

Сказ о том, как ФАС России пытается наладить взаимоотношения автодистрибьюторов и дилеров

29.02.2012

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

29 февраля директор по развитию бизнеса юридического журнала «Legal Insight» Юлия Голикова приняла участие в совещании ФАС России с дистрибьюторами и дилерами легковых автомобилей. Роль основного докладчика взял на себя руководитель ФАС России Игорь Юрьевич Артемьев.

Со стороны центрального антимонопольного органа также присутствовали Начальник Управления контроля промышленности и оборонного комплекса ФАС России Максим Александрович Овчинников и Начальник Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС России Тимофей Витальевич Нижегородцев.

Основную часть аудитории составили представители крупных производителей-дистрибьюторов и дилеров легковых автомобилей, ведущих свою деятельность в России, в числе которых, например, был генеральный директор официального дилера концерна RENAULT в России — «РТДС», президент ассоциации «Российские автомобильные дороги» Андрей Андреевич Петренко. Участие в совещании принял также генеральный директор Ассоциации европейского бизнеса др. Франк Шауфф. Среди представителей юридического сообщества были замечены партнер юридической группы «Яковлев и партнеры» Игорь Дубов и руководитель антимонопольной практики юридической группы «Яковлев и партнеры» Екатерина Леоненкова.

С инициативой по проведению такого совещания ФАС России выступила 27 февраля.

Причиной тому стали итоги проведенного ФАС России исследования сложившихся на российском рынке отношений между дистрибьюторами легковых автомобилей и дилерскими, а также сервисными центрами. При этом данное исследование было проведено в связи с поступившими в антимонопольные органы многочисленными заявлениями о соответствии антимонопольному законодательству реализуемых дистрибьюторами практик организации продаж автомобилей и их сервисного обслуживания, а также продаж запасных частей и комплектующих в России.

В результате исследования ФАС России удалось установить некоторые обстоятельства, которые свидетельствуют об ограничении возможностей одних независимых участников рынка продаж и/или сервисного обслуживания автомобилей в сравнение с другими, более крупными, авторизованными дилерскими и сервисными центрами.

В рамках совещания представители антимонопольной службы планировали обсудить актуальные вопросы организации торговых сетей от производителей автомобилей через дилеров до конечного потребителя, их открытости и прозрачности на благо всех участников рынка и конечного потребителя.

Руководитель ФАС России Игорь Юрьевич Артемьев провозгласил главными принципами построения взаимоотношений между производителями-дистрибьюторами и дилерами «открытость», «прозрачность» и «недискриминационность» договоров и, соответственно, торговых политик участников рынка. Он также перечислил целый ряд проблемных моментов, которые ограничивают конкуренцию участников на рынке продаж и сервисного обслуживания легковых автомобилей.

К числу нежелательных и не соответствующих условиям здоровой конкурентной среды, действий дистрибьюторов, по мнению Игоря Юрьевича Артемьева, относятся следующие:

1. Требования дистрибьюторов к своим партнерам совмещать функции продажи автомобилей и их сервисного обслуживания. В условиях такого требования, чтобы получить

статус авторизованного сервисного центра и осуществлять гарантийное обслуживание, партнерам приходится осуществлять значительные инвестиции в строительство дилерских центров. И подобная практика, особенно в регионах, влечет за собой дефицит на рынке сервисного обслуживания, что ухудшает качество услуг и увеличивает их стоимость для потребителей.

2. Дистрибьюторы не устанавливают четких и прозрачных требований и правил по отбору своих контрагентов (дилеров), искусственно ограничивают срок действия дилерских соглашений, и, используя это, необоснованно расторгают, отказывают от заключения или пролонгации дилерских соглашений, односторонне расторгают договоры поставки запасных частей авторизованным дилерам.

3. Дистрибьюторы создают дискриминационные условия определенным дилерам внутри одной дилерской сети при поставке новых автомобилей и запасных частей к ним (недопоставка автомобилей; установление разных условий поставки, в том числе по комплектации автомобилей и режимам поставки; требование дополнительных инвестиций в оборудование, помещения; установление разных условий оплаты).

4. Дистрибьюторы ограничивают авторизованные дилерские и сервисные центры в выборе поставщиков оборудования и материалов, необходимых для укомплектования дилерских центров и центров сервисного обслуживания, что, в конечном счете, приводит к удорожанию такого оборудования и материалов.

5. Дистрибьюторы запрещают авторизованным сервисным центрам осуществлять ремонт автомобилей конкурирующих марок, что приводит к ограничению конкуренции на рынках сервисного обслуживания.

6. Дистрибьюторы также необоснованно отказывают в заключении договора поставки оригинальных запасных частей и аксессуаров к автомобилям независимым сервисным центрам, что, в конечном счете, приводит к удорожанию таких запасных частей и

аксессуаров.

