

*Российская Федерация*  
*Круглый стол «Производство и реализация*  
*продовольственных товаров»*  
*31 октября 2013 г.*  
*Комитет по конкуренции ОЭСР*

***Введение***

Сфера производства и реализации продовольственных товаров является одним из направлений, находящихся в поле зрения антимонопольных органов, поскольку состояние данной сферы экономики является определяющим для обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации.

В настоящее время на мировом рынке наблюдается обострение ситуации в связи с дефицитом продовольствия.

Указом Президента Российской Федерации от 30.01.2010 года принята Доктрина продовольственной безопасности, представляющая совокупность официальных взглядов на цели, задачи и основные направления государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности в Российской Федерации.

В соответствии с данной Доктриной основными задачами обеспечения продовольственной безопасности являются, в том числе устойчивое развитие отечественного производства продовольствия и сырья, достаточного для обеспечения продовольственной независимости страны, достижения и поддержания физической и экономической доступности для граждан безопасных пищевых продуктов в объемах, соответствующих рациональным нормам потребления.

Для оценки состояния продовольственной безопасности в качестве критерия определяется удельный вес отечественной сельскохозяйственной, рыбной продукции и продовольствия в общем объеме товарных ресурсов соответствующих продуктов, имеющих пороговые значения в отношении:

зерна – не менее 95%;
сахара – не менее 80%;
растительного масла - не менее 80%;
мяса и мясопродуктов – не менее 85%;
молока и молокопродуктов - не менее 90%;
картофеля - не менее 95%;
соли пищевой - не менее 85%;
рыбной продукции - не менее 80%

Исходя из задач, поставленных в Доктрине продовольственной безопасности, федеральными органами исполнительной власти, ответственными за реализацию основных направлений государственной экономической политики в сфере обеспечения продовольственной

безопасности, являются преимущественно Минсельхоз России и Роспотребнадзор.

Задача ФАС России на современном этапе заключается в совершенствовании механизмов регулирования рынка сельскохозяйственной продукции и продовольствия с целью создания конкурентной среды, благоприятных условий для развития конкуренции на агропродовольственных рынках.

Рынки сельскохозяйственной продукции и продуктов питания в Российской Федерации являются низко концентрированными, с развитой конкурентной средой. Изменение цены товара на таких рынках, как правило, не связано с монополистической деятельностью хозяйствующих субъектов (в том числе монопольным установлением цен), а заключение антиконкурентных соглашений затрудняется наличием большого количества альтернативных продавцов. Данные рынки открыты для межрегиональной и международной торговли, количество хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на региональных рынках в понимании статьи 5 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) незначительно, в большинстве случаев необоснованные административные барьеры входа на рынок потенциальных конкурентов отсутствуют или преодолимы.

### ***Мониторинг цен на продовольственные товары***

Для рынков агропромышленного комплекса характерны периодические «всплески» цен на продукты питания. Поскольку законодательством Российской Федерации не предусмотрено государственное регулирование цен на продукты питания (за исключением случаев, определенных Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»), ФАС России и его территориальные органы в этих случаях проводят большую работу по выявлению причин роста цен в результате злоупотребления доминирующим положением, заключения соглашений или осуществления согласованных действий со стороны участников рынков продовольственных товаров, а также антиконкурентных действий органов власти с целью поддержания стабильности на агропродовольственных рынках.

В целях предупреждения и пресечения нарушений антимонопольного законодательства ФАС России проводит мониторинг цен на социально значимые продукты питания, особенно в периоды значительного роста цен на них, как это было в 2007-2008 гг., в 2010-2011 г. При этом следует отметить, что мониторинг цен, проводимый ФАС России, отличается от «сплошного» мониторинга цен, проводимого Минэкономразвития России, а именно, ФАС России анализирует сведения, полученные от крупнейших производителей/поставщиков социально значимых продовольственных товаров в соответствующих регионах по всей цепочке от производства

сельскохозяйственной продукции, ее переработки, оптовой и розничной реализации.

