**Вопрос 1**

*Елена Николаевна Дыбова*

*Заместитель председателя*

*Общественного совета при ФАС России*

**«О доминировании торговый сетей»**

**I. Доминирование федеральных торговых сетей как фактор давления на региональные торговые сети и малую торговлю**

1. **Общая статистика**

Топ-10 крупнейших продовольственных ритейлеров России по обороту:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Компания | Выручка за 2020 год, млрд. руб. | Рост выручки за год, % |
| 1 | Х5 Retail Group | 1973 | +14 |
| 2 | Магнит | 1510 | +13 |
| 3 | Дикси, Красное&Белое, Бристоль | 950 | +18 |
| 4 | Лента | 438 | +7 |
| 5 | Ашан | 255 | -11 |
| 6 | Метро | 204 | +8 |
| 7 | Светофор | 189 | +39 |
| 8 | Окей | 173 | +6 |
| 9 | Монетка | 123 | +11 |
| 10 | Вкусвилл | 114 | +38 |
|  | Всего: | **5929** |  |

**На ТОП-10 крупнейших сетей приходится более 37% рынка.**

Частота совершения покупок в федеральных торговых сетях:

* регулярно – 60%;
* время от времени – 21%;
* крайне редко – 13%;
* никогда – 6%.

**Доля торговых сетей в целом в продуктовой рознице возросла за последние три года с 37,2% до 44,2 %** в целом по России, достигнув максимума в:

* г. Санкт-Петребурге – 81,0%;
* Ленинградской области – 73,3%;
* Московской области – 66,1%;
* Кемеровской области – 65,8%;
* Калужской области – 62,8%.

При этом доля федеральных сетей для осуществления мониторинга ФАС России определяет путем деления данных о выручке (полученных от самой сети) на общий объем рынка в пределах каждого муниципального образования, рассчитываемый региональной службой статистики. При подсчете берутся данные от организаций крупного бизнеса (предоставляют данные ежеквартально) и статистическим методом производится «досчет» оборотов малого бизнеса.

**Например, во Владимирской области** доля торговых площадей сети Магнит составляет 35% от всех торговых площадей и, при этом, ФАС определяет долю по обороту, представленному органами статистики этой сети в размере 14,2%.

Общеизвестно, что сами сети сравнивают друг друга с показателем выручки на квадратный метр торговой площади, поскольку есть прямая зависимость между занимаемой сетью долей рынка и занимаемой ей площадями. **Таким образом, несовершенный механизм измерения доли рынка скрывает истинные масштабы монополизации рынка.**

1. **Проблематика**

### Региональные сети

### За последние 3 года с рынка ушло около 150 торговых сетей. Например, компания «Интерторг», завершила работу в Северо-Западном Федеральном округе. На пике развития у сети было 700 магазинов (Spar по франшизе и «7Я СемьЯ»), к моменту закрытия – 480 с оборотом 74 млрд рублей. В Санкт-Петербурге и Ленинградской области закрыли свои последние объекты сети «Полушка» и «Лайм» (всего было около 140 торговых точек с оборотом 15 млрд рублей).

### Многие региональные сети также активно сокращают число магазинов: в Удмуртии за год сети Spar и «Ижтреклинг» закрыли около 90 торговых точек с оборотом 10 млрд рублей, а в Татарстане сети «Эссен» и «Камилла» закрыли 140 магазинов с оборотом 14 млрд рублей.

**Ценовая дискриминация в пользу крупных сетей, снижающая конкуренцию на розничных рынках.**

1. В настоящее время **производителями устанавливается** **максимальная розничная цена на каждый вид сигарет**. Таким образом, по мнению экспертов ТПП РФ, узаконен диктат розничной цены на табачные изделия со стороны одних предпринимателей для других предпринимателей.

Предприниматели считают, что розничные цены должны устанавливаться рыночным методом. Производители, поставщики и ритейл должны делать наценку из своей экономической выгоды и разумности цен.

