

**Методические рекомендации
по раскрытию информации хозяйствующими субъектами, осуществляющими
торговую деятельность по продаже продовольственных товаров
посредством организации торговой сети**

В целях единообразного применения статьи 9 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон о торговле) ФАС России были подготовлены настоящие методические рекомендации по раскрытию информации хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность по продаже продовольственных товаров посредством организации торговой сети.

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» (далее — сеть «Интернет»).

Согласно части 2 статьи 9 Закона о торговле, хозяйствующий субъект, осуществляющий поставки продовольственных товаров, обязан обеспечивать торговым сетям доступ к информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, к информации о качестве и безопасности поставляемых продовольственных товаров путем размещения соответствующей информации на своем сайте в сети «Интернет».

В силу пункта 1 статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее — Закон об информации) информация — сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления. Согласно пункту 6 статьи 2 Закона об информации, доступ к информации — возможность получения информации и ее использования.

Соответственно, Закон о торговле устанавливает для торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров симметричные требования по размещению на своем сайте в сети «Интернет» информации для контрагентов (потенциальных контрагентов) в целях соблюдения баланса интересов участников рынка торговли продовольственными товарами, в том числе путем обеспечения возможности получения информации и ее использования.

В судебной практике сложился подход, согласно которому требование части 1 статьи 9 Закона о торговле направлено на создание недискриминационного доступа поставщиков на товарный рынок. Неопределенность информации, размещение которой на сайте торговой сети в сети «Интернет» предусмотрено частью 1 статьи 9 Закона о торговле, приравнивается к ее отсутствию, поскольку исключается сама возможность воспользоваться такой информацией поставщиками в целях заключения

договоров поставки, следовательно, не соблюдается и цель обеспечения поставщиков такой информацией (судебное дело № А60-27063/2013).

При этом, если размещенная на сайте торговой сети информация носит общий характер и не позволяет определять потребности торговой сети в товарах и формировать предложения по условиям поставок, сформулированные в обобщенном виде условия (высокое качество товаров, лучшие ценовые предложения, соответствие действующему законодательству) вводят поставщиков в заблуждение относительно реальных потребностей торговой сети и создают ситуацию, при которой любое предложение поставщика может быть признано несоответствующим таким условиям (судебное дело № А60-35180/2011).

Таким образом, исходя из приведенных выше судебных актов, положений Закона о торговле, Закона об информации, торговые сети и поставщики продовольственных товаров обязаны в силу частей 1 и 2 статьи 9 Закона о торговле обеспечить контрагентам (потенциальным контрагентам) свободный доступ к конкретной информации об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, о качестве и безопасности поставляемых продовольственных товаров (для поставщиков продовольственных товаров) путем размещения соответствующей информации на своем сайте в сети «Интернет».

Вместе с тем, законодательство Российской Федерации не раскрывает содержание (перечень) информации, которая должна размещаться на сайтах торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров во исполнение частей 1 и 2 статьи 9 Закона о торговле, что влечет возникновение ряда проблем во взаимоотношениях торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров.

Учитывая изложенное, ФАС России рекомендует использовать следующие подходы, представленные в настоящих Рекомендациях по вопросам применения части 1 статьи 9 Закона о торговле, в том числе касательно видов, порядка, способов, состава и сроков раскрытия соответствующей информации.

Под раскрытием информации в настоящих методических рекомендациях понимается обеспечение доступа к информации, гарантирующее нахождение в открытом (не ограниченном какими-либо требованиями о получении паролей, разрешений для доступа на сайт торговой сети и т.п.) доступе и получение информации, предусмотренной частью 1 статьи 9 Закона о торговле.

Раскрытие информации в соответствии с частью 1 статьи 9 Закона о торговле должно основываться на таких принципах, как: открытость, равная доступность, недопустимости создания недискриминационных условий, актуальность информации и предъявляемых требований к контрагентам, четкость критериев (отсутствие возможности их произвольного толкования), обеспечение баланса коммерческих интересов торговых сетей и поставщиков продовольственных товаров, равное соблюдение требований по защите конфиденциальной информации, имеющей коммерческую ценность для хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров, и для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность посредством организации торговой сети.