В 2013 году по решению Межгосударственного совета по антимонопольной политике ФАС России был проведен мониторинг розничных цен на основные виды социально значимых продуктов питания, реализуемых в г. Москве крупнейшими торговыми сетями. При этом доля охваченных мониторингом торговых сетей составляла более 20% розничного рынка Москвы, что позволяет говорить о достаточной репрезентативности исследования.

В ходе исследования был установлен факт установления ритейлерами цен на продукцию, продаваемую под собственной товарной маркой, на уровне ниже, чем на продукцию иных поставщиков, что, по мнению ФАС России, может влиять на взаимодействие между ритейлерами и производителями пищевых продуктов путем создания конкурентных преимуществ для производителей продуктов под маркой торговой сети.

***Характерные черты изменений, произошедших за последние годы. Применение со стороны антимонопольного органа за последние годы.***

Одним из существенных изменений за последние десять лет в сфере розничной реализации продовольственных товаров является принятие Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о торговле). Данный закон регулирует отношения между покупателями и продавцами в сфере производства и реализации продуктов питания.

Закон о торговле установил требования к раскрытию информации по процедуре отбора поставщиков торговыми сетями, к условиям договоров поставки продовольственных товаров (отсрочки, размеры вознаграждений) и прочие требования к торговым сетям и поставщикам продовольственных товаров при заключении договоров поставки и сопутствующих ему договоров (статья 9 Закона о торговле).

Статьей 13 Закона о торговле установлены запреты для торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров на создание контрагентам дискриминационных условий, навязывание невыгодных условий договоров, а также осуществление оптовой торговли с использованием договора комиссии или смешанного договора, содержащего элементы договора комиссии.

Принимая во внимание такие особенности правоотношений, которые были выявлены в ходе исследования Федеральной антимонопольной службой в сфере розничной торговли продовольственными товарами как высокая рыночная власть розничных торговых сетей, недобросовестное поведение участников торговой деятельности, монополизация локальных рынков за счет проведения сделок по слиянию и поглощению были разработаны антимонопольные правила и требования в области торговой деятельности, которые вошли в Закон о торговле.

Закон о торговле устанавливает требования к торговым сетям и поставщикам продовольственных товаров при осуществлении ими торговой деятельности, требования к органам государственной власти и органам местного самоуправления.

Также, в Закон о торговле была внесена достаточно жесткая норма, предусматривающая запрет торговым сетям приобретать новые торговые площади при достижении доли на рынке в размере 25%. Это обусловлено тем, что рынки розничной торговли являются локальными и включение даже двух - трех магазинов, расположенных в одном районе в одну торговую сеть, может существенно повлиять на конкуренцию.

***Изменения в сфере производства и оптовой торговли.*** Необходимо отметить, что общие тенденции в экономической концентрации, как то получение абсолютного контроля посредством приобретения: акций (долей), прав определять условия предпринимательской деятельности, прав осуществлять функции исполнительного органа, в настоящее время сохранились.

В то же время, за период с 2004 по 2013 год в результате совершенных сделок по приобретению активов хозяйствующих субъектов-участников рынков агропромышленного комплекса произошли изменения показателей экономической концентрации на отдельных товарных рынках АПК.

Однако, несмотря на изменения позиционирования отдельных участников рынка, в том числе в сторону увеличения своей рыночной власти, рынки агропромышленного комплекса остаются достаточно конкурентными и не монополизированными.

Наиболее значительные изменения произошли на рынках масла подсолнечного, молока и молочных продуктов, соли поваренной пищевой, дрожжей хлебопекарных.

***Пример 1: Рынок подсолнечного масла***

Так, начиная с 2006 года группа компаний «Юг Руси» заняла лидирующее положение на рынке масла подсолнечного за счет приобретения маслоэкстракционных заводов в Воронежской области, краснодарского масложирового комбината и Лабинского маслоэкстракционного завода в Краснодарском крае, ранее принадлежащих группе «Русагро», российских активов WJ Group, в том числе Валуйского и Чернянского заводов растительных масел в Белгородской области, а также Невинномысского маслоэкстракционного завода. Приобретение новых активов позволило «Югу Руси» укрепить лидерские позиции, его доля на рынке превысила 35%, а совокупная доля трех крупнейших производителей масла – группы «Юг Руси», компании Bunge и «ЭФКО» превысила 50%. На этом основании федеральный рынок масла подсолнечного, рафинированного, дезодорированного, бутилированного относится к рынку с умеренной концентрацией.

