Обзор Юридического форума-2012, организованного газетой The Moscow Times. Часть 1

02.04.2012 НОВОСТИ КОМПАНИЙ

15 марта 2012 года в Москве прошел Юридический форум — 2012, организатором которого выступила газета The Moscow Times.

В целом данное мероприятие было призвано отразить основные тренды в развитии законодательства и правоприменительной практики в 2011-2012 году. Тем не менее, все-таки центральными темами форума стали последние изменения в антимонопольном законодательстве, введение новых правил для регулирования трансфертного ценообразования, а также знаковые моменты судебной практики в налоговой и корпоративной сфере.

Часть первая: «Третий антимонопольный пакет» глазами ФАС России, российских и иностранных транснациональных компаний и юридических консультантов.

[sws_blue_box box_size=»580″]«Третьим антимонопольным пакетом» принято называть два основных федеральных закона:

- Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите конкуренции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 6 декабря 11 года № 401-ФЗ, вступивший в силу 6 января 2012 года;
- Федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных нарушениях» от 6 декабря 2011 года № 404-ФЗ, вступивший в силу 7

января 2012 года.

[/sws_blue_box]
В рамках обсуждения данной темы докладчики коснулись нескольких принципиальных аспектов:

1. Введение предупредительных процедур.

2. Совершенствование административно-процессуального законодательства, введение в законодательство новой системы штрафов.

3. Развитие законодательства о преследовании за картельный сговор.

4. Видоизменение положений об экономической концентрации и его влияние на выстраивание дистрибьюторских сетей. В данном вопросе отдельное внимание было уделено правоприменительной практике в отношении определения границ товарного рынка.

Обратимся к рассмотрению указанных вопросов.

1. Введение предупредительных процедур.

[sws_yellow_box box_size=»580″]**Контекст**: Федеральным законом от 6 декабря 2011 года № 401-ФЗ были введены процедуры предварительного контроля в форме предупреждения (ст. 39.1. Федерального закона «О защите конкуренции» (в редакции от 6 декабря 2011 года) и предостережения о недопустимости нарушения антимонопольной деятельности (ст. 25.7 Федерального закона «О защите конкуренции» (в редакции от 6 декабря 2011 года). Данной теме уделяется особое внимание при обсуждении «Третьего антимонопольного пакета» как в прессе, так и в рамках различных конференций. Поэтому не случайно, что и на данной конференции в трех из пяти докладов, посвященных антимонопольной теме, уделялось ей особое внимание. [/sws_yellow_box]

В своем выступлении, посвященном основным нововведениям «Третьего антимонопольного пакета», **С.Пузыревский, начальник правового управления ФАС России** отдельно обозначил, что введение института предупреждения стало следствием появления в России, начиная с 2007 года, достаточно жестких административных штрафов за нарушения в сфере конкуренции, серьезность размеров которых заставила компании задуматься о необходимости соблюдения антимонопольного законодательства. С другой стороны, жестокие штрафы заставили и антимонопольные органы искать компромисс с хозяйствующими субъектами, так как нет задачи уничтожить компании губительными штрафами, а есть задача – соблюдение антимонопольного законодательства. Таким компромиссом выступили институты предупреждения и предостережения.

В этой связи интересно мнение по данному вопросу А.Рего, представителя российской транснациональной компании МТС, для которой данный институт, вероятно, имеет особое значение. По его мнению, одной из причин введения института предупреждения явилось то, что антимонопольное законодательство содержит в силу своей природы ряд понятий, которые имеют оценочную природу и хозяйствующий субъект не всегда понимает, подпадает ли его сиюминутная деятельность под ограничения антимонопольного закона. Так, например, зачастую сложно определить границы товарного рынка и факт доминирования на конкретном рынке. С другой стороны, наличие высоких санкций подталкивает к необходимости учитывать эти ограничения. Также А. Рего обратил внимание, что в ряде стран СНГ подобные превентивные меры также применяются. В частности был приведен пример института рекомендаций, установленного Законом Украины «О защите экономической конкуренции», и института предупреждений, установленного Инструкцией о принятии мер, направленных на устранение нарушений антимонопольного законодательства, утв. Постановлением Министерства экономики Республики Беларусь от 17 апреля 2006 года № 60.

