

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
(ФАС РОССИИ)**

ПРОТОКОЛ № 1

**совещания рабочей группы при Экспертном совете ФАС России по
развитию конкуренции в сфере реализации и сервисного обслуживания
легковых автомобилей «Проблемы взаимодействия независимых
компаний, осуществляющих сервисное обслуживание легковых
автомобилей с дистрибьюторами и официальными дилерами»**

Москва 13.04.2012

Председательствующий – Т.В. Нижегородцев – начальник Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС России

Секретарь – Д.А. Радченко – заместитель начальника отдела торговли и непроизводственных услуг Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС России

Присутствовали:

Урюкина Е.В. – заместитель начальника Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС России;

Шаравская Н. А. - заместитель начальника Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС России;

Локотилова А.В. – начальник отдела правовой экспертизы Правового управления ФАС России;

Тузикова Л.А. – начальник отдела торговли и непроизводственных услуг Управления контроля социальной сферы и торговли ФАС России;

Дроздов Б.В. – заместитель начальника отдела правовой экспертизы Правового управления ФАС России;

Амбросимов А.А. – юрист ООО «Арта-М»;

Алешин А.Е. - Директор по послепродажному обслуживанию ООО «Ягуар Ленд Ровер»;

Большаков Е.А. - Старший юрист, филиал Адвокатского Бюро «Егоров, Пугинский, Афанасьев и Партнеры»;

Евдокимова Т.Н. – ЗАО «Крайслер Рус»;

Запарина О.А. - ООО "Форд Соллерс Холдинг";

Зуева О.В. – АЕБ;

Кондратьев Д.С. - ООО "Компания БЕРГ";



Курдюков Д.Г. – ООО «ПОРШЕ РУССЛАНД»;

Лещенко А.В. - Председатель совета директоров ОАО «Модус»;

Малюгина А.В. – ассистент руководителя компании ПартКом;

Медведев Л.Л. – старший юрист отдела юридических вопросов и сертификации ООО «Хонда Мотор РУС»;

Морозов Б.О. - ООО "Алерон";

Петрунин Д.Е. - Управляющий директор ООО «Хенде Мотор СНГ»;

Пёвхёнен А.И. - Директор Некоммерческого партнерства «Дистрибьюторов автомобильных комплектующих «АДАК»;

Плотникова Е.И. - ООО "Ягуар Ленд Ровер";

Плющенко А.А. - Директор Группы Компаний «Интерколор»;

Степанов Н.В. – Менеджер по правовой работе и взаимодействию с государственными органами ООО «Ниссан Мэнуфэкчуринг РУС»;

Тоноян А.Ф. - Генеральный директор ООО «Блаутерм Рус»;

Туманский Ю.В. - Начальник юридического отдела ЗАО «Спорткар-Центр»;

Уржанов М.М. - ООО "Субару Мотор";

Челембеева Е.А. – руководитель юридического отдела ЗАО «Вольво Восток», Шлыков И.В - ООО "ФОЛЬКСВАГЕН Групп Рус".

ПОВЕСТКА:

Проблемы взаимодействия, дистрибьюторов, дилеров и независимых компаний по вопросам технического обслуживания легковых автомобилей находящихся на гарантии.

СЛУШАЛИ:

Нижегородцев Т.В.

Дистрибьюторы и дилеры при обслуживании автомобилей пытаются привязать потребителя с помощью разных инструментов к официальным дилерам. В период гарантийного срока это получается особенно эффективно. По нашим данным примерно 97% потребителей, несмотря на то, что в законе предусмотрена возможность обслуживаться в этот период практически в любом независимом сервисе, тем не менее, из-за угрозы потери гарантии выбирают официального дилера. Эти угрозы прописаны в сервисных книжках. Официальные дилеры этим пользуются. Стоимость технического обслуживания и ремонта в период гарантийного срока выше, чем у независимых сервисов. С точки зрения антимонопольного законодательства продуктовые границы рынка, участники рынка, доли рынка понятны. Цена монополично высокая, потому что есть

сопоставимые конкурентные рынки.

Пёвхёнен А.И.

Официальные дилеры привязывают потребителей к себе за счет риска потери гарантийного обслуживания. Есть возможность решения этого вопроса – допустить независимые станции к платному ремонту в течение не гарантийного периода. В этом случае потребитель сам платит деньги за ремонт, это не гарантийное обслуживание.

В случае гарантии расходы несет либо дистрибьютор, либо дилер. Очевидно, что они имеют право требовать, какие запчасти должны устанавливаться и на каких станциях.

Второй вопрос, касающийся платного ремонта в течение гарантийного срока. В этом случае расходы несет сам клиент. Он должен иметь возможность выбора.

Туманский Ю.А.

Считаем допуск независимых дилеров к гарантийным работам нерациональным как по гарантийным работам, так и по платным работам в период гарантийного обслуживания. По закону о защите прав потребителей бремя доказывания того, что дефект возник не по вине импортера или продавца лежит на импортере или продавце. Поэтому если разрешить потребителю обращаться за устранением негарантийных недостатков в любые сервисные центры, в которых импортер не может контролировать качество выполняемых работ и профессионализм работников, то возрастает риск того, что неквалифицированными действиями будет причинен ущерб автомобилю.