*Пример 2: Рынок молока и молочной продукции*

Значительные изменения произошли и на рынке молока и молочной продукции. В результате слияния компаний ЮНИМИЛК и ДАНОН их доля на рынке существенно увеличилась. В настоящее время наиболее крупными игроками на данном рынке являются компании «Вимм-Билль-Данн», недавно приобретенная Компанией PEPSI, и объединенная компания ДАНОН-ЮНИМИЛК. Их совокупная доля по закупке сырого молока составляет около 50% на федеральном рынке. В ряде регионов указанные группы лиц имеют долю на рынке закупки сырого молока более тридцати пяти процентов. Группа лиц ЮНИМИЛК - в г. Санкт-Петербург, в Красноярском и Пермском краях, в Самарской, Тюменской, Кемеровской, Смоленской, Липецкой, Томской, Владимирской, Курганской, Тверской (10 районов) и Орловской (18 районов) областях. Группа лиц Вимм-Билль-Данн - в г. Москве, в Воронежской, Московской, Новосибирской областях, в Красноярском крае.

Сопоставление и анализ количественных и качественных показателей, характеризующих структуру рынка молока, в географических границах, которые были определены как региональные, межрегиональные и локальные рынки, позволяет отнести данный товарный рынок, в основном, к рынку с недостаточно развитой конкурентной средой. Однако в Алтайском крае, в Курской, Иркутской, Псковской областях и Санкт-Петербурге рынок закупки сырого молока характеризуется развитой конкуренцией.

*Пример 3: Рынок дрожжей*

В 2011 году ФАС России было рассмотрено ходатайство Акционерного общества «Компани де Левюр Лесафр» о приобретении доли размером 100% в уставном капитале Общества с ограниченной ответственностью «Воронежские Дрожжи».

Сводные результаты оценки конкурентной среды, а также сопоставление и анализ количественных показателей, характеризующих рынок реализации дрожжей хлебопекарных, позволили сделать вывод, что рассматриваемый товарный рынок, в границах Российской Федерации является высококонцентрированным.

После совершения сделки по приобретению Акционерным обществом «Компани де Левюр Лесафр» 100% долей в уставном капитале ООО «Воронежские Дрожжи» доля группы лиц компании «Лесафр» составила 56,6% по Российской Федерации на рынке реализации дрожжей хлебопекарных.

Во всех указанных случаях при рассмотрении ходатайств ФАС России были выданы предписания о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции.

**Изменения в сфере розничной торговли.** Торговля — комплексный и системообразующий сектор экономики, стратегия развития которого должна обеспечить баланс целей заинтересованных групп. К таким группам относятся: государство, потребители, производители, предприниматели в торговой сфере.

В сфере розничной торговли за последние годы произошел рост числа розничных торговых сетей, характеризующийся не только развитием российских компаний, но и приходом на российский рынок иностранных ритейлеров. Активизация деятельности зарубежных торговых сетей привела к росту сделок по слиянию и поглощению среди российских игроков рынка.

Высокая конкуренция между торговыми сетями за ограниченное количество торговых площадей, свойственная, в основном, торговым сетям, работающим в формате «супермаркет» и «магазин у дома» привела к появлению новых форматов торговли, таких как гипермаркеты. (Гипермаркет является предприятием торговли, реализующим продовольственные и непродовольственные товары универсального ассортимента преимущественно в форме самообслуживания, торговой площадью от 5000 м<sup>2</sup> (ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли»). С учетом таких особенностей гипермаркета как большая площадь, максимальный ассортимент товаров, низкие цены, географические границы обслуживания гипермаркета значительно шире, чем у магазинов формата «супермаркет» или «магазин у дома».

Гипермаркеты, как правило, расположены в административных центрах субъектов Российской Федерации, не более 1 торгового объекта в границах городского округа (исключение составляют города федерального значения Москва и Санкт-Петербург). Развитие торговых сетей формата «гипермаркет» происходит за счет открытия торговых объектов в новых субъектах Российской Федерации, что заставляет торговые сети осваивать новые рынки, а также развивать собственную логистику.

