

М. Ю. Козлова

ВЛИЯНИЕ НОРМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О ЗАЩИТЕ КОНКУРЕНЦИИ НА СОДЕРЖАНИЕ ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА

В статье рассмотрено влияние норм законодательства о защите конкуренции на содержание дистрибьюторского договора. Автором обосновывается вывод о том, что дистрибьюторские договоры должны соответствовать не только общим требованиям об обязательствах, но и законодательству о защите конкуренции. В частности, такие соглашения не должны ограничивать конкуренцию на товарном рынке.

Ключевые слова: дистрибьюторский договор, законодательство о защите конкуренции, конкуренция, ограничения конкуренции.

М. Y. Kozlova

IMPACT OF COMPETITION LAW STANDARDS ON THE CONTENT OF A DISTRIBUTION AGREEMENT

The article is devoted to the impact of competition law standards on the content of a distribution agreement. The author gives grounds for the conclusion that distribution agreements must comply not only with general requirements related to obligations but also with competition law. In particular, such agreements must not restrain competition at the goods market.

Keywords: distribution agreement, competition law, competition, restraint of competition.

Дистрибьюторский договор относится в Гражданском Кодексе РФ к разряду непоименованных соглашений, что вызывает на практике проблемы квалификации тех или иных отношений в качестве дистрибьюторских. Кроме того, Закон РФ от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [1] (далее — Закон о защите конкуренции) относит дистрибьюторский договор к разряду вертикальных соглашений, которые могут быть признаны недействительными в силу своего влияния на конкуренцию. Поэтому необходимо выяснить, какие требования предъявляются конкурентным законодательством к содержанию гражданско-правового дистрибьюторского договора.

В правовой литературе предлагается считать дистрибьюторским договор, по которому одна сторона (дистрибьютор) в рамках ведения предпринимательской деятельности обязуется приобретать товар у другой стороны (поставщика) и осуществлять или организовывать его продвижение на определенной территории, а поставщик обязуется не поставлять товар для реализации на этой территории самостоятельно или при участии третьих лиц, в том числе не

продавать товар третьим лицам для распространения на этой территории. Стороны могут оговорить особые ценовые условия, применяемые при приобретении товара дистрибьютором, прийти к соглашению о том, что дистрибьютор будет воздерживаться от размещения на рынке конкурирующих товаров [2].

В. А. Маслова полагает, что дистрибьюторским является договор, по которому одна сторона (дистрибьютор) обязуется приобретать у другой стороны (поставщика) товары для последующей перепродажи и организовать систему реализации товаров на обозначенной территории таким образом, чтобы создать условия для последовательного увеличения объемов сбыта этих товаров против согласованных в договоре показателей, а поставщик обязуется продавать дистрибьютору товары в порядке и на условиях, предусмотренных договором. Принципы сотрудничества и делового взаимодействия — качественные отличия дистрибьюторского договора от моделей договоров купли-продажи и поставки [3, с. 10].

Несмотря на определенную схожесть дистрибьюторского договора с договором поставки,

агентским договором, а также договором коммерческой концессии, он имеет самостоятельные предмет и содержание, что признается и судебной практикой.

Так, если договор поставки не предполагает каких-либо обязательств покупателя по дальнейшему продвижению товара поставщика, то дистрибьюторский договор предусматривает комплекс действий по реализации товара под контролем поставщика. При этом судебная практика признает, что дистрибьюторский договор как договор, регулирующий специфические отношения по организации поставок товара, широко применяется в сфере торговли на территории Российской Федерации [4].

Как правило, этим соглашением устанавливается минимальный объем продаж на определенный период времени и, если фактический объем продаж будет ниже установленного минимума, принципал имеет право расторгнуть соглашение [5].

Отличие дистрибьюторского договора от договоров агентской группы состоит в том, что и поверенный, и комиссионер, и агент действуют в чужих интересах. Дистрибьютор же действует в собственных интересах и потому за свой счет [6].

Предмет договора коммерческой концессии и дистрибьюторского договора полностью не совпадает, поскольку у пользователя по договору коммерческой концессии не возникает обязанности закупать у правообладателя какие-либо товары для их дальнейшей реализации третьим лицам [6].

