФАС, разница в плате за вознаграждения не основывается ни на затратах торговой сети, ни на качестве данных услуг и отсутствует какая-либо корреляция между качеством и объемом услуг и объемом поставляемого поставщиком в сеть товара
- Суды поддержали позицию ФАС

# Рекламные и промоушн акции в рознице

Akcia
PIZZA RISTORANTE
1,69 €
-32%
Pink Lady
Pink Lady

# Эксклюзивные рекламные и промоушн акции в рознице

- Эксклюзивный характер акции в конкретных торговых точках может быть обоснован характером акции и **необходимостью обеспечения ее эффективности** (дело Филип Моррис по решению красноярского УФАС)
- Ограничения на проведение рекламных и промоушн акций конкурентов может быть обосновано вышеуказанной целью, но **не должно быть самоцелью**
- Резервирование времени для проведения акций должно быть **обосновано с точки зрения бизнес-планирования** и не использоваться в качестве средства **ограничения возможностей проведения** акций конкурентами
- Возможность использования такого же подхода, как **к доле на полке**

# Режим санкций с точки зрения антимонопольного регулирования

# Указ Президента США №13685

AUTHENTICATED U.S. GOVERNMENT INFORMATION GPO

77357

Federal Register

Vol. 79, No. 247

Wednesday, December 24, 2014

## Presidential Documents

Title 3—

The President

Executive Order 13685 of December 19, 2014

Blocking Property of Certain Persons and Prohibiting Certain Transactions With Respect to the Crimea Region of Ukraine

# Указ Президента США №13685

77357

Federal Reg

Vol. 79, No

Wednesday,

Title 3—

The Pre

Certain

Ukraine

**С даты принятия Указа запрещаются (ст. 1(а)):**

1. Инвестиции в Крым любым гражданином или постоянным резидентом США, лицом или группой лиц, которые учреждены по законодательству США («**резидент США**»);
2. Экспорт, реэкспорт, поставка и иная прямая и косвенная реализация любых товаров, услуг или технологий в Крым резидентом США;
3. Одобрение, помощь, финансирование или иное содействие со стороны резидента США при осуществлении действий, указанных в п.1 и п.2.

# Разъяснение Управления по контролю за иностранными активами Минюста США

OFAC
OFFICE OF FOREIGN ASSETS CONTROL

**Crimea Sanctions Advisory**

**Issued:** July 30, 2015

**Subject:** Obfuscation of Critical Information in Financial and Trade Transactions Involving the Crimea Region of Ukraine