Популярной становится такая модель развития торговых сетей как франчайзинг. Особенно активно франчайзинг использует торговая сеть X5 Retail Group («Перекресток», «Пятерочка», «Карусель»).

Одним из факторов, влияющих на тенденцию роста числа торговых сетей, а также укрупнения торговых объектов, повышение технического оснащения магазинов, а также эффективная организация логистической цепочки, является повышение требований потребителей к качеству предоставляемых торговыми сетями услуг, ассортименту, качеству и цене товаров.

**Правоприменение.** В течение 2010-2013 гг., в целях обеспечения реализации положений Закона о торговле во исполнение поручений Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, ФАС России и ее территориальными управлениями проводился мониторинг реализации положений Закона о торговле.

С момента вступления в силу Закона о торговле (1 января 2013 года) выявлено 1129 нарушений положений статьи 9 Закона о торговле.

При этом, по 999 выявленным нарушениям дела об административных правонарушениях антимонопольными органами не возбуждались в связи с истечением срока привлечения к административной ответственности.

Наиболее часто выявляемые нарушения положений статьи 9 Закона о торговле:

- включение хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, и (или) хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, в цену договора поставки продовольственных товаров вознаграждения, выплачиваемого хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, в связи с приобретением им у хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, определенного количества продовольственных товаров в размере, превышающем 10 процентов от цены приобретенных продовольственных товаров, либо выплата указанного вознаграждения в связи с приобретением хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, указанных в перечне, установленном Правительством Российской Федерации;

- установление хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, и (или) хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, в договоре поставки продовольственных товаров сроков оплаты таких товаров, превышающих сроки, установленные Законом о торговле;

- включение хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, и (или) хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки продовольственных товаров, в договор поставки продовольственных товаров условий о совершении хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, в отношении поставленных продовольственных товаров определенных действий, об оказании услуг по рекламированию товаров, маркетингу или подобных услуг, направленных на продвижение продовольственных товаров.

В 2010-2013 годах ФАС России и ее территориальными управлениями возбуждено 405 дел о нарушении антимонопольного законодательства по признакам нарушения положений статьи 13 Закона о торговле.

Наиболее часто и эффективно применялся пункт 1 часть 1 статьи 13 Закона о торговле (создание дискриминационных условий).

*Пример 4: рынок рыбы и рыбной продукции*

ФАС России рассмотрено дело по признакам нарушения ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле, выразившегося в создании дискриминационных условий для поставщиков рыбы и рыбной продукции.

По результатам рассмотрения принято решение:

1) Признать действия ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» выразившиеся в создании дискриминационных условий для 65 поставщиков рыбы и рыбной продукции путем установления цены договора возмездного оказания услуг в процентах от общей цены товаров, поставленных по договору поставки, а также путем взимания различной платы за одинаковый объем оказанных услуг по сравнению с другими поставщиками рыбы и рыбной продукции, нарушением пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле.

2) Выдать ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» предписание о прекращении создания дискриминационных условий и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции.

В рамках указанного дела был доказан дискриминационный характер оказания услуг ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» 65 поставщикам рыбы и рыбной продукции. Также в рамках указанного дела была установлена несоразмерность стоимости услуг и фактических затрат на их оказание, а также отсутствие возможности проследить эффективность оказываемых ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» поставщикам рыбы и рыбной продукции услуг по продвижению товара.

Только поставщики рыбы и рыбной продукции с 01.08.2010 по 30.06.2011 заплатили ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» за оказание трех видов услуг более 580 млн. рублей.

По результатам рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства в отношении ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» было возбуждено и рассмотрено 65 дел об административных правонарушениях по части 1 статьи 14.40 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. По результатам рассмотрения 63 из них были вынесены постановления о наложении штрафов в сумме 126 000 000 рублей.