Нижегородцев Т.В.

Как вы урегулируете эти риски в условиях официального дилерства?

Туманский Ю.А.

Официальный дилер находится под большим контролем импортера.

Нижегородцев Т.В.

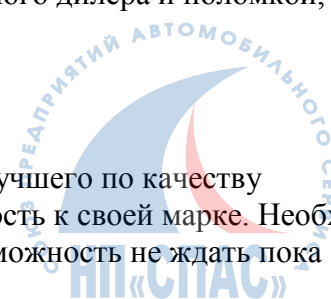
Дистрибьютор может выставить ряд условий, в том числе прохождение у него подготовки работников независимых сервисных центров, использование маркированных запчастей и прочие.

Лещенко А.В.

В моем понимании, у всех потребителей имеется право негарантийного ремонта в период гарантийного срока у независимых сервисов. В случае обнаружения причинно-следственной связи между обслуживанием у неофициального дилера и поломкой, обязанность доказывания лежит на официальном дилере.

Нижегородцев Т.В.

Если дистрибьютор обеспечит выбор с точки зрения наилучшего по качеству предложения и по цене, то он тем самым повысит лояльность к своей марке. Необходимо потребителя подключать к этому процессу, давая ему возможность не ждать пока



дистрибьютор по каким-то внутренним процедурам определит, что какой-то официальный дилер плохой, надо другого искать. Если потребителя плохо обслужили в дилерском центре, то он может иметь возможность выбрать другого поставщика аналогичных услуг.

Большаков Е.А.

Есть ли правовой механизм обязать дистрибьютора работать с неограниченным перечнем компаний?

Нижегородцев Т.В.

Мы предлагаем дистрибьюторам раскрыть коммерческие политики и требования к отбору контрагентов. В рамках этих коммерческих политик дистрибьюторы раскроют требования к контрагентам, в том числе по ремонтным зонам. Дальше будет технический вопрос – выделение это в отдельный рынок. В случае если ремонтная зона соответствует тем требованиям, которые прописаны в коммерческой политике, а с ним не заключают договор, его не допускают к рынку, то в данном случае усматриваются признаки нарушения статьи 10 Закона о защите конкуренции.

Кондратьев Д.С.

Механизм аккредитации независимых сервисных центров для оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей в течение гарантийного срока работать не будет. Для потребителя это не даст ничего нового. Я не вижу проблем в допуске независимых сервисных центров без всяких аккредитаций к техническому обслуживанию и ремонту автомобилей в течение гарантийного срока за деньги потребителей.

Степанов Н.В.

Главная цель ФАС – представить некую альтернативу существующим дилерам. Есть 2 пути: допустить кого попало на гарантийный ремонт или открыть вторую линию сервисных дилеров.

Тоноян А.Ф.

У некоторых производителей есть базы данных алюминиевых кузовов. Мы как продавцы оборудования ограничены в предоставлении этих баз данных кроме как официальным дистрибьюторам. Если независимый сервисный центр будет ремонтировать алюминиевый кузов на несоответствующем оборудовании, то это влечет за собой нарушение безопасности.

Курдюков Д.Г.

Нужно открыть доступ для сервисных дилеров на этот рынок, которые станут официальными сервисными дилерами.

Уражанов М.М.

Даже если дистрибьютор раскроет базы данных для независимых сервисных центров, предоставит возможность покупать оригинальные запчасти, это сильно повлияет на ценообразование. Независимым сервисным центрам будет невыгодно этим заниматься.



Нижегородцев Т.В.

Необходимо убрать существующий барьер входа на данные рынки для независимых сервисных центров, а потом они сами решать насколько им выгодно заниматься этим видом деятельности. Это предпринимательские риски независимых сервисных центров.

Вместе с тем хотелось бы добавить, что автопроизводители и дистрибьюторы должны запустить на рынок технического обслуживания автомобилей, находящихся на гарантии, независимые сервисные центры, которые будут аккредитовывать. Также дистрибьютор должен обеспечить доступ к запасным частям, технической информации и ко всем необходимым деталям, чтобы независимые сервисные центры, в том числе и неаккредитованные, могли осуществлять техническое обслуживание и ремонт автомобилей, гарантийный срок которых истек.

РЕШИЛИ:

1. Продолжить обсуждение возможности и методов допуска независимых сервисных центров на рынок технического обслуживания и ремонта автомобилей как в период гарантийного срока так и за его пределами.
2. Участникам рабочей группы при Экспертном совете ФАС России по развитию конкуренции в сфере реализации и сервисного обслуживания легковых автомобилей «Проблемы взаимодействия независимых компаний, осуществляющих сервисное обслуживание легковых автомобилей с дистрибьюторами и официальными дилерами» подготовить предложения, решения, замечания по вопросам, рассмотренным рабочей группой в течение двух недель с момента опубликования настоящего протокола. По истечении указанного срока, предложения, решения, замечания по вопросам, рассмотренным рабочей группой приниматься к рассмотрению ФАС России не будут.

Председатель Т.В. Нижегородцев

Секретарь Д.А. Радченко