Разграничению понятий института предупреждения и института предостережения в новом антимонопольном законе было уделено внимание в докладе **юриста юридической фирмы Salans Игоря Кокина**

. Предостережение, по его мнению, применяется тогда, когда нарушение как таковое еще не состоялось, но существует опасность его появления. Основанием для направления предостережения является публичное заявление должностного лица хозяйствующего субъекта о планируемом поведении на товарном рынке, если такое поведение может привести к нарушению антимонопольного законодательства и при этом отсутствуют основания для возбуждения и рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства.

Предупреждение – институт, применяемый к специальному субъекту – лицу, которое занимает доминирующее положение, в условиях, когда имеет место правонарушение, указанное в пп. 3 и 5 ч. 1 ст. 10 Федерального закона «О защите конкуренции». Данный инструмент используется только применительно к двум составам правонарушений, связанных с злоупотреблениями доминирующим положением, но они наиболее часто и встречаются: (а) навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора; (б) экономически или технологически не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара.

Предупреждение должно содержать: (а) выводы о наличии оснований для направления предупреждения, (б) указание нарушенных норм закона, (в) действия которые необходимо совершить для прекращения нарушения и устранения способствовавших причин и условий, а также последствий правонарушения, (г) срок выполнения (не менее 10 дней).

При неисполнении условий предупреждения в установленный в нем срок, антимонопольный орган возбуждает и рассматривает дело об административном правонарушении и применяет по итогам санкции. В течение срока, указанного в тексте предупреждения, санкция антимонопольным органом наложена быть не может.

Отдельное внимание на форуме было уделено вопросу возможности расширения применения *института предупреждения на другие составы правонарушений законодательства о защите конкуренции*

.

Многие докладчики отмечали, что нарушение запретов, установленных пп. 3) и 5) ч. 1 ст. 10 Федерального закона «О защите конкуренции», встречаются достаточно часто, поэтому именно в отношении них было специально введено регулирование. Вопрос о том, нужно ли расширение института предупреждения на другие виды правонарушений, интересовал многих участников конференции. В частности, **А.Рего из МТС** отметил, что так как сфер с оценочными понятиями в антимонопольной сфере много (определение границ рынка, монопольно высокой или низкой цены), расширение применения института предупреждения должно, в конечном счете, произойти, потому что в итоге именно предупредить и исключить правонарушения в таких сферах нацелен этот институт. Но при этом докладчик отметил, что для МТС важно, чтобы расширение подобного регулирования происходило максимально унифицировано с другими юрисдикциями, в которых компания ведет бизнес, что приводило бы для транснациональной компании к более гармоничному его восприятию. **Представитель ФАС России С.Пузыревский** в своем докладе также отметил, что от юридической общественности уже прозвучало в адрес ФАС России предложение о расширении института предупреждения на случаи коллективного доминирования, когда компания, имея незначительную долю (с 8 %), становится менее защищенной, чем крупный монополист, который реально оценивает свои объемы товарного рынка. Участник коллективного доминирования может зачастую и не осознавать своего положения (доли на рынке и т.п.). Соответственно, чтобы его предостерегать от нарушений, на данную категорию хозяйствующих субъектов вероятно следует распространить институт предупреждения. Это вопрос для обсуждения, добавил докладчик.

2. Совершенствование административно-процессуального законодательства, введение в законодательство новой системы штрафов.

С. Пузыревский обратил внимание на то, что в «Третьем антимонопольном пакете» законодатель постарался повысить стандарты административного производства по фактам нарушения антимонопольного законодательства. Причиной тому явилось, в том числе,

опять же серьезное оружие в виде штрафов, что заставило повысить собственное внимание (и законодателя, и правоприменителя) к этой сфере. Здесь С. Пузыревский обратил внимание на несколько аспектов:

1. Установление обязательного требования к анализу товарных рынков по отношению к тем компаниям, которые занимают доминирующее положение. Теперь антимонопольный орган, если возбуждает дело по факту нарушения ст. 10 Федерального закона «О защите конкуренции», должен иметь анализ рынка, на котором компания имеет доминирующее положение.

2. В случае если антимонопольный орган возбудил дело по одной статье, а потом в ходе рассмотрения переквалифицировал ее на другую, в законе установлено, что антимонопольный орган обязан отложить рассмотрение дела (примечание L.i. – пп.4) п. 1 ст. 47 Федерального закона «О защите конкуренции»). Это означает, что как минимум в этот день решение в отношении данной организации принято не будет, и компания получит возможность представить документы и аргументы, которые бы свидетельствовали о том, что правонарушения нет. Это тоже важный процессуальный элемент, который должен повысить качество правоприменительного процесса в антимонопольной сфере.

3. Резолютивная часть решения комиссии, по аналогии с судебным, оглашается в день принятия и подписывается всеми членами комиссии, с ней можно ознакомиться. Если в итоговом тексте решения появляется что-то другое, то это уже является основанием для оспаривания такого решения.

Применительно к «Третьему антимонопольному пакету» особенное внимание было уделено вопросу реформирования КоАП РФ. **С. Пузыревский** отметил, что данная мера была неизбежной, так как базово КоАП РФ был ориентирован на применение к правонарушениям, совершаемым физическими лицами. Потребности антимонопольного регулирования включают же в себя необходимость закрепления системы: (а) оборотных штрафов, (б)

развернутой системы отягчающих и смягчающих обстоятельств, чего ранее в КоАП РФ не было.

С 2009 по 2011 годы была выстроена работа по наложению оборотных штрафов антимонопольным органом в размере от 1 до 15 % от оборота. Порядок исчисления и наложения штрафа регулировался на уровне Методических рекомендаций ФАС России.

[sws_blue_box box_size=»580″]Имеется ввиду Письмо ФАС РФ от 08.07.2010 N ИА/21482 «О применении методических рекомендаций по расчету оборотного штрафа» (вместе с «Методическими рекомендации по расчету величины штрафа, налагаемого на юридических лиц за совершение административных правонарушений, предусмотренных статьями 14.31 и 14.32 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях), и ранее действующее Письмо ФАС РФ от 11.12.2009 N ИА/44519 «О применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» (вместе с «Методическими рекомендациями по расчету величины штрафа, налагаемого на юридических лиц за совершение административных правонарушений, предусмотренных статьями 14.31 и 14.32 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях»). [/sws_blue_box] «Третий антимонопольный пакет» ввел методику расчета штрафов со шкалой отягчающих и смягчающих обстоятельств напрямую в КоАП РФ, и это, безусловно, позитивный результат. Введено 8 отягчающих и 9 смягчающих обстоятельств, причем четко сформулирована система расчета административного штрафа, соответственно в суде будет для юриста важно доказать то, что то или иное обстоятельство имело место быть. Обоснование каждого основания становится крайне важным в свете того, что размер штрафа рассчитывается исходя из выручки, полученной по сделке, и отклонение на 0,1 % в абсолютном выражении может составлять значительную сумму. Штраф рассчитывается следующим образом, пояснил представитель ФАС России: если нет смягчающих и отягчающих обстоятельств, то размер штрафа составит среднее между максимальной и минимальной ставкой; далее расчет идет исходя из числа смягчающих или отягчающих обстоятельств, прибавлением или вычитанием по 1/8 от указанной суммы (штраф соответственно уменьшается или

увеличивается), и количество таких обстоятельств может вести сумму штрафа либо вверх к 15% от оборота, либо к 1 %. Каждое из этих обстоятельств – это самостоятельный предмет доказывания в суде, что само по себе хорошо, в том числе для развития юридической мысли.

Одновременно с этим фактически произошло ужесточение ответственности. **С.Пузыревский** в частности отметил, что средний штраф на сегодняшний день составляет 8 %, а до принятия «Третьего антимонопольного пакета» он составлял около 4,5%, если не имело место серьезных смягчающих и отягчающих обстоятельств. *Поэтому на практике, с учетом положений ст. 1.7 КоАП РФ, антимонопольные органы рассчитывают штраф по двум методикам (ранее установленной в Методических указаниях и действующей сейчас в КоАП РФ) и применяется в текущий момент наименьшая для того, чтобы не усилить наказание тем лицам, которые совершили правонарушение до вступления в силу «третьего антимонопольного пакета». Если правонарушение совершено после, то действует уже новая методика*.

Новая система штрафных санкций в первую очередь коснется антиконкурентных соглашений и картелей. Существует определенная надежда, указал представитель ФАС России, что дела о злоупотреблении доминирующим положением в количественном отношении сократятся, в том числе благодаря институту предупреждения. Кроме того, для злоупотреблений доминирующим положением был введен еще один элемент, который призван более корректно урегулировать применение санкций в данной сфере. Так, ст. 14.31. КоАП РФ, посвященная санкциям за злоупотребление доминирующим положением, была разбита на две части: первая часть посвящена случаям, когда в действиях хозяйствующего субъекта нет ограничения, устранения, ущемления конкуренции, а просто ущемлены интересы отдельных хозяйствующих субъектов. Соответственно здесь для юридических лиц вводятся штрафы более мягкие — от 300 тыс. рублей до 1 млн. рублей. А если указанные нарушения касаются смежных рынков (часть вторая ст. 14.31 КоАП РФ), когда в действиях хозяйствующего субъекта имеет место ограничение конкуренции, тогда действуют именно оборотные санкции. Стоит отметить, что в отношении субъектов естественных монополий

такое правило не действует, и к ним всегда применяются именно оборотные штрафы во всех указанных случаях.

3. Развитие законодательства о преследовании за картельный сговор.

Существенные изменения «Третьим антимонопольным пакетом» были внесены в регулирование антиконкурентных соглашений и антиконкурентных согласованных действий. **С.Пузыревский** указал здесь, что основной задачей было существенное, но основательно позитивно проработанное сокращение в регулировании данной сферы.

Институт согласованных действий был вынесен за рамки ст. 11 Федерального закона «О защите конкуренции» и выделен в отдельную ст. 11.1 указанного закона. ФАС России ставит перед собой основной задачей борьбу с картелями, и «Третий антимонопольный пакет» полностью здесь сориентирован на то, чтобы антимонопольная служба сконцентрировалась на данной сфере нарушений.

[sws_blue_box box_size=»580″]Под картелями в общем случае понимаются гласные и негласные соглашения предприятий о ценах, рынках сбыта, объемах производства и сбыта, обмене патентами и т.д., существование которых существенно влияет на конкуренцию на товарном рынке). [/sws_blue_box]
Проверки ФАС России и его территориальных органов, по словам С.Пузыревского, показывают, что большинство компаний ведут бизнес согласованно со своими конкурентами (определяют круг поставок, исходя из того насколько это выгодно или нет по итогам обсуждения с конкурентами). Как следствие в третьем антимонопольном пакете появилась отдельная статья о картелях.

В соответствии со ст.11.1 Федерального закона «О защите конкуренции» в действующей редакции выделяет пять случаев, которые следует относить к картелям: (а) соглашения о ценах, (б) соглашение о ценах на торгах, (в) соглашение о разделе товарного рынка, (г) сокращение производства товаров в целях повышения цены, (д) отказ от приобретения

товара определенным покупателем. Эти соглашения являются картелем и уголовно наказуемым действием. В этом отношении все другие соглашения выпали из новой редакции ст. 178 УК РФ. Всеми участниками конкуренции отмечалось, что выявить картель достаточно сложно и многие нарушения могут быть вскрыты только с помощью оперативно-розыскных мероприятий. Антимонопольной службе право осуществлять данные виды деятельности не предоставлено, однако, заметил представитель антимонопольной службы, на практике взаимодействие с органами внутренних дел все равно складывается и имеет место быть, и на сегодняшний день возбуждено порядка 7 (семи) достаточно крупных уголовных дел по ст. 178 УК РФ, все они касаются (практически) национальных картелей. Дойдут ли они до суда и будут ли иметь перспективу, покажет время – резюмировал **С.Пузыревский**.

4. Видоизменение положений об экономической концентрации и его влияние на выстраивание дистрибьюторских сетей. В данном вопросе отдельное внимание было уделено правоприменительной практике в отношении определения границ товарного рынка, на котором осуществляют свою деятельность хозяйствующие субъекты.

Вопросам изменения в регулировании понятия «координация» экономической деятельности и влиянию данных изменений на выстраивание дистрибьюторских сетей был посвящен доклад Марата Мурадов, партнера, главы российской антимонопольной практики Salans.

При выстраивании дилерской сети, было отмечено докладчиком, компания должна определиться, как сформировать правоотношения между участниками. При этом, при оформлении отношений между участниками сетей важно учитывать следующие риски: (а) риск применения в отношении производителя или дистрибьютора состава под названием «координация» экономической деятельности; (б) риск признания производителя или дистрибьютора занимающим доминирующее положение.

