*Семинар*

*Антимонопольные требования*

*в сфере розничной торговли*

*14.09.2017*

*Винокурова Н.Ю.*

**«Результаты проверок торговых сетей и поставщиков на предмет изменений в Законе о торговле №381-ФЗ Чувашским УФАС России»**

С 15 июля 2016 действует новая редакция Закона о торговле, ужесточающая правила продажи продовольствия (№ 273-ФЗ от 03.07.2016). Принятые изменения в Закон о торговле направлены на соблюдение балансов интересов поставщиков (производителей) и торговых сетей.

В  законе появился пункт о том, что все правила, требования и запреты закона распространяются не только на действия хозяйствующих субъектов, но и на лиц, входящих с ними в одну группу.

Закон дает новое определение торговой сети,  согласно которому, торговой сетью является  совокупность двух и более торговых объектов, которые принадлежат одному или нескольким хозяйствующим субъектам, входящим в одну группу,  или совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

Понятие группы лиц и признаки, по которым лица входят в указанную группу, определены [статьей 9](consultantplus://offline/ref=BFB65DAC9A834135FA51AC2CDEFC825956FCFEFC45B3B729B070C57FE244C45F5279ACBC7CS368I) Закона о защите конкуренции.

*1) хозяйственное общество и физическое лицо или юридическое лицо, если такое лицо имеет более чем пятьдесят процентов общего количества голосов, приходящихся на голосующие акции (доли) в уставном (складочном) капитале этого хозяйственного общества (товарищества, хозяйственного партнерства);*

*2) юридическое лицо и осуществляющие функции единоличного исполнительного органа этого юридического лица физическое лицо или юридическое лицо;*

*3) хозяйственное общество и физическое лицо или юридическое лицо, если лицо вправе давать этому хозяйственному обществу обязательные для исполнения указания;*

*4) юридические лица, в которых более чем пятьдесят процентов количественного состава коллегиального исполнительного органа и (или) совета директоров (наблюдательного совета, совета фонда) составляют одни и те же физические лица;*

*5) хозяйственное общество и физическое лицо или юридическое лицо, если по предложению такого лица назначен или избран единоличный исполнительный орган этого хозяйственного общества (хозяйственного партнерства);*

*6) хозяйственное общество и физическое лицо или юридическое лицо, если по предложению такого физического лица или такого юридического лица избрано более чем пятьдесят процентов количественного состава коллегиального исполнительного органа либо совета директоров (наблюдательного совета) этого хозяйственного общества;*

*7) физическое лицо, его супруг, родители (в том числе усыновители), дети (в том числе усыновленные), полнородные и неполнородные братья и сестры;*

В новую редакцию закона введен пункт, определяющий понятие «услуги по продвижению товаров». К ним относятся услуги, оказываемые поставщикам  продовольственных товаров,  в целях продвижения продовольственных товаров, в том числе путем рекламирования,  специальной выкладки, исследования потребительского спроса. Все эти услуги могут оказываться торговыми сетями на основании договоров возмездного оказания соответствующих услуг.

По мнению ФАС России (см. письмо от 22.07.2016 № АК/50406/16), плата за оказание таких услуг должна определяться не в процентном выражении, а в фиксированной стоимости. Если услуги по продвижению товаров, оказываемые торговой сетью, являются одинаковыми для всех поставщиков, то затраты в отношении каждого из них окажутся идентичными. Установление же стоимости в виде процента от общей стоимости всех приобретенных продовольственных товаров приведет к установлению разных цен на одну и ту же услугу для разных поставщиков. Подобные действия подпадают под антимонопольный запрет п. 1 ч. 1 ст. 13 Закона о торговле.