# Разъяснение Управления по контролю за иностранными активами Минюста США

OFAC
OFFICE OF FOREIGN ASSETS CONTROL

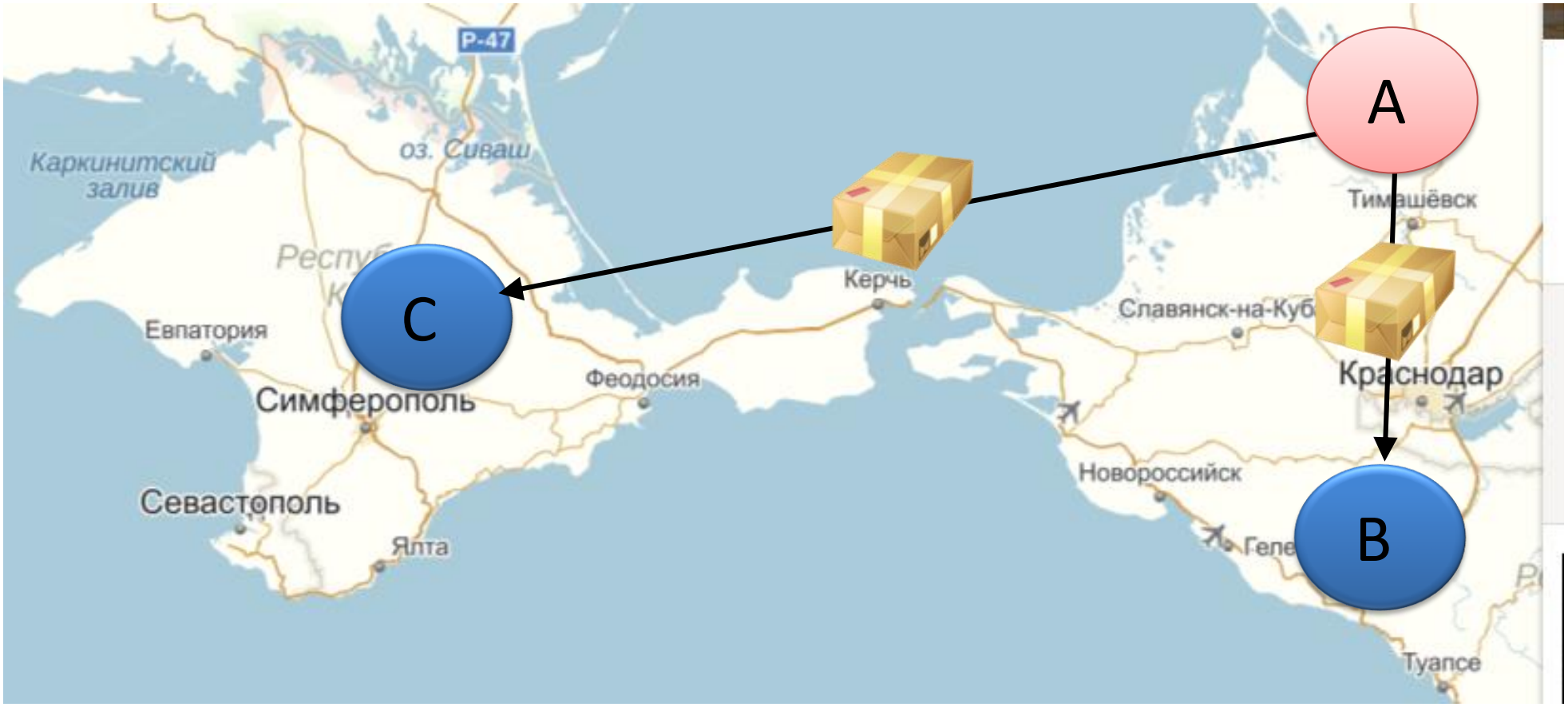
**Crimea Sanctions Advisory**

**Issued:** **July 30, 2015**

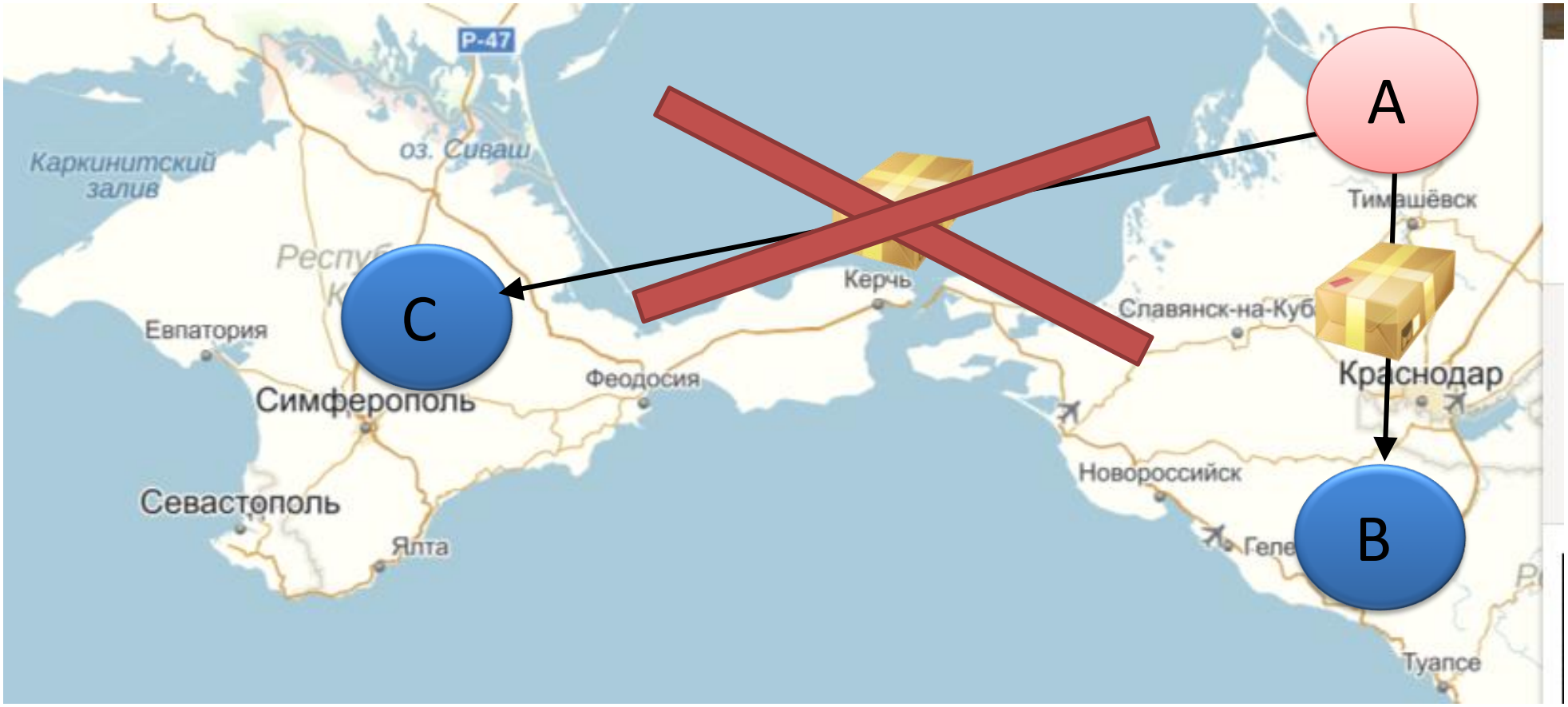
**Subject:** **Obfuscation of Cri**
**Involving the Crim**

Рекомендация по транслированию (переносу) обязанностей, предусмотренных Указом Президента США №13685, на всех контрагентов

# Что имеем в результате?



# Что имеем в результате?



# Что имеем в результате?

Отказ от поставки товара как на основании самостоятельного решения, так и в силу договора.

Негативный эффект на конкуренцию?

# Дело Ново Нордиск

# Дело Ново Нордиск

**Позиция ФАС России**: “…документ (торговая политика), разработанный иностранной компанией с учетом положений Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), Bribery Act и т.п., применяемый на территории Российской Федерации в отношении хозяйствующих субъектов, являющимися резидентами Российской Федерации, **не должен противоречить требованиям российского законодательства**.”

novo nordisk

# Дело Ново Нордиск

**Позиция ФАС России**: “…документ (торговая политика), разработанный иностранной компанией с учетом положений Foreign Corrupt Practices Act (FCPA), Bribery Act и т.п., применяемый на территории Российской Федерации в отношении хозяйствующих субъектов, являющимися резидентами Российской Федерации, **не должен противоречить требованиям российского законодательства**.”

Уместна ли аналогия?

# Спасибо за внимание!

ANTITRUST
ADVISORY

Antitrust Advisory – российская юридическая фирма, специализирующаяся в сфере антимонопольного права и смежных областях. Фирма учреждена и осуществляет свою деятельность в форме общества с ограниченной ответственностью по российском праву.

Узнайте о нас больше, посетив наш сайт.

**www.at-advisory.com**

© Antitrust Advisory 2015. Все права защищены.