Основной особенностью дистрибьюторского договора можно назвать условие об эксклюзивности передаваемых прав. Именно это условие представляет интерес в связи с рассмотрением договоров, которые запрещены или ограничиваются конкурентным законодательством. Как отмечает Р. В. Волянская, данное условие заключается в том, что производитель обязуется не продавать продукцию прямо или косвенно каким-либо третьим лицам в рамках оговоренной территории, за исключением дистрибьютора. В свою очередь, получая исключительные права на распространение продукции поставщика, дистрибьютор, как правило, воздерживается от распространения продукции, которая прямо или косвенно может вступить в конкуренцию с продукцией производителя [5].

Дистрибьюторский договор — это так называемое вертикальное соглашение, которое способно ограничить конкуренцию в основном на рынке дистрибьютора, а также его покупателей (заказчиков).

Формально такие соглашения допустимы, но вместе с тем потенциально опасны для конкуренции. Решение вопроса о том, наносят вред дистрибьюторские договоры отношениям конкуренции или нет, зависит исключительно от условий конкретного договора, а также от отношений сторон, связанных с договором.

Например, Общество заключило с рядом организаций и индивидуальных предпринимателей дистрибьюторские договоры, в рамках которых последние взяли на себя обязанности принимать товар Общества (пиво), осуществлять продвижение и продажу данного товара на определенной территории. При этом дистрибьюторы обязались не продавать этот товар торговым точкам, расположенным вне их территории. В рамках данного договора дистрибьюторы должны соблюдать ценовую политику поставщика, оказывать содействие поставщику в проведении рекламных акций, обеспечивать доступ поставщика на склад продукции и в торговые точки, обеспечивать необходимое количество товара в торговых точках, обеспечивать наличие торговых представителей и транспортных средств, достаточных для реализации и продвижения товара на закрепленной территории.

По мнению антимонопольного органа, такие действия привели к координации предпринимательской деятельности дистрибьюторов и устранению состязательности между ними.

При рассмотрении дела в арбитражном суде было установлено, что пиво реализуется и иными мелкооптовыми поставщиками; дистрибьюторы Общества реализуют не только поставляемое им пиво; пиво иных крупнооптовых поставщиков дистрибьюторы Общества реализуют без каких-либо территориальных ограничений. Поэтому данные договоры не оказывают негативного воздействия на конкуренцию [7].

Данный пример показывает допустимость в определенных случаях дистрибьюторских соглашений.

Вместе с тем имеются многочисленные примеры ситуаций, когда подобные соглашения признаются недопустимыми.

Как следует из материалов дела, дистрибуция продукции ООО «Джонсон & Джонсон» осуществляется через сеть компаний, с которыми заключен договор поставки продукции. ООО «Джонсон & Джонсон» 27.01.2009 г. направило в адрес своих дистрибьюторов письмо № 2701-1/09, из которого следует, что ООО «Джонсон & Джонсон» просит их при получении заявок от других компаний на выставление коммерческого предложения (подписания договора, выставления счета) на сумму более 150 тыс. руб. предварительно за 5 рабочих дней информировать об этом менеджеров подразделения Эतिकон ООО «Джонсон & Джонсон» по указанной в письме форме. Также указано, что предоставление такой отчетности является основанием для предоставления 2 % скидки.

Антимонопольный орган расценил данные действия как координацию ООО «Джонсон & Джонсон» хозяйственной деятельности своих дистрибьюторов, которая может привести к необоснованному отказу от заключения договоров с потенциальными торговыми посредниками. Арбитражный суд поддержал мнение антимонопольного органа [8].

По другому делу судом было установлено, что действия по заключению дистрибьюторских договоров, предусматривающих для каждого из дистрибьюторов определенную сбытовую территорию, создают препятствия для свободного доступа конкурентов на рынок, оказывают негативное влияние на рынок, влекущее ограничение, ущемление или устранение конкуренции [9].

В результате анализа другого дистрибьюторского договора судом было выяснено, что данный договор предусматривает обязанность поставщика не поставлять самостоятельно и не заключать с третьими лицами договоры на поставку товара поставщика (колбасных изделий). Договором предусмотрен штраф в размере 1 млн руб. в случае реализации колбасных изделий поставщика не через торговые подразделения дистрибьютора.

В данном случае налицо создание преимуществ для одного лица перед другими субъектами предпринимательской деятельности.