7. Дистрибьюторы поставляют специальное оборудование для технического обслуживания, диагностики автомобилей только авторизованным сервисным центрам.

8. Дистрибьюторы устанавливают дилеру цены розничной перепродажи оригинальных запасных частей и аксессуаров.

Со стороны ФАС России прозвучало предложение совершенствовать торговые политики дистрибьюторов в отношении дилеров и, соответственно, конечного потребителя в целях поддержания конкуренции на рынке путем использования целого механизма средств. Среди таких предложенных мер, например:

1. Разделение продажи и сервисного обслуживания автомобилей. Возможность получения статуса официального дилера по продажам, по сервисному обслуживанию или универсального официального дилера.

2. Установление четких требований, процедур, сроков при отборе контрагентов (для получения статуса официального дилера), исключающих возможность координации деятельности независимых участников рынка.

3. Введение процедуры аккредитации сервисных центров и предоставления им права осуществлять техническое обслуживание автомобилей, находящихся на гарантии.

4. Обеспечение доступа независимым автосервисам:

— к техническим регламентам, устанавливающим порядки, сроки, нормы при осуществлении технического обслуживания автомобилей, в том числе находящихся на гарантии;

— к приобретению запасных частей, программного обеспечения и оборудования для технического обслуживания автомобилей конкретных марок хозяйствующим субъектам, не

являющимся официальными дилерами.

В ходе дискуссии Игорь Юрьевич Артемьев особенно отметил необходимость обязательного раскрытия принципов торговых политик компаний – производителей и дистрибьюторов на своих официальных сайтах в открытом доступе для всех потенциальных и действительных контрагентов, будь то авторизованные или независимые дилерские структуры.

Отдельное внимание участники совещания уделили раскрытию понятий «репутационные критерии» и «репутационные характеристики». По мнению руководителя ФАС России, антимонопольная служба не может навязывать дистрибьюторам свое понимание «репутационных характеристик» дилеров и сервисных центров, в случае отсутствия которых компании-дистрибьюторы вправе отказывать потенциальным контрагентам в заключении договоров. «Главное, чтобы компания-дистрибьютор в случае отказа от заключения договора, специально указала на причину отказа – репутационные характеристики», — заметил глава ФАС. «А, в свою очередь, лицо, которому отказали в заключении договора, может оспаривать этот отказ в суд. И уже суд будет решать, правомерен такой отказ или нет», — продолжил он.

Со своей стороны, руководитель ФАС России отметил, что вместе с главами управлений ФАС в составе Экспертного совета, созданного специального при ФАС России для целей поддержания и развития конкуренции в сфере реализации и сервисного обслуживания легковых автомобилей, разработает проектный вариант типового договора, который в дальнейшем может быть использован дистрибьюторами. А упомянутый выше Экспертный совет, по словам Игоря Юрьевича Артемьева, будет проводить еженедельные заседания с участием представителей дистрибьюторов и дилеров легковых автомобилей, чтобы суметь в течение следующего месяца разработать основные принципы торговых политик в сфере реализации и сервисного обслуживания легковых автомобилей. Планируется, что по итогам разработки таких принципов участники рынка не будут путаться в критериях оценки контрагентов и будут четко понимать, в какой момент реализация торговой политики начинает негативным образом сказываться на иных участниках рынка.

В ходе обсуждений представители крупных дистрибьюторов и дилеров высказали свои опасения относительно небольшого месячного срока, в течение которого антимонопольный орган планирует разрешить многолетние вопросы взаимоотношений дистрибьюторов, дилеров и сервисных центров. Им показался данный временной отрезок недостаточным для существенных перемен. Также у участников совещания некоторые сомнения вызвала позиция ФАС в отношении разделения продажи и сервисного обслуживания автомобилей, поскольку такое разделение может негативным образом сказаться, прежде всего, на качестве услуг сервисного обслуживания.

В завершение дискуссии руководителя ФАС России поддержал генеральный директор Ассоциации европейского бизнеса др. Франк Шауфф, который напомнил участникам совещания главную цель обсуждения и разработки позиции ФАС в отношении торговых политик дистрибьюторов – защитить российского потребителя, который вправе получать такое же обслуживание и товар такого же качества, как и зарубежный потребитель.

Дополнительно глава ФАС России заметил, что антимонопольная служба одинаковым образом защищает интересы дилеров и дистрибьюторов, а мнение о том, что интересы

производителей не защищены, неправильно.

Не вызывает сомнений, что дискуссия, начало которой было положено 29 февраля в здании центрального аппарата ФАС, получит свое продолжение в локальных обсуждениях среди представителей автопроизводителей, дистрибьюторов, дилеров, рынка сервисного обслуживания и юристов-экспертов.

НОВОСТИ КОМПАНИЙ