

ФАС России возбудила дело о нарушении антимонопольного законодательства на рынке поставок норвежской рыбы

26 октября 2012, 15:55

23 октября 2012 года Федеральная антимонопольная служба (ФАС России) возбудила дело в отношении ЗАО «Русская рыбная компания», ЗАО «Атлант-Пасифик», группы лиц в составе ЗАО «ИТА Северная компания» и ЗАО «СК Ритейл» (далее – «Северная компания»), по признакам нарушения Федерального закона «О защите конкуренции» (пункт 3 часть 1 статья 11 - картель по разделу рынка).

Основанием для возбуждения дела послужили результаты проведенных ФАС России в период с марта по июнь 2012 г. проверок хозяйствующих субъектов, занимающихся поставками норвежской семги и форели (рыбы) в Россию.

В ходе проверок было установлено, что с целью реализации предполагаемого антиконкурентного соглашения ЗАО «Русская рыбная компания», ЗАО «Атлант-Пасифик» и «Северная компания» распределили между собой норвежских производителей рыбы, а затем инициировали заключение с ними «Соглашений о стратегическом партнерстве».

«В соответствии с этими соглашениями – отмечает начальник управления по борьбе с картелями Александр Кинёв - норвежские производители на пять лет теряли право поставлять рыбу для реализации на территории Российской Федерации кому-то, кроме «эксклюзивных уполномоченных партнеров», а именно ЗАО «Русская рыбная компания», ЗАО «Атлант-Пасифик» или «Северная компания».

ФАС России предполагает, что заключение ответчиками по делу, являющимися хозяйствующими субъектами – конкурентами, осуществляющими продажу товаров на одном товарном рынке, подобных соглашений свидетельствует о наличии картеля по разделу рынка поставок норвежской рыбы в Россию по составу продавцов.

Примечание: в соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции признаются картелем и запрещаются соглашения между хозяйствующими субъектами-конкурентами, то есть между хозяйствующими субъектами, осуществляющими продажу товаров на одном товарном рынке, если такие соглашения приводят или могут привести к разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи или покупки товаров, ассортименту реализуемых товаров либо составу продавцов или покупателей (заказчиков).