Также данные условия могут привести к экономически и технологически необоснованному отказу поставщика от заключения договоров с определенными покупателями, что прямо запрещено ч. 1 ст. 11 Закона о защите конкуренции [10].

Должно исследоваться содержание дистрибьюторских договоров — в вышеприведенных примерах антимонопольный орган и суд устанавливали нарушение или его отсутствие именно исходя из условий договора. В том случае, если дистрибьютор имеет право реализовать товары других производителей, если товар имеет заменители, то нарушений конкурентного законодательства нет. Если же самостоятельные действия дистрибьютора запрещены договором, то налицо нарушения Закона о защите конкуренции.

Также требуют изучения и иные отношения поставщика и дистрибьютора, которые выходят за рамки договора. О наличии таких отношений можно судить на основании иных документов, кроме договора, в частности писем поставщика своим контрагентам.

Учет иных, помимо договора, документов используется и при изучении договорных отношений сторон. Например, в том случае, если договор как единый документ, подписанный сторонами, отсутствует, факт наличия договорных отношений сторон, условия договора, подтверждаются различными документами, которыми обменивались стороны. При толковании договора судом, при невозможности буквального толкования суд для уяснения действительной воли сторон исследует предшествующие заключению договора переговоры и переписку, практику, установившуюся во взаимных отношениях сторон, последующее поведение сторон. Подобное исследование вправе проводить только суд. Для обнаружения практики нарушения норм о защите конкуренции подобный анализ проводят как антимонопольный орган, так и суд. Цель этого анализа для изучения гражданских отношений и состояния конкуренции во многом совпадает, поскольку в результате уясняются действительные намерения сторон.

Как известно, субъекты гражданских отношений имеют право на заключение любых договоров при условии соблюдения требований законодательства. Дистрибьюторские договоры должны соответствовать не только общим

требованиям об обязательствах, но и требованиям законодательства о защите конкуренции. В частности, такие соглашения не должны ограничивать конкуренцию на товарном рынке.

Таким образом, при заключении гражданско-правовой сделки требуется учитывать не только

императивные нормы гражданского законодательства, но и дозволения и запреты конкурентного законодательства, которое призвано поддерживать надлежащее состояние конкуренции.

Список библиографических ссылок

1. О защите конкуренции: федер. закон Рос. Федерации от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ // Рос. газ. 2006. № 162.
2. Борисова А. Б. Дистрибьюторский договор // Журн. рос. права. 2005. № 3. С. 56—64.
3. Маслова В. А. Дистрибьюторский договор как правовой инструмент организации сбыта товаров: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2011.
4. Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 27.08.2007 г. по делу № А43-14309/2006-43-457. Документ опубликован не был. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Волянская Р. В. Дистрибьюторский договор и особенности его применения в сфере оборота гражданского оружия // Законы России: опыт, анализ, практика. 2009. № 1. С. 43—47.
6. Руденко А. В. О дистрибьюторском договоре // Юрист. 2006. № 8. С. 30—31.
7. Постановление Федерального арбитражного суда Волго-Вятского округа от 27.08.2007 г. по делу № А43-14309/2006-43-457. Документ опубликован не был. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
8. Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 29.04.2011 г. № Ф09-1942/11-С1 по делу № А76-15244/2010-45-358 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL: http://kad.arbitr.ru/PdfDocument/bcb5301c-3194-4de0-bf50-df2d44d7f0ad/A76-15244-2010_20110429_Reshenija%20i%20postanovlenija.pdf (дата обращения: 07.06.2012).
9. Постановление Федерального арбитражного суда Уральского округа от 03.08.2009 г. № Ф09-5459/09-С1 по делу № А71-13063/2008-А28 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL: http://kad.arbitr.ru/PdfDocument/c87d09f3-0201-4102-9d55-5b7d706d5aca/A71-13063-2008_20090803_Reshenija%20i%20postanovlenija.pdf (дата обращения: 07.06.2012).
10. Постановление Федерального арбитражного суда Центрального округа от 04.02.2011 г. по делу № А14-8178/2009/268/29 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. URL: http://kad.arbitr.ru/PdfDocument/114f6a62-61ff-4105-a7b0-0457e6fc51e4/A14-8178-2009_20110204_Re-shenija%20i%20postanovlenija.pdf (дата обращения: 08.06.2012).