«Третий антимонопольный пакет» существенным образом *коснулся понятия «координация» экономической деятельности*. Ранее сюда попадала практически любая деятельность, связанная с формированием цепочки дистрибьюторских или дилерских отношений на рынке. «Третьим антимонопольным пакетом» было четко определено, что координатор только тогда может считаться координатором, когда он не действует на том рынке, на котором действуют координируемые лица. Поэтому производители и дистрибьюторы, которые, например, действуют на оптовом рынке, не будут считаться координаторами, если они продают свои товары соответственно – с производственной цепочки на оптовую, с оптовой – на розничную. Здесь надо учитывать такой нюанс, было отмечено докладчиком, что многие производители имеют так называемые флагманские магазины, и в этом случае взаимоотношения с ними не будут считаться координацией в свете «Третьего антимонопольного пакета». Если в рамках «Второго антимонопольного пакета» координация считалась незаконной, когда она приводила к определенным последствиям – вертикальным запретам, горизонтальным запретам и общим запретам, в рамках «Третьего антимонопольного пакета» было установлено, что теперь, когда координация приводит к нарушению такого аморфного нарушения как общий запрет, который запрещает все что нарушает конкуренцию, теперь не является незаконной координацией. Поэтому, если сейчас хозяйствующий субъект осуществляет некие единоличные действия и это не подпадает под понятие горизонтального или вертикального запрета, но подпадает под общий запрет – такое поведение теперь координацией не признается, что является хорошей новостью для дистрибьюторских сетей.

Еще одна существенная новелла «Третьего антимонопольного пакета» в том, что теперь действия по вертикальному соглашению не могут рассматриваться как координация. Если разобраться с тем, что такое вертикальное соглашение, то в законе оно определено как соглашение, по которому один субъект продает товар, а другой его покупает, при этом предметом вертикального соглашения является передача конкретного товара. Участники вертикального соглашения не обязательно должны не находиться в состоянии конкуренции в целом, но они не должны находиться в состоянии конкуренции с точки зрения предмета

регулирования данного конкретного соглашения. Соответственно, обратил внимание докладчик, – нужно посмотреть, когда законодатель говорит, что договоренности по вертикальному соглашению сейчас не могут рассматриваться как разновидность координации, что именно он имеет ввиду. По мнению выступающего, имеется ввиду именно договоренность о поставке конкретного товара. Если, например, компании за пределами вертикального соглашения находятся в состоянии конкуренции на каком-то рынке и просто потому, что они вольно поняли посыл законодателя и в свое вертикальное соглашение включили условие, которое относится к рынку, на котором они конкурируют, то это уже будет составлять нарушение антимонопольного законодательства.

Иной существенный риск, который нужно учитывать при выстраивании дистрибьюторской сети, — это риск квалификации злоупотребления доминирующим положением. Важно понять, на каком рынке может быть признано, что участники правоотношений занимают доминирующее положение. Наиболее сложным вопросом, который сейчас возникает в применении закона, является определение того, является ли единственный импортер какого-либо товара на российский рынок автоматически занимающим доминирующее положение. Отдельные представители ФАС России, по мнению докладчика, придерживаются позиции, что аффилированное лицо производителя, присутствующее на российском рынке, если оно является единственным импортером, является по этой причине занимающим доминирующее положение. По мнению М.Мурадова, доминирующее положение в первую очередь определяется через выявление возможности для потребителя найти заменитель товара. Поэтому, если на определенном рынке (например, автомобилей) существует много конкурентов в рамках данной категории (класса), то рассматриваемый поставщик не может рассматриваться в качестве занимающего доминирующее положение. Убеждение ФАС России в справедливости данного подхода сейчас активно осуществляется российской юридической общественностью. Но существуют и другие рынки: рынок запчастей, ремонтов, сервисного обслуживания поставленного оборудования, — по поводу оценки этого, рынка, скорее всего, по мнению докладчика, с позицией антимонопольного органа в определении основных импортеров данных товаров и услуг в Россию как лиц, занимающих

доминирующее положение на рынке, спорить будет сложнее.

Проблемы в определении доминирующего положения хозяйствующих субъектов и особое регулирование их деятельности в разных аспектах освещались в докладах и С.Пузыревского, и М.Мурадова и А.Рего. Основным мнением явилось утверждение, что определение границ товарного рынка, на котором действует тот или иной хозяйствующий субъект, для целей выявления его доминирующего положения остается одним из ключевых моментов антимонопольного регулирования. В этой связи интересны были отдельные моменты правоприменительной практики, проанализированные в докладе **Т. Кулябиной, директора юридического департамента Санофи Авентис**.

Докладчик коснулся вопроса практики антимонопольного органа и судебной практики по установлению продуктовых границ рынка и определению доминирующего положения хозяйствующего субъекта на рынке. Антимонопольный орган руководствуется Порядком, который введен приказом Федеральной антимонопольной службы России от 28 апреля 2010 года № 220, согласно которому необходимо установить временной интервал исследования рынка и дальше уже анализировать и определять продуктовые, географические и иные границы рынка.

[sws_blue_box box_size=»580″]В соответствии с новой редакций п. 9 ст. 5 Федерального закона «О защите конкуренции», наименьший временной интервал анализа состояния конкуренции в целях установления доминирующего положения хозяйствующего субъекта должен составлять один год или срок существования товарного рынка, если он составляет менее одного года. [/sws_blue_box]
Продуктовые границы рынка – один из наиболее сложных моментов — их сложно определить. Для демонстрации данного тезиса были приведены *«Дело ЗАО «Рош-Москва» и «F.Hoffman-La Roche Ltd» (Швейцария) vs ФАС России и «Дело ОАО «Вимм-Билль-Данн» vs УФАС по Новосибирской области*.

В первом случае (*дело сейчас на рассмотрении в надзорной инстанции, выводы приводились на основании Постановления ФАС МО от 17 ноября 2011 года по Делу № А40-148953/10-144-1019 — примечание l.i.*

) для целей определения доминирующего положения проводилось исследование в отношении препарата «Тамифлю». Антимонопольный орган обращался в органы Минздрава России по вопросу определения границ рынка данного препарата, по итогам экспертной оценки был получен ответ, что в основе «Тамифлю» лежит уникальная формула, и импортер данного препарата является монополистом. По большому счету анализа рынка как такового не происходило, в частности в деле не был произведен анализ взаимозаменяемости данного препарата.

При определении продуктовых границ рынка антимонопольный орган проходит три этапа: (1) этап предварительного определения границ, (2) этап, на котором определяются основные свойства продукта, которыми руководствуется потребитель, когда его приобретает, (3) установление взаимозаменяемости для потребителя или установление, что таких продуктов просто нет.

Несмотря на то, что суд в кассационной инстанции занял позицию ФАС России, вызывает вопросы, по мнению докладчика, именно момент, связанный с взаимозаменяемостью анализируемого препарата. В данном деле исследование рынка свело его границы до уровня одного лекарства, которое, по всей видимости, по мнению докладчика, все же может быть заменено другим препаратом с точки зрения своего терапевтического эффекта.

Второе дело (*Определение ВАС РФ от 16.02.2012 № 15690/11 – L.i.*) касалось практики определения продуктовых границ рынка оптовых поставок. В данном деле ОАО «Вимм-Билль-Данн» было признано антимонопольным органом, занимающим доминирующее положение на рынке молочного продукта в 2,5 % жирности. Данная компания оспаривала в суде внесение ее в реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение. Дело демонстрирует, как может быть рынок искусственно сужен. По мнению докладчика, спорным является вопрос оправданности такого сужения, так как здесь важно определить именно критерий взаимозаменяемости. Если потребитель считает, что товары являются для него взаимозаменяемыми, такие товары должны признаваться играющими на одном рынке (то же касается и лекарств). Если такой возможности заменить нет, тогда мы

говорим о доминирующем положении.

В целом, докладчиком было указано, на то, что текущая практика антимонопольных органов в установлении продуктовых границ рынка остается не бесспорной.

Закончить данную часть обзора хотелось бы на моменте, не реализованном в «Третьем антимонопольном пакете». О том, что его реализация могла бы существенным образом продвинуть правоприменение и культуру ценообразования в той или иной форме, высказывались и С. Пузыревский (представитель ФАС России), и М. Мурадов (представитель Международной юридической фирмы Salans), и Т.Кулябина (одной из крупнейших транснациональных фармацевтических компаний). Речь идет о введении ***института согласования с антимонопольными органами и публикации правил торговой практики***, в которых бы подробным образом устанавливались подходы хозяйствующих субъектов к ценообразованию, порядку выбора контрагентов и обоснованию критериев такого выбора и т.п. Компания, ведущая торговлю, могла бы утвердить и согласовать с антимонопольной службой и опубликовать правила торговой практики и далее спокойно действовать в соответствии с ней, не боясь того, что к Вам будут предъявлены претензии антимонопольной службой. По словам С.Пузыревского ФАС России продолжает сейчас эту тему обсуждать на различных уровнях. В том числе и потому, что унифицированные торговые политики могли бы помочь сделать критерии отказов в заключении договоров, определения цены, выбора поставщика наиболее транспарантным. И мировая практика пошла именно по этому пути.

Подготовлено
главным экспертом-юристом
журнала Legal Insight Светланой Дубинчиной

НОВОСТИ КОМПАНИЙ