Предел розничной наценка составляет 5 – 7% на табачные изделия для всех розничных магазинов, поэтому некоторые магазины прекратили реализацию табачной продукции, в связи с низкой рентабельностью продаж.

1. **Пошлина за выдачу (продление) лицензии на продажу алкогольной продукции установлена как фиксированная сумма** **для одного юридического лица** (составляет 65 тысяч рублей в год). Она определяется вне зависимости от товарооборота, количества торговых точек, установленных контрольно-кассовых аппаратов или торговой площади.

**Практика ФАС России**

**Санкт-Петербург**

Санкт-Петербургское УФАС России ежегодно проводит анализ доли торговых сетей (в %) на рынке розничной торговли продовольственными товарами в Петербурге. По итогам проведения анализа было установлено, что доля самой крупной компании X5 Retail Group (Пятерочка, Перекресток, Карусель) выросла с 27,4% в 2019 году до 28,9% за 2020 год, в основном за счет «Пятерочки» и частично «Перекрестка».

В ходе анализа было установлено, что наращивание оборота торговой сети произошло без приращения площадей.

При этом Санкт-Петербургское УФАС России отмечает, что превышение торговой сетью двадцатипятипроцентной доли от объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах соответствующего административно-территориального образования само по себе не является нарушением антимонопольного законодательства и само по себе не влечет обязанности торговой сети принимать меры по ее снижению, в том числе, например, путем закрытия приобретенной или арендованной до такого повышения площади торговых объектов, расторжения договоров аренды, сокращения объема предлагаемых к реализации продовольственных товаров.

Однако, в соответствии с законодательством, теперь ритейлеры не вправе приобретать или арендовать в границах Петербурга дополнительную площадь торговых объектов. Суд может признать такие сделки недействительными

**Псковская область**

УФАС Псковской области будет добиваться запрета открытия новых магазинов «Пятёрочка» в Псковском районе. Связано это с превышением 25 процентов доли объёма всех реализованных этой торговой сетью товаров в границах  Псковского района.

С жалобами на «Агроторг» в УФАС России по Псковской области обратились председатель совета Псковского облпотребсоюза Николай Тесля, главы районов и другие заинтересованные предприниматели. Так, федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», а именно статья 14 ограничивает приобретение, аренду торговыми сетями, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами, дополнительной площади торговых объектов. В случае превышения порога доли оборота в 25 процентов торговая сеть не вправе приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов. Сделка, совершённая с нарушением этих требований, ничтожна.

**Курская область**

В Курской области УФАС запретило открывать ряд магазинов крупных торговых сетей. Речь идет не в целом о регионе, а о ряде районов, где таких супермаркетов появилось слишком много.

Курское УФАС России каждый год анализирует информацию о долях торговых сетей, действующих в Курской области, подсчитывая при этом количество магазинов. И вот по результатам очередной проверки выяснилось, что в ряде муниципальных районов региона доли двух сетей превысили «порог», после которого открытие новых магазинов в данных муниципальных образованиях им запрещено.

Доля торговой сети «Магнит» в общем объеме всех реализованных продовольственных товаров превышает 25% в следующих районах Курской области: Мантуровский, Курчатовский, Пристенский, Черемисиновский, Большесолдатский, Глушковский. Доля торговой сети «Пятерочка» в общем объеме всех реализованных продовольственных товаров превышает 25% в Дмитриевском, Железногорском, Обоянском, Курчатовском, Рыльском, Советском, Октябрьском, Горшеченском, Черемисиновском, Касторенском, Фатежском, Конышевском, Золотухинском, Хомутовском, Медвенском районах, а также в городе Льгове.

То есть во всех перечисленных муниципальных образованиях по федеральному законодательству теперь запрещено открывать новые магазины «Магнит» или «Пятерочка» соответственно.