Также, наиболее часто выявляемыми нарушениями положений пункта 1 части 1 статьи 13 Закона о торговле являются:

- установление разных процентов выплат вознаграждений поставщикам однородного товара;
- включение в договор поставки условий об одностороннем порядке со стороны поставщика расторжения договора поставки с покупателем в случае торговли продукцией поставщика аналогичного товара;
- установление разных штрафных санкций в договорах с поставщиками однородного товара;
- установление стоимости маркетинговых услуг в процентах от объема поставленных товаров;
- установление разной стоимости маркетинговых услуг в договорах с поставщиками однородного товара.

По результатам проведенных проверок территориальными органами ФАС России за 2010-2013 годы возбуждено 109 дел по признакам нарушения положений статьи 15 Закона о торговле.

Наиболее часто выявляемые нарушения статьи 15 Закона о торговле:

- принятие нормативных актов, устанавливающих:

1) необоснованные ограничения прав хозяйствующих субъектов путём установления требования о согласовании режима работы и ассортиментного перечня продукции с отделом потребительского рынка администрации города;

2) необоснованное расширение перечня документов, предъявляемых для заключения договора аренды торгового места;

3) дискриминационные условия осуществления хозяйственной деятельности, в зависимости от наличия (отсутствия) у хозяйствующего субъекта задолженности по единому налогу на вмененный доход;

4) ограничение продажи на территории города пива и напитков, изготовленных на его основе;

5) правила осуществления торговой деятельности на товарном рынке, отличающихся от аналогичных правил, установленных Федеральными законами и иными нормативными правовыми актами;

6) ограничения для хозяйствующих субъектов при выборе контрагентов;

7) дискриминационные условия при утверждении схемы размещения нестационарных объектов мелкорозничной сети и бытового обслуживания;

- понуждение хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, продавать товар по ценам, определенным органами исполнительной власти субъекта Российской Федерации.

В ходе правоприменения антимонопольный орган сталкивается с трудностями применения норм Закона о торговле, в связи с чем ФАС России подготовлены изменения в Закон о торговле.

Что касается взаимоотношений производителей и оптовых реализаторов (дистрибьюторов), в последнее время антимонопольными органами не рассматривалось дел о нарушении антимонопольного законодательства в данной сфере.

**Иные факторы, определяющие функционирование данного сектора. Иные политики, которые оказывают воздействие на данный сектор (ограничения на розничные практики, планирование, контроль над ценами, ограничения в секторе услуг).**

Как было указано выше, законодательством Российской Федерации не установлено жесткое государственное регулирование цен на продукты питания. Пунктом 8 части 2 статьи 8 Закона о торговле предусмотрено, что хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, при организации торговой деятельности и ее осуществлении, за исключением случаев, установленных данным федеральным законом, другими федеральными законами, самостоятельно определяют цены на продаваемые товары.

Так, согласно частям 5 и 6 статьи 8 Закона о торговле в случае, если в течение 30 календарных дней подряд на территории отдельного субъекта Российской Федерации или территориях субъектов Российской Федерации рост розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости составит тридцать и более процентов, Правительство Российской Федерации в целях стабилизации розничных цен на данные виды товаров имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены<sup>1</sup> на них на территории такого субъекта Российской Федерации или территориях таких субъектов Российской Федерации на срок не более чем девяносто календарных дней.

При этом подготовка предложений об установлении предельных розничных цен на продовольственные товары осуществляется Министерством экономического развития Российской Федерации по результатам еженедельного макроэкономического анализа состояния розничных цен на продовольственные товары.

Указанный анализ проводится на основании оценки данных федерального статистического наблюдения за средними розничными ценами на продовольственные товары и их изменениями по субъектам Российской Федерации, представляемых Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации, а также информации о причинах и условиях роста цен, получаемой от органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

По результатам проведенного анализа Министерство экономического развития Российской Федерации вносит в установленном порядке в Правительство Российской Федерации проект постановления Правительства Российской Федерации об установлении предельных розничных цен на продовольственные товары, реализуемые на территории отдельного субъекта Российской Федерации или на территориях субъектов Российской Федерации, с указанием наименований продовольственных товаров, размеров предельных розничных цен на такие товары и сроков, на которые вводятся предельные розничные цены.

До настоящего времени мер об установлении предельных розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости в Российской Федерации принято не было.