Согласно новой редакции закона, торговая сеть должна обеспечивать поставщикам доступ к информации об условиях отбора контрагентов, с которыми заключаются договора о поставках товаров, а также о качестве и безопасности продукции. Эту информацию необходимо размещать на официальном интернет-сайте сети. Такая же обязанность есть и у поставщиков продовольственных товаров. Более того, вдобавок к сведениям, указанным выше, поставщики должны предоставлять доступ к информации о качестве и безопасности поставляемых продовольственных товаров. Ранее Закон о торговле (ч. 1 и 2 ст. 9) предусматривал возможность получения такой информации (от обеих сторон) на безвозмездной основе по запросу стороны в течение 14 дней со дня его получения. Теперь же соответствующая информация должна быть размещена на сайте в интернете, а значит, для доступа к ней любого лица не требуется даже делать запрос.

Согласно закону, снизился размер вознаграждения сетям за продажу товаров с 10 до 5%.

Не секрет, что торговые сети во взаимоотношениях с поставщиками активно практикуют взимание в свою пользу вознаграждения (так называемых ретробонусов) за приобретенные товары и оказание услуг по продвижению товаров (притом что перечень таких услуг не ограничен).

До 15 июля 2016 г. действовали следующие правила:

1) вознаграждение за объем поставленных товаров не могло превышать 10% от цены таких товаров;

2) не было указаний, должен ли предельный размер вознаграждения рассчитываться с учетом НДС и акцизов;

3) стоимость услуг по продвижению товаров не включалась в расчет предельной суммы ретробонусов.

С принятием Закона № 273-ФЗ правила изменились:

1) вознаграждение за количество поставленных товаров и услуг по их продвижению в совокупности не может превышать 5% от их стоимости;

2) суммы НДС и акцизов при расчете предельного размера ретробонусов не учитываются.

Что касается вознаграждения за объем поставленных товаров, то условие о нем может включаться в виде фиксированной суммы как в сам договор поставки, так и рассчитываться в виде процента от стоимости приобретенных торговой сетью продовольственных товаров.

Обращаем внимание, что норма части 4 статьи 9 закона о торговле о 5 процентах содержит две составляющие:

- вознаграждение за приобретение определенного количества продовольственных товаров;

- плата за оказание услуг по продвижению товаров, логистических услуг, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров.

Поставщик вправе приобретать вышеуказанные услуги по продвижению товаров как у хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность и являющихся непосредственными приобретателями продовольственных товаров, с соблюдением требований [Закона](consultantplus://offline/ref=E728DEACEBB95F3F81B5F7528F842CA39DC86384EE84A43E8560A22ABFk66EL) о торговле о предельном совокупном размере выплат по вознаграждению и плате за оказание услуг (не более 5% от цены приобретенных продовольственных товаров), так и у иных хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность.

При этом не допускается навязывание либо понуждение поставщиков продовольственных товаров, а также иных хозяйствующих субъектов к заключению либо исполнению других договоров или каких-либо иных обязательств, имеющее своей целью или результатом увеличение установленного [Законом](consultantplus://offline/ref=E728DEACEBB95F3F81B5F7528F842CA39DC86384EE84A43E8560A22ABFk66EL) о торговле предельного совокупного размера выплат по вознаграждению и плате за оказание услуг.

Ограничение размера допустимых выплат (совокупного размера вознаграждения и платы за оказание услуг) не распространяется на случаи, когда услуги оказываются лицами, не осуществляющими торговую деятельность (независимые рекламные, логистические компании), не входящими в группу лиц с поставщиком либо с покупателем.

При этом согласно [части 12 статьи 9](consultantplus://offline/ref=7EC3881ACEC0682D720C4E7589E01809DE0ECB8AFC5C2CCB20AA1B09013EAC10E7811FB8K3LCJ) Закона о торговле включение в договор поставки продовольственных товаров условий о совершении хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, в отношении поставленных продовольственных товаров действий, связанных с оказанием услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг, либо исполнение (реализация) такого договора в соответствующей части не допускается. Таким образом, плата за оказание услуг может быть включена в договор возмездного оказания услуг и определяется не в процентном выражении, а в фиксированной стоимости.

По мнению ФАС (письмо от 22.07.2016 № АК/50406/16) в случае, если каждая конкретная услуга по продвижению товаров, логистическая услуга, услуга по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иная подобная услуга, оказываемые торговой сетью поставщикам в целях продвижения поставляемых продовольственных товаров (далее - услуги по продвижению товаров), являются идентичными для всех поставщиков, то есть имеют одинаковое содержание и объем действий, при оказании разным поставщикам услуги по продвижению товаров торговая сеть будет нести равные затраты. Установление торговой сетью цены договора оказания услуг по продвижению товаров в процентах от товарооборота (объема приобретенных торговой сетью у поставщика продовольственных товаров в денежном выражении за определенный период времени) будет приводить к установлению различных цен на одну и ту же услугу для разных поставщиков торговой сети и будет рассматриваться антимонопольным органом в качестве нарушения [пункта 1 части 1 статьи 13](consultantplus://offline/ref=AD016A974A86F2783A642EA113519EC8D4587425DD3B8F95A119F4E585D7D4C47B911E9FMCPBJ) Закона о торговле.

*В этой связи антимонопольным органом выявляются в том числе следующие виды подобных нарушений:*

*1) торговые сети формально приводили договоры на поставку продовольственных товаров в соответствие с требованиями закона и вместе с тем обеспечивали заключение договоров на оказание услуг с иной подконтрольной организацией, что приводило в конечном счете к выплате поставщиками вознаграждения свыше 5%;*

*2) с некоторыми поставщиками в договоре поставки торговые сети предусматривали максимальный размер вознаграждения (5%), но при этом заключали и договоры на оказание поставщикам маркетинговых услуг, что опять же приводило к суммарному превышению 5-процентного лимита.*

Хотелось бы также *коснуться вопроса определения условий о цене товара и скидках* (разъяснения ФАС от 09.06.2017 № АК/39035/17).

Соглашением сторон договора поставки продовольственных товаров может предусматриваться предоставление хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, скидки или скидок, уменьшающих цену товара способами и по основаниям, согласованным сторонами этого договора.

Однако, по мнению ФАС России, предоставление скидки или скидок в отношении товара, ранее поставленного хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допустимы, за исключением случаев, если стороны договорились о предоставлении такой скидки или скидок в договоре поставки.

При этом при предоставлении скидок должны соблюдаться положения [части 1 статьи 13](consultantplus://offline/ref=2F7D426145E44B0A60BB00590B1C239D41DB989D876B919B0E9AFD2C6F395DEE6D9CB21AqEVBM) Закона о торговле, которые могут быть нарушены в том числе путем злоупотребления предоставлением скидок на товар, поставленный либо приобретенный в предыдущие периоды, также недопустимо навязывание контрагенту определенных условий, создание дискриминационных условий и пр.

Условия определения (изменения) цены продовольственных товаров, в том числе основание, период изменения определяются сторонами договора поставки продовольственных товаров по своему усмотрению с учетом ограничений, предусмотренных [частью 12 статьи 9](consultantplus://offline/ref=2F7D426145E44B0A60BB00590B1C239D41DB989D876B919B0E9AFD2C6F395DEE6D9CB21BqEVEM) Закона о торговле, не допускающих включение в договор поставки продовольственных товаров как условий о совершении в отношении поставленных продовольственных товаров действий, связанных с оказанием услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг, так и условий об изменении цены за совершение перечисленных действий.

При этом, [часть 12 статьи 9](consultantplus://offline/ref=2F7D426145E44B0A60BB00590B1C239D41DB989D876B919B0E9AFD2C6F395DEE6D9CB21BqEVEM) Закона о торговле не содержит ограничений на включение в договор поставки продовольственных товаров условий об определении (изменении) поставщиком цены продовольственных товаров в связи с исполнением условий договора поставки, а также не содержит ограничений на включение в договор поставки условий о снижении поставщиком цены товара для хозяйствующего субъекта, осуществляющего торговую деятельность, на определенный период при условии реализации последним товара розничным потребителям со снижением цены в не меньшем размере в согласованный сторонами период времени. Такой порядок определения цены или порядок ее изменения, по смыслу Закона о торговле, не подпадает под ограничение, предусмотренное [частью 4 статьи 9](consultantplus://offline/ref=2F7D426145E44B0A60BB00590B1C239D41DB989D876B919B0E9AFD2C6F395DEE6D9CB218qEVEM) Закона о торговле.

В случае если стороны договорились о цене поставляемого товара и в договоре поставки продовольственных товаров предусмотрели цену поставляемого товара, то при требовании о снижении поставщиком цены товара для хозяйствующего субъекта, осуществляющего торговую деятельность (предоставление скидки), реализация последним товара розничным потребителям без снижения цены либо со снижением цены в меньшем размере (без трансляции скидки конечному потребителю), подпадает под ограничение, предусмотренное [частью 4 статьи 9](consultantplus://offline/ref=2F7D426145E44B0A60BB00590B1C239D41DB989D876B919B0E9AFD2C6F395DEE6D9CB218qEVEM) Закона о торговле. В этом случае, по мнению ФАС России, для целей применения [части 4 статьи 9](consultantplus://offline/ref=2F7D426145E44B0A60BB00590B1C239D41DB989D876B919B0E9AFD2C6F395DEE6D9CB218qEVEM) Закона о торговле совокупный размер вознаграждения и платы за оказание услуг не может превышать пять процентов от установленной в договоре поставки цены продовольственных товаров. При расчете указанного совокупного размера вознаграждения учитывается возникающая разница между ценой товара, предусмотренной в договоре поставки продовольственных товаров, и ценой фактически поставленных продовольственных товаров (ценой поставки продовольственного товара с учетом предоставленной поставщиком скидки).

Еще один вопрос часто возникающих на практике - *допустимость установления различных отпускных цен на одни и те же товары для различных контрагентов*

Выбор хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность посредством организации торговой сети, либо хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, различных подходов к определению условий договора поставки (в частности, к определению такого условия, как цена товара) по отношению к различным контрагентам может содержать признаки создания дискриминационных условий.

[Законом](consultantplus://offline/ref=D1888C350EB2CCEAFC8E4C13A26CC3C8BC9C91412BD94EF0EB1A3E4A1Cy9u2M) N 273-ФЗ уточнены антимонопольные требования, предусмотренные [статьей 13](consultantplus://offline/ref=D1888C350EB2CCEAFC8E4C13A26CC3C8BC9C90452ADF4EF0EB1A3E4A1C927BA77BEDF636C8274526y6u0M) Закона о торговле. Внесенные в этой части изменения предполагают установление четких требований к участникам рынка и направлены на борьбу со складывающейся негативной практикой создания дискриминационных условий.

Так, в соответствии с [частью 1 статьи 13](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B4AEADCADD151617B3B3F45CAE5A3D5B176B19DSCj0M) 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, определяемые в соответствии с Федеральным [законом](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B48EAD9A8DB51617B3B3F45CASEj5M) "О защите конкуренции";

2) создавать препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка других хозяйствующих субъектов;

3) нарушать установленный нормативными правовыми актами порядок ценообразования;

4) навязывать контрагенту:

а) условия о запрете на заключение договоров поставки продовольственных товаров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность, а также с другими хозяйствующими субъектами на аналогичных или иных условиях;

б) условия об ответственности за неисполнение обязательства хозяйствующего субъекта о поставках продовольственных товаров на более выгодных условиях, чем условия для других хозяйствующих субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность;

в) условия о предоставлении хозяйствующим субъектом контрагенту сведений о заключаемых данным хозяйствующим субъектом договорах с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;

г) условия о снижении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, их цены до уровня, который при условии установления торговой надбавки (наценки) к их цене не превысит минимальную цену таких товаров при их продаже хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;

д) условия о возврате хозяйствующему субъекту, осуществившему поставки продовольственных товаров, таких товаров, не проданных по истечении определенного срока, за исключением случаев, если возврат таких товаров допускается или предусмотрен законодательством Российской Федерации;