**Рязанская область**

Рязанское управление ФАС России рассчитало доли торговых сетей в границах муниципальных образований региона. Во многих районах выявлены ритейлеры, доля продаж которых превышает 25% объёма всех реализованных товаров в денежном выражении в этих муниципальных образованиях.

Торговая сеть «Пятерочка» X5 Retail Group» имеет долю свыше 25% в Ермишинском, Кадомском, Милославском, Пронском, Путятинском, Ряжском, Сапожковском, Сараевском, Старожиловском, Чучковском, Шацком районах.

Торговая сеть АО «Дикси Юг» имеет долю свыше 25% в Пителинском и Путятинском районах.

Торговая сеть «Магнит» АО «Тандер» имеет долю свыше 25% в городах Касимов, Сасово, Скопин, а также в Александро-Невском, Ермишинском и Кадомском районах.

В соответствии с законодательством, теперь они не вправе приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов. Суд может признать такие сделки недействительными.

**Международный опыт**

В начале 2018 года правительство **Польши** приняло закон, запрещающий крупным магазинам торговать в воскресенье. Таким образом, Польша присоединилась к целому ряду европейских государств, в которых крупные магазины не работают по воскресеньям. В их число входят Дания, где ритейлеры могут работать с 6 утра понедельника до 17 часов субботы – для остального времени требуется разрешение властей. В **Великобритании и Норвегии** воскресное время работы магазинов ограничено 6 часами. **В Индии** каждый магазин должен выбрать минимум один выходной; какой именно это будет день – решает владелец.

**Франция.** С 1996 г. для открытия торгового объекта площадью свыше 300 кв. м требуется получить лицензию (которая отличается от разрешения требуемого на строительство нового объекта). Получение такой лицензии зависит от ряда критериев, в том числе от того влияния, которое окажет открытие этого магазина на уровень занятости и состояние окружающей среды. Открытие торгового объекта площадью свыше 6000 кв. м подпадает под действие специального закона.

**Германия.** При открытии торговых объектов площадью менее 700 кв. м действует упрощенная система получения разрешения. Считается, что открытие торгового объекта площадью свыше 1200 кв. м автоматически окажет негативное влияние на городскую инфраструктуру и развитие, пока не будет доказано обратное. Регулирование особенно жесткое в отношении релевантного для города ассортимента, например одежды.

**Италия.** В Италии был принят закон, в котором все торговые объекты делились на малые (площадью до 150 кв. м), средние (от 150 до 1500 кв. м) и крупные (свыше 1500 кв. м). В городах с населением свыше 10 тыс. жителей порог для средних и крупных магазинов подняли до 250 и 2500 кв. м соответственно. Для открытия малых торговых объектов более не требовалось получать специального разрешения, для открытия средних торговых объектов необходимо было обращаться, как и ранее, в городской совет, а открытие крупных торговых объектов отныне регулировалось на региональном уровне.

**Предложение по регулированию деятельности торговых сетей:**

1. Поскольку все предприятия розничной торговли, включая малый бизнес, используют онлайн кассы, утвердить методику определения доли рынка на основании данных онлайн касс, а не данных органов федеральной статистики использующих метод досчета при определении товарооборота малый бизнес.

2. Ввести оборотные штрафы за нарушение законодательства по превышению норматива присутствия торговых сетей в отдельных муниципалитетах.

3. Предусмотреть процентное распределение представителей МСП в перечне поставщиков торговых сетей (по аналогии с государственными закупками).

4. Установить рыночное ценообразование на табачную продукцию, дав возможность розничным магазинам самостоятельно определять размер наценки.

5. Ввести дифференцированный расчет суммы оплаты пошлины за выдачу (продление) лицензий на розничную продажу алкогольной продукции (в зависимости от количества касс в торговом зале или торговой площади магазинов).

