

## РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ И ВЫЗОВЫ ДЛЯ РЕГУЛИРУЮЩИХ ОРГАНОВ В СТРАНАХ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

ЕКАТЕРИНА ДМИТРИЕВНА СЛОБОДЕНЮК,

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,*

*Москва, Россия,*

*e-mail: eslobodenyuk@hse.ru;*

МАРИЯ ЕВГЕНЬЕВНА АГАМИРОВА,

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,*

*Москва, Россия,*

*e-mail: agamirovamariya@gmail.com, magamirova@hse.ru*

**Цитирование:** Слободенюк Е.Д., Агамирова М.Е. (2023). Развитие цифровых платформ и вызовы для регулирующих органов в странах Европейского Союза // *Journal of Institutional Studies* 15(4): 48–61. DOI: 10.17835/2076-6297.2023.15.4.048-061

*Развитие электронной коммерции меняет стимулы и принципы взаимодействия участников рынка на разных уровнях вертикальной производственно-сбытовой цепи. На протяжении последних 10 лет эти тенденции находились под пристальным вниманием регулирующих органов Европейского Союза и стали продуктивной областью исследования для экономистов. Меняющийся характер конкