

Приложение  
к протоколу заседания комиссии  
Министерства антимонопольного  
регулирования и торговли Республики  
Беларусь по установлению факта  
наличия (отсутствия) нарушения  
антимонопольного законодательства  
от 13 декабря 2018 г. № 55

## **РЕШЕНИЕ № 147/79-2018**

13 декабря 2018 г.  
17 часов 00 минут

г. Минск

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее – МАРТ) по результатам рассмотрения Комиссией МАРТ по установлению факта наличия (отсутствия) нарушения антимонопольного законодательства (далее – Комиссия), действующей на основании полномочий, предоставленных приказом Министра антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 14 декабря 2016 г. № 133, заявления общества с ограниченной ответственностью «Алеко» (далее – ООО «Алеко») поступившего в МАРТ от Генеральной прокуратуры Республики Беларусь письмом от 23 января 2017 г. № 0701-30д/121 (вх. от 26 января 2017 г. № 7-279) о нарушении антимонопольного законодательства обществом с ограниченной ответственностью «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» (далее – Холдинг «Марко»),

### **УСТАНОВИЛО:**

В МАРТ поступило обращение ООО «Алеко» о нарушении антимонопольного законодательства Холдингом «Марко», выразившегося в применении к потребителям неравного подхода при равных условиях, что создает для них неравные условия конкуренции, а также в осуществлении недобросовестной конкуренции.

Информация о холдинге «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко».

В состав холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» входят:

- общество с ограниченной ответственностью «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко»;
- открытое акционерное общество «Красный Октябрь»;
- производственное унитарное предприятие «Сан Марко»;

- унитарное производственное предприятие «Вердимар»;
- унитарное производственное предприятие «Витебский меховой комбинат»;
- унитарное производственное предприятие «Витма»;
- общество с ограниченной ответственностью «Марко-Сервис».

Функции управления компанией осуществляет ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко». 1991 – год основания управляющей компании.

Основным видом деятельности для ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко», ОАО «Красный Октябрь», унитарного предприятия «Сан Марко» и УПП «Вердимар» является производство обуви (подкласс 15200 общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности»). Указанные организации производят мужскую, женскую и детскую обувь для различных сезонов и назначения. Производимые товары реализуются на территории Республики Беларусь, а также экспортируются.

Унитарное производственное предприятие «Витма» производит сумки и аналогичные изделия из кожи (подкласс 15121 общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности»).

Основным видом деятельности унитарного производственного предприятия «Витебский меховой комбинат» является мех, меховые изделия (подклассы 14200, 15112 общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности»).

ООО «Марко-Сервис» осуществляет фирменную торговлю товарами, выпущенными организациями холдинга (класс 4772 общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности»).

В рамках рассмотрения обращения управлением торговли, АПК, промышленности, строительства и природных ресурсов МАРТ был проведен анализ товарного рынка обуви Республики Беларусь в исследуемом временном периоде (2016 – 1 квартал 2018 г.).

В результате проведения анализа товарного рынка обуви было установлено:

1. Товарный рынок обуви в Республике Беларусь в 2016 г. является низко концентрированным, в 2017 г. – умеренно концентрированным;
2. Хозяйствующие субъекты, занимающие доминирующее положение на товарном рынке обуви в исследуемом периоде, не установлены.

С точки зрения недобросовестной конкуренции, для признания факта недобросовестной конкуренции необходимо установить наличие совокупности следующих признаков:

– направленность действий на приобретение преимуществ (выгод) в предпринимательской деятельности;

– противоречие действий Закону Республики Беларусь от 12 декабря 2013 года «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (далее – Закон), иным законодательным актам и актам антимонопольного законодательства или требованиям добросовестности и разумности;

– действия могут причинить или причинили убытки другим конкурентам либо могут нанести или нанесли вред их деловой репутации.

В результате рассмотрения материалов было установлено, что ООО «Управляющая компания холдинга «Марко», а также иные участники холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» – производители обуви и ООО «Алеко» находятся в договорных отношениях, в частности между субъектами заключены договора на поставку обуви.

Холдинг «Марко» проводит активную маркетинговую политику (в частности, стимулирование спроса путем проведения акционных мероприятий), направленную на повышение объемов реализации. Например, в 2016 г. Холдингом «Марко» проводились следующие мероприятия:

1. Акционные мероприятия, стимулирующие продажи сезонного ассортимента:

– в конце сезонов в условиях падения значительного спроса на сезонный ассортимент применялись скидки от 30 до 50%, которые распространялись на ассортимент, не реализованный в пик сезона. Так, март – скидка 40% на зимний ассортимент; апрель – скидка 30% на демисезонный ассортимент; август/сентябрь – скидка 50% на летний ассортимент; октябрь – скидка 30% на круглосезонный ассортимент. Такой объем скидок, привлекая покупателей в магазины за «остаточным» ассортиментом, в то же время стимулирует продажи и нового ассортимента, реализуемого по полной стоимости;

– с середины до конца периода активных продаж (период самой обостренной «борьбы» обувных сетей за покупателей) применение скидок носило стимулирующий характер и варьировалось в диапазоне от 15 до 20 %. Например, апрель и сентябрь – 15% на круглосезонный ассортимент; март и октябрь – 20% на демисезонный ассортимент. Применение таких скидок в середине сезона корректировало поведение покупателей в сторону посещения обувной сети «Марко», а не сетей импортеров обуви, реализующих обувь по более низким ценам.



2. Акционные мероприятия по стимулированию двойных покупок: скидка предоставлялась покупателю только при условии покупки 2-х пар обуви и на приобретение одной пары не распространялась: май – при покупке 2-х пар обуви скидка 10 % на первую пару и 30% на вторую пару обуви; август – «школьная акция» при покупке 2-х пар детской обуви 5% на 1-ю пару и 25% на вторую пару.