**II. Проблемы развития региональных производителей и поставщиков при доминировании федеральных торговых сетей**

1. **Проблематика**

Основные сложности **с вхождением на «полку» в сетевых магазинах для малых предприятий:**

* Необходимость наличия достаточного объема товара, чтобы быть представленным сразу во всех магазинах сети (как минимум в регионе)
* Затраты на расположение на полке (за выгодное место)
* Затраты на маркетинговые мероприятия (скидки и акции)
* Затраты на вывоз продукции с истекшим сроком годности
* Высокие требования к упаковке и маркировке товаров
* Проблемы с логистикой. Доставка продукции до каждого магазина сети самостоятельно в случае, если сроки годности товара менее 10 суток (невозможность использования распределительных центров сетей и их развоза).

**Пример: г. Магнитогорск**

В регионе отмечается растущее давление федеральных торговых сетей (ФТС) на бизнес, приход крупных транснациональных компаний. Поступают жалобы от бизнеса, что с сетями невозможно договориться о взаимовыгодных условиях, Если ФТС не получает 70% дохода, то такие договоры они даже не рассматривают. Поэтому местным производителям в сеть невозможно попасть вообще.

Директор ООО «Промсервис» Тагиров Николай, производитель сельхозпродукции, Челябинская область: в 2020 год из-за того, что не мог реализовать продукцию в сети, пропало 500 тонн картофеля, 3 тысячи тонн капусты. Торговая сеть вынудила проводить маркетинговые акции за счет части наценки производителя, фактически заставляя работать в убыток.

**Практика ФАС России**

**Татарстан**

В 2019 году поступила жалоба от местного производителя – Бугульминского молочного комбината на действия торговой сети «Пятёрочка». Комиссия по рассмотрению дела пришла к выводу, что на протяжении 2017-2019 гг. ООО «Агроторг» (сеть «Пятерочка») необоснованно отклоняло коммерческое предложение ООО «Бугульминский молочный комбинат», создавая ему своими действиями препятствия для доступа на товарный рынок поставки молочной продукции на территории Республики Татарстан.

По результатам рассмотрения дела ООО «Агроторг» было признано нарушившим пункт 2 части 1 статьи 13 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», в адрес ответчика выдано предписание об устранении нарушения.

В сентябре этого года законность и обоснованность решения и предписания Татарстанского УФАС России была подтверждена арбитражным судом РТ. Пару недель назад нашу правомерность подтвердил и Одиннадцатый арбитражный апелляционный суд. Я не сомневаюсь, что наше решение будет исполнено.

**Московская область**

Торговая сеть «О'кей» в 2020 году выплатила штраф в размере 2,5 млн. рублей за навязывание невыгодных условий поставщику кондитерских изделий и за ограничение его доступа на рынок по результатам проверки управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области.

Ранее в отношении ритейлера было возбуждено дело о нарушении антимонопольного законодательства в части установления поставщику требований о пересмотре ранее согласованных цен на поставляемые товары в сторону уменьшения под угрозой прекращения договорных отношений между сторонами в случае непринятия предложения об уменьшении цены.

**Краснодарский край**

Десятый арбитражный апелляционный суд подтвердил, что штраф, наложенный Краснодарским УФАС на ООО «АШАН» в 2 млн рублей за уклонение от заключения договора на поставку товара, законный.

«Ашан» нарушил Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», за что на него наложили штраф. Ритейлер уклонялся от заключения договора с ООО «Тихорецкий пивоваренный завод», не направив пивзаводу оферту на поставку товара.

Как уже сообщалось, тихорецкий пивзавод и торговая сеть заключили договор поставки товара, а «Ашан» заблокировал возможность заказа продукции кубанского поставщика.

По закону о торговле, сеть имеет особый статус, экономически обоснование отказа от заключения договора должно быть обязательным.

«Довод компании «Ашан» о нецелесообразности приобретения продукции ООО «Тихорецкий пивоваренный завод» ввиду высокой стоимости предлагаемого товара не был принят комиссией Краснодарского УФАС России в качестве экономического обоснования в силу того, что основная прибыль торговой сети формируется из торговой надбавки.