е) иные условия, не относящиеся к предмету договора и (или) содержащие существенные признаки условий, предусмотренных [подпунктами "а"](#Par9) - ["д"](#Par13) настоящего пункта;

5) заключать между собой для осуществления торговой деятельности договор, по которому товар передается для реализации третьему лицу без перехода к такому лицу права собственности на товар, в том числе договор комиссии, договор поручения, агентский договор или смешанный договор, содержащий элементы одного или всех указанных договоров, за исключением заключения указанных договоров внутри одной группы лиц, определяемой в соответствии с [Законом](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B48EAD9A8DB51617B3B3F45CASEj5M) о защите конкуренции, и (или) заключения указанных договоров между хозяйствующими субъектами, образующими торговую сеть, либо исполнять (реализовывать) такие договоры.

Соответственно [часть 2 статьи 13](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B4AEADCADD151617B3B3F45CAE5A3D5B176B19ASCj6M) Закона о торговле предусматривает, что хозяйствующий субъект вправе представить доказательства того, что его действия (бездействие), указанные в [части 1 статьи 13](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B4AEADCADD151617B3B3F45CAE5A3D5B176B19DSCj0M) (за исключением действий, указанных в [пункте 4 части 1](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B4AEADCADD151617B3B3F45CAE5A3D5B176B19DSCj4M) настоящей статьи), могут быть признаны допустимыми в соответствии с требованиями [части 1 статьи 13](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B48EAD9A8DB51617B3B3F45CAE5A3D5B176B199C7SFjAM) Закона о защите конкуренции.

*Таким образом, все разъяснения ФАС России, подготовленные в рамках применения* [*статьи 10*](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B48EAD9A8DB51617B3B3F45CAE5A3D5B176B19FC3F25875S9j6M) *Закона о защите конкуренции, могут быть применимы к положениям* [*статьи 13*](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B4AEADCADD151617B3B3F45CAE5A3D5B176B19FC3F2597FS9j7M) *Закона о торговле с учетом особенностей субъектного состава* [*статьи 13*](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B4AEADCADD151617B3B3F45CAE5A3D5B176B19FC3F2597FS9j7M) *Закона о торговле.*

В соответствии с [пунктом 8 статьи 4](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B48EAD9A8DB51617B3B3F45CAE5A3D5B176B19FC3F2587FS9j6M) 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.

Суть создания дискриминационных условий в отношении другого хозяйствующего субъекта заключается в том, что такие условия ставят данного хозяйствующего субъекта в неравное положение по сравнению с другими хозяйствующими субъектами.

Данный запрет связан с отсутствием объективного обоснования разных цен в отношении одного и того же товара.

Применительно к рассматриваемым отношениям следует признать, что характер дискриминационных условиям договора придает не их формальное отличие от условий договоров с иными хозяйствующими субъектами, а ничем не обусловленное неравное положение одних контрагентов по сравнению с другими при прочих равных условиях.

Необходимо принимать во внимание, что положения [статьи 13](consultantplus://offline/ref=0DFA44044459F3BF05ED1C4248F3659E4B4AEADCADD151617B3B3F45CAE5A3D5B176B19FC3F2597FS9j7M) Закона о торговле распространяются на действия торговой сети и поставщиков продовольственных товаров вне зависимости от занимаемой ими доли на соответствующем товарном рынке.

Под различными условиями понимаются как условия, предусмотренные договором, так и фактические условия сотрудничества.

Изменения закона коснулись и  сроков оплаты товара торговыми сетями поставщикам

1. В отношении продовольственных товаров, на которые срок годности установлен менее чем десять дней, срок оплаты не должен превышать восьми рабочих дней (ранее — десяти рабочих дней).

2. В отношении продовольственных товаров, на которые срок годности установлен от десяти до 30 дней включительно, срок оплаты не должен превышать 25 календарных дней (ранее — 30 календарных дней).

3. В отношении продовольственных товаров, на которые срок годности установлен свыше 30 дней, а также алкогольной продукции, произведенной на территории РФ, срок оплаты не должен превышать 40 календарных дней (ранее — 45 календарных дней).