Кроме того, постановлением Правительства Российской Федерации от 07.03.1995 №239 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» предусматривается право органов государственной власти субъектов Российской Федерации введения государственного регулирования торговых надбавок к ценам на продукцию и

---

<sup>1</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 15.07.2010 № 530 «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определенного количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения».

товары, реализуемые в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях с ограниченными сроками завоза грузов, а также к ценам на продукты детского питания (включая пищевые концентраты).

Перечень отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, включает следующие товары:

Говядина (кроме бескостного мяса)  
Свинина (кроме бескостного мяса)  
Баранина (кроме бескостного мяса)  
Куры (кроме куриных окорочков)  
Рыба мороженая неразделанная  
Масло сливочное  
Масло подсолнечное  
Молоко питьевое  
Яйца куриные  
Сахар-песок  
Соль поваренная пищевая  
Чай черный байховый  
Мука пшеничная  
Хлеб ржаной, ржано-пшеничный  
Хлеб и булочные изделия из пшеничной муки  
Рис шлифованный  
Пшено  
Крупа гречневая - ядрица  
Вермишель  
Картофель  
Капуста белокочанная свежая  
Лук репчатый  
Морковь  
Яблоки.

Кроме того, в настоящее время, Минсельхозом России разработан проект Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства», предусматривающий распространение мер государственной поддержки, предусмотренных для сельскохозяйственных производителей (преимущественно в виде субсидий из федерального и регионального бюджета), на переработчиков сельскохозяйственного сырья, что могло бы повысить конкурентоспособность производителей продуктов питания. Однако следует отметить, что данная мера может применяться только с ограничениями, установленными при вступлении России во Всемирную торговую организацию.

Помимо принятого Закона о торговле, который непосредственно оказывает влияние на сектор торговли продовольственными товарами,

Ассоциацией компаний розничной торговли (объединяет торговые сети) совместно с ассоциациями поставщиков продовольственных товаров, при участии ФАС России разработан Кодекс добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров (далее – Кодекс).

Данный Кодекс представляет собой свод рекомендуемых правил взаимодействия между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров.

Основными целями Кодекса являются:

- формирование практик взаимодействия, основанных на принципах добросовестности, при заключении и исполнении договоров между поставщиками и торговыми сетями и обеспечение баланса коммерческих интересов торговых сетей и поставщиков;

- повышение эффективности взаимодействия между торговыми сетями и поставщиками и оптимизация издержек по всей цепочке поставок; создание условий для соблюдения всеми участниками рынка этических правил использования рыночной силы и содействие развитию конкуренции на рынке;

- содействие в удовлетворении потребностей покупателей в качественных потребительских товарах.

Положения Кодекса не являются обязательными для торговой сети и/или поставщика за исключением случаев выражения соответствующим хозяйствующим субъектом письменного согласия с положениями настоящего Кодекса («присоединение к Кодексу», в том числе путем указания на это в договорах поставки и иных сопутствующих им договорах).

### ***Адвокатирование***

Главной задачей антимонопольного органа в данном секторе в последние годы было адвокатирование антимонопольных правил и требований, так как они были новыми для участников торговой деятельности, а некоторые вообще инновационными.

Чтобы лучше понимать проблемы применения Закона о торговле, с 2010 года проводился мониторинг реализации положений Закона о торговле.

С момента вступления в силу Закона о торговле ФАС России было проведено 9 заседаний Экспертного совета при Федеральной антимонопольной службе по развитию конкуренции в сфере розничной торговли. На заседаниях экспертных советов ФАС России разъяснялись требования нового вступившего в силу Закона о торговле, а также в рамках экспертных советов ФАС России обсуждались проблемы применения Закона о торговле и предложения по их преодолению. На заседаниях экспертного совета в обязательном порядке рассматриваются предложения ФАС России по внесению изменений в Закон о торговле.

На постоянной основе ФАС России занимается разъяснением положений Закона о торговле хозяйствующим субъектам, обращающимся с заявлениями.

Также, учитывая большое количество поступающих заявлений о разъяснении требований Закона о торговле, ФАС России было разработано методическое пособие для предпринимателей, в котором разъяснены требования антимонопольного законодательства в части регулирования торговой деятельности.