Для достижения целей части 1 статьи 9 Закона о торговле хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность посредством организации

торговой сети, могут раскрывать информацию об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора (в случае, если хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность посредством организации торговой сети, заключаются договоры на производство и поставку товаров собственных торговых марок, соответствующая информация может быть раскрыта также в отношении данных договоров), указывая, в частности, следующие сведения:

- критерии отбора поставщиков продовольственных товаров;
- перечень критериев, несоответствие поставщика которому является основанием для отказа в сотрудничестве;
- перечень торговых объектов торговой сети;
- описание действующей логистической системы (доставка в торговые объекты и/или в распределительные (логистические) центры);
- перечень действующих распределительных (логистических) центров;
- перечень и расценки услуг распределительных (логистических) центров;
- закрытый перечень требований к товару, таре, упаковке, маркировке, сроку годности, размеру партий, разрешительной и сопроводительной документации;
- порядок, условия поставки и приемки товара, а также порядок их изменения;
- порядок введения товара в ассортиментную матрицу;
- порядок размещения и время для согласования заказов;
- процедура отказа от поступившего заказа по инициативе поставщика;
- периоды, сроки и порядок проведения договорных (закупочных) кампаний, в том числе периоды, сроки и порядок работы ассортиментных комитетов (при их наличии);
- порядок проведения ценовых конкурсов (тендеров) на определенные категории товаров, включающий сроки извещения, сроки и порядок подачи предложений, сроки и порядок рассмотрения предложений и критерии определения победителей (в случае, если предусмотрено проведение таких конкурсов (тендеров));
- требования к порядку и форме подачи коммерческих предложений, к их содержанию, в том числе перечень обязательных сведений (информации), адреса для подачи предложений, а также перечень прилагаемых документов;
- информация о структурном подразделении и/или должностном лице, уполномоченном рассматривать коммерческие/ценовые предложения и принимать соответствующие решения;
- срок рассмотрения коммерческих предложений и порядок и сроки информирования поставщиков о принятых решениях;
- условия оплаты товара и проведения взаиморасчетов;
- порядок документооборота;
- порядок электронного обмена данными, включая перечень документов, транслируемых через систему электронного документооборота;
- условия расторжения договоров поставки продовольственных товаров.

Хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность посредством организации торговой сети, присоединившимися к Кодексу добросовестных практик взаимодействия ритейлеров и поставщиков

потребительских товаров (далее – Кодекс), может быть также раскрыта следующая информация:

- внутренний документ, подтверждающий присоединение к Кодексу;
- согласие на рассмотрение споров в рамках Комиссии по соблюдению Кодекса;
- контакты сотрудника, отвечающего за разрешение споров по несоблюдению положений Кодекса.

Хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность посредством организации торговой сети, для достижения целей части 1 статьи 9 Закона о торговле может быть раскрыта информация об оказываемых ими услугах по продвижению товаров, в частности:

- перечень услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг, предлагаемых хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров;
- цены на услуги по продвижению товаров.

Хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность посредством организации торговой сети, для достижения целей части 1 статьи 9 Закона о торговле может быть раскрыта информация о действующей системе штрафных санкций за нарушение условий договоров поставки, договоров оказания услуг, которую ФАС России рекомендует основывать на следующих общих принципах:

- обоюдность ответственности за неисполнение условий договора для обеих сторон договора;
- установление закрытого перечня нарушений условий договора, которые считаются существенными и предусматривают штрафные санкции в виде выплаты денежных средств;
- приоритет претензионного порядка урегулирования разногласий по исполнению условий договора до применения штрафных санкций;
- соразмерность ответственности за нарушение условий договора тяжести нарушения с учетом реального влияния конкретного нарушения условий договора на общие условия сотрудничества сторон договора и на защиту их интересов;
- соразмерность объема штрафных санкций объему товарооборота по договору.

Хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность посредством организации торговой сети, могут раскрывать иную дополнительную информацию об условиях отбора контрагента для заключения договора поставки продовольственных товаров и о существенных условиях такого договора, помимо указанной выше. При этом объем и содержание, а также способы раскрытия информации должны быть равными и доступными для всех поставщиков продовольственных товаров. Также предполагается, что изменения, внесенные в раскрытую информацию, размещенную на сайте в сети «Интернет», подлежат оперативному опубликованию в целях поддержания актуальности размещенных сведений.

Ссылку на соответствующий раздел сайта, содержащий информацию, указанную в части 1 статьи 9 Закона о торговле, целесообразно размещать на главной странице сайта.

Хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность посредством организации торговой сети, для достижения целей части 1 статьи 9 Закона о торговле, целесообразно сообщать по запросу хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки продовольственных товаров, адреса сайтов в сети «Интернет», на которых размещена информация.

Из имеющейся судебной практики по частям 1 и 2 статьи 9 Закона о торговле усматривается, что информация должна размещаться в сети «Интернет» в открытом доступе без каких-либо ограничений (необходимости получения дополнительных паролей, разрешений на просмотр страницы сайта и т.п.) (судебное дело № А74-12043/2017).

Таким образом, для достижения целей части 1 статьи 9 Закона о торговле хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность посредством организации торговой сети, целесообразно раскрывать информацию путем ее размещения на сайте торговой сети в сети «Интернет» в открытом доступе, не ограниченном какими-либо требованиями о получении паролей, разрешений для доступа на сайт торговой сети и т.п.