Ранее указанные сроки отсчитывались со дня приемки товаров, теперь же должны исчисляться со дня фактического получения товаров торговой сетью.

Раньше, если поставщик не передавал документы на поставку продовольственных товаров, ретейлер имел право соответственно увеличить срок оплаты товаров на период предоставления документов. Теперь увеличение срока оплаты на этом основании не допускается. В Законе о торговле прямо указано (ч. 8 ст. 9), что поставщик обязан передать документы, относящиеся к поставке товаров, не позднее трех рабочих дней со дня фактического получения товаров ретейлером.

Такое изменение направлено на ограничение злоупотреблений со стороны торговых сетей, которые не оплачивали поставляемые им товары под предлогом непредставления поставщиком необходимых документов.

При этом хозяйствующие субъекты в рамках заключения договора поставки продовольственных товаров вправе самостоятельно определять условия и порядок приемки-передачи товаров (за исключением срока передачи документов, превышающего трехдневный срок, установленный частью 8 статьи 9 Закона о торговле), требования к формам и содержанию документов, относящихся к товарам и поставкам товаров, а также действия в случае представления некорректно составленных документов или документов, содержащих недостоверные сведения.

Однако, принятие продовольственного товара одних поставщиков в отсутствие документов и отказ от принятия товара других поставщиков (в т.ч. при не предоставлении документов, подтверждающих нахождение товара в законном обороте) при прочих равных условиях может рассматриваться в качестве нарушения пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

Уточнен перечень запретов для поставщиков и ретейлеров.

Указанные ограничения и запреты являются безусловными, из них не имеется каких-либо исключений.

Торговым сетям и поставщикам запрещается:

1) взимание платы либо внесение платы за право поставок продовольственных товаров в функционирующие или открываемые торговые объекты;

2) взимание платы либо внесение платы за изменение ассортимента продовольственных товаров;

3) возмещение расходов в связи с утратой или повреждением продовольственных товаров после перехода права собственности на такие товары, за исключением случаев, если утрата или повреждение произошли по вине поставщика таких товаров;

4) возмещение расходов, не связанных с исполнением договора поставки продовольственных товаров и последующей продажей конкретной партии таких товаров.

Гарантией соблюдения этих запретов стало введение в КоАП РФ административной ответственности за их нарушение (ст. 14.40).

Ограничение приобретения дополнительных торговых площадей.

Данные ограничения распространяются на торговые сети, доля которых превышает 25% в границах субъекта РФ, в том числе в границах города федерального значения Москвы или Санкт-Петербурга, в границах муниципального района, городского округа. Указанные лица не вправе приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов. Под приобретением дополнительных торговых площадей понимается как собственно их приобретение, так и установление владения через договор аренды, ввод здания в эксплуатацию, участие в торгах. При этом на сделки, которые были совершены до 15 июля 2016 г., данное ограничение не распространяется.

Антимонопольные правила: запрет на договор комиссии.

Данный запрет имелся в Законе о торговле и раньше, однако Закон № 273-ФЗ его уточнил. Поставщикам и ретейлерам запрещается в рамках осуществления торговой деятельности заключать, а равно и исполнять договор, по которому товар передавался бы для реализации третьему лицу без перехода к такому лицу права собственности на товар. К таким договорам относятся: договор комиссии, договор поручения, агентский договор или смешанный договор, содержащий элементы одного или всех указанных договоров.

Исключения составляют случаи заключения договоров внутри одной группы лиц или между хозяйствующими субъектами, образующими торговую сеть.

