ФАС: выход на «полку» магазина станет прозрачнее

28 мая 2021, 11:00

Ведомство выпустило методические рекомендации, которые будут способствовать прозрачному и недискриминационному доступу производителей и поставщиков продуктов питания в торговые сети

Сегодня в подавляющем большинстве случаев производители продовольственных товаров находятся в существенной рыночной зависимости от торговых сетей.

Действующая редакция Закона о торговле не уточняет, какая конкретно информация должна размещаться на сайтах торговых сетей при отборе контрагентов[1]. Поэтому нередки случаи, когда торговая сеть формулирует условия доступа производителей и поставщиков на «полку» в обобщенном виде и тем самым может вводить их в заблуждение о своих реальных потребностях, или же ограничивает доступ к необходимой информации. Это может приводить к безосновательным отказам в заключении договоров на поставку продуктов питания и дискриминации поставщиков.

Антимонопольная служба выпустила Методические рекомендации, которые советуют уточнять виды, порядок, способы, состав и сроки раскрытия информации торговыми сетями при выборе поставщиков продовольственных товаров.

Документ был разработан по итогам обобщения антимонопольной и судебной практики для обеспечения баланса интересов торговых сетей и их контрагентов (производителей и поставщиков).

Методические рекомендации ФАС России содержат положения, которые проясняют для всех участников рынка критерии раскрытия информации. Таким образом, с одной стороны, они снижают риск нарушения Закона о торговле со стороны торговых сетей, а, с другой стороны, защищают интересы производителей продуктов питания, позволяют производителям и поставщикам заранее оценить для себя возможность заключения договора с торговой сетью, исходя из раскрытой информации.

ФАС России полагает, что Методические рекомендации сделают выход на «полку» супермаркета для производителей и поставщиков прозрачнее и помогут небольшим производителям расширить каналы сбыта своей продукции.

Справочно:
1. Частью 1 статьи 9 Закона о торговле установлено, что торговая сеть обязана обеспечивать поставщику 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».