В данном случае на экономическую нецелесообразность приобретения товара указывает отсутствие потребительского спроса. Так, «Ашан» признан нарушителем п. 2 ч.1 ст. 13 закона о торговле, поскольку уклонился от заключения договора, не направив поставщику пива оферты о поставе товара.

Позднее «Ашан» обратился в Арбитражный суд Московской области, требуя признать незаконным постановления Краснодарского УФАС, судом в удовлетворении заявленных требований было отказано.

**Свердловская область**

Постановлением Свердловского УФАС России АО «Тандер» (сеть «Магнит») признано нарушившим ч. 7 ст. 14.42 КоАП, что выразилось в возмещении расходов, не связанных с исполнением договора поставки, путем включения в него условий о возмещении поставщиком всех штрафных санкций и убытков, связанных с наложением государственными органами административных взысканий на покупателя, в результате поставки товара, несоответствующего требованиям законодательства.

Пунктом 4 части 13 статьи 9 Закона о торговле установлено, что хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети, запрещается: возмещение расходов, не связанных с исполнением договора поставки продовольственных товаров и последующей продажей конкретной партии таких товаров.

Также Гражданским кодексом РФ установлено, что обязанность принять товар лежит на покупателе, который, в свою очередь, должен проверить количество и качество принятых товаров в порядке, установленном законом, иными правовыми актами, договором или обычаями делового оборота.

Вместе с тем, установив в договоре поставки условие о необходимости возмещения поставщиком штрафных санкций и убытков, АО «Тандер», получив постановление Управления Роспотребнадзора по Свердловской области за наличие продукции ненадлежащего качества, направило претензию в адрес поставщика, продукция которого была признана ненадлежащей.

Поставщик оплатил АО «Тандер» указанную в претензии сумму денежных средств, при этом, на 11.05.2018 штраф по вынесенному Управлением Роспотребнадзора по Свердловской области постановлению АО «Тандер» в добровольном порядке не уплачен.

Постановлением Свердловского УФАС России АО «Тандер» назначено административное наказание в виде административного штрафа в размере 1 000 000 руб.

Не согласившись с вынесенным постановлением, АО «Тандер» обратилось в Арбитражный суд Краснодарского края, который своим решением по делу № А32-42419/2018 признал незаконным и отменил постановление Свердловского УФАС России.

Постановлением Пятнадцатого арбитражного апелляционного суда решение Арбитражного суда Краснодарского края отменено, так как апелляционный суд пришел к выводу о наличии в действиях (бездействии) АО «Тандер» события предусмотренного ч. 7 ст. 14.42 КоАП административного правонарушения, а также об отсутствии оснований для признания правонарушения малозначительным, указав, что размер наложенного штрафа соответствует характеру совершенного правонарушения и соразмерен его тяжести.

  Штраф в размере 1 млн. руб. уплачен АО «Тандер» в полном объеме.

**Международный опыт**

Западными странами накоплен немалый опыт вмешательства государства в ценообразование торговых предприятий. Как правило, он связан с установлением запретов на продажу товаров по цене ниже определенного уровня. Так, в 2000 г. в Германии Федеральное ведомство по надзору за деятельностью картелей (Federal Cartel Office) предписало трем крупнейшем сетям Wal-Mart, Aldi и Lidl реализовывать основные продукты питания (например, молоко и масло) по ценам не ниже себестоимости, поскольку подобная практика наносила вред конкуренции и могла привести к вытеснению мелких игроков с рынка.

Существует несколько способов определения минимального уровня цены, т.е. уровня, ниже которого не разрешается опускать розничную цену. Ее нельзя опускать: ниже закупочной цены; ниже закупочной цены, плюс фиксированный процент (6 или 10%); ниже закупочной цены плюс совокупные издержки бизнеса.