До конца декабря 2016 года длился переходный период для внесения изменений в договоры на поставку продовольственных товаров, которые были заключены до 15 июля 2016 года. В 2017 году все действующие договоры не должны противоречить новым правилам продажи продовольствия. С 1 января 2017 года условия договоров, противоречащие [Закону](consultantplus://offline/ref=49F4D052FB0223C6CAE098F70801C8A1FD6D83A28F81EE502394242425fAa2F) о торговле (в редакции Закона N 273-ФЗ), признаются утратившими силу. Следовательно, в декабре 2016 года необходимо было провести ревизию всех договоров поставки на предмет устаревших положений и внести в них исправления. Кто-то заключает новые договоры, кто-то оформляет изменения в виде отдельного документа, но в любом случае он должен быть подписан как продавцом, так и покупателем.

С 1 января 2017 года условия договоров, которые противоречат редакции Закона N 273-ФЗ, применяться не могут, поскольку в силу закона признаны утратившими силу. Положения договоров, которые входят в противоречие с новой редакцией [Закона](consultantplus://offline/ref=9C3F8897D5F1F81328BAAEB04E3D80AA0B0FB44B186F9B0B2941BA6308o0dFF) о торговле, не могут регулировать отношения сторон договора.

В рамках задания Правительства Российской Федерации Чувашским УФАС в феврале-марте 2017 года проводились проверки федеральных торговых сетей. На первом этапе проверок Управлением проанализированы договоры торговых сетей с поставщиками, приведены ли они в соответствие с действующим законодательством. На втором этапе проведения проверок проводилось сопоставить данных, полученных по результатам опроса поставщиков, с целью установления реального исполнения договорных условий торговыми сетями.

В апреле – мае в рамках полномочий, предоставленных законом о торговле, управлением проводился анализ договорных практик региональных торговых сетей.

Нарушения в большинстве случаев были выявлены в деятельности региональных и муниципальных торговых сетей.

Анализ договорных практик, а также опрос местных поставщиков показал, что все федеральные торговые сети после вступления в силу изменений в Закон о торговле № 381-ФЗ направили поставщикам оферту об изменении договора поставки. В частности, изменены: размер вознаграждения (снизился до 5%), сроки оплаты товаров с разными сроками годности, многие федеральными торговые сети отказались от практики заключения договоров маркетинговых услуг.

В то же время поставщики обращают внимание на применение несоразмерных штрафных санкций (за несвоевременную поставку, за не поставку продукции).

Вместе с тем, в указанных договорах ответственность за неисполнение, ненадлежащее исполнение условий договоров возложена в основном на поставщиков.

При проверке договоров поставки выявлены факты, когда федеральные торговые сети за несоблюдение одинаковых условий (пунктов) договора предусматривают применение разных штрафных санкций к поставщикам продовольственных товаров, также к одним поставщикам предусматривают применение штрафных санкций за несоблюдение определенных условий договора, к другим же поставщикам применение штрафных санкций за несоблюдение этих же условий договора в договоре поставки не предусмотрено.

В ходе анализа договоров поставки с республиканскими торговыми сетями выявлено установление сроков оплаты за поставленный товар с нарушением требований пп. 1-3 ч. 7 ст. 9 Закона о торговле № 381-ФЗ. В связи с этим, материалы направлены должностному лицу для решения вопроса о возбуждении дела по признакам нарушения части 3 статьи 14.42 КоАП РФ.

Также в ряде договоров совокупный размер вознаграждения, выплачиваемого хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не приведен в соответствие с п. 4 ч. 7 ст. 9 Закона о торговле № 381-ФЗ.

Также хотелось бы отметить, что у многих региональных и муниципальных торговых сетей вообще нет сайтов в интернете, либо не обеспечивается раскрытие информации об условиях отбора контрагентов для заключения договора поставки. Так в ходе проверки сайтов выявлено нарушение в 5 из 8 проверенных организаций.

Следует отметить, что с 04.07.2016 законом о торговле предусмотрены иммунитеты для малого и среднего бизнеса. Так, антимонопольные запреты, предусмотренные статьями 13 и 14 Закона о торговле не распространяются на:

1) поставщиков, выручка которых (их группы лиц) от реализации товаров за последний календарный год не превышает 400 млн руб.;

2) торговые сети, совокупная выручка которых от реализации товаров за последний календарный год также не превышает 400 млн руб.