3. Акционные предложения – как подарок покупателям в канун праздников: 19 декабря – 8 января новогодняя и рождественская распродажа: 40% на любую пару обуви.

В результате проведения упомянутых мероприятий увеличение объемов реализации на внутреннем рынке в натуральном выражении обуви холдинга «Марко» в 2016 г. составило 351256 пар или 13,7 %, в стоимостном выражении – 38,2 млн. руб. или 36,4 %.

Необходимость применения активной маркетинговой политики обусловлена, в том числе, инвестиционным проектом «Создание и модернизация производственных мощностей по выпуску обуви до 5 млн. пар в год и реконструкция мехового комбината с учетом создания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная «Марко» на 2013–2014 годы», предусмотренного к реализации Указом Президента Республики Беларусь от 14 октября 2013 г. № 467 «О мерах по развитию кожевенно-мехового производства и производства обуви» к 2018 году выпуск обуви предприятиями холдинга должен составить 5 млн. пар обуви в год. Увеличение объемов производства на 1 млн. пар в год влечет за собой и необходимость соответствующего увеличения объемов реализации, что требует применения различного рода мероприятий по активизации продаж. Для активизации продаж холдингом применяется в том числе стимулирование спроса путем проведения акционных мероприятий, дающее не только краткосрочный эффект в виде увеличения объемов продаж, но и повышение лояльности покупателей к отечественному производителю, стимулирование роста повторных покупок.

В условиях незначительных объемов реализации и длительного срока оборачиваемости дебиторской задолженности ООО «Алеко», организации Холдинга «Марко» не имеют возможности предоставлять ООО «Алеко» одинаковые с фирменной торговлей условия реализации обуви, в том числе в период проведения акций.

Согласно представленным Холдингом «Марко» положениям о порядке предоставления премий и скидок на обувь, реализуемую оптовым покупателям, для организаций фирменной торговой сети, предусмотрена скидка на продукцию, приобретаемую на условиях отсрочки платежа, в размере 7 (семи) %, если иной размер скидки не будет предусмотрен договорами поставки или дополнительными соглашениями к ним.

Дополнительными соглашениями к договорам поставки обуви между ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-

обувная компания «Марко», а также иными участниками холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» – производителями обуви и ООО «Марко-Сервис» (реализует обувь, полученную от производителей-участников холдинга в фирменных магазинах «Марко») в рамках проведения акционных мероприятий предусматривается следующее:

– с целью стимулирования покупательского спроса ООО «Марко-Сервис» обязуется предоставить потребителям скидку на определенный вид и кол-во обуви (в зависимости от проводимой акции, в рамках проведения которой заключается доп. соглашение к договору поставки), поставленной ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко», или иным участником холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» – производителем обуви в размере 5 – 40 % (в зависимости от проводимой акции);

– в свою очередь «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко», или иной участник холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» – производитель обуви предоставляет ООО «Марко-Сервис» премию за реализованную в торговых объектах ООО «Марко-Сервис» обувь, поставленную ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» или иным участником холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» – производителем обуви, в размере 50 % от суммы предоставленной потребителю скидки.

Кроме того Холдинг «Марко» отметил: «Холдинг «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» условия участия в акциях, аналогичные фирменной торговле, предоставляет розничной торговле, работающей на условиях франшизы. ООО «Алеко» может рассмотреть целесообразность работы в условиях франшизы, либо переориентироваться на реализацию обуви других производителей».

Таким образом установлено, что группа лиц (образующая состав участников Холдинга «Марко») не занимает доминирующее положение на товарном рынке обуви Республики Беларусь, в связи с чем порядок и условия реализации, условия проведения ценовой и скидочной политики, условия реализации обуви фирменным магазинам и сторонним организациям определяются хозяйствующими субъектами самостоятельно, не противоречат законодательству, требованиям добросовестности и разумности.

По результатам рассмотрения обращения ООО «Алеко» о нарушении антимонопольного законодательства Холдингом «Марко», с учетом отраженных фактов и установленных выше обстоятельств, руководствуясь абзацем пятым статьи 14 Закона, МАРТ,

**РЕШИЛО:**

Признать факт отсутствия в действиях Холдинга «Марко» нарушений антимонопольного законодательства:


– по абзацу одиннадцатому части первой статьи 12 Закона (в редакции от 12.12.2013), (подпункт 1.10 пункта 1 статьи 18 Закона (в редакции от 08.01.2018), выразившегося в применении к потребителям неравного подхода при равных условиях, что создает для них неравные условия конкуренции, в том числе включение в договоры дискриминирующих условий, ставящих потребителей в неравное положение по сравнению с другими хозяйствующими субъектам;

– а также по подпункту 1.7 пункта 1 статьи 16 Закона (в редакции от 12.12.2013) (по статье 31 Закона в редакции от 08.01.2018) выразившегося в осуществлении недобросовестной конкуренции путем осуществления действий, направленных на создание на товарном рынке ситуации, в которой предпринимательская деятельность конкурента, действующего на данном товарном рынке или стремящегося в него вступить, станет убыточной либо будет осуществляться на крайне невыгодных для него условиях.

Основания для вынесения предписания и совершения антимонопольным органом иных действий, направленных на устранение и (или) предотвращение нарушения антимонопольного законодательства, в том числе оснований для направления материалов в правоохранительные органы, начала административного процесса, обращения с иском в суд, направления предложений в государственные органы о совершении действий, направленных на обеспечение и развитие конкуренции отсутствуют.

Настоящее решение может быть обжаловано в суд.

Министр,  
председатель Комиссии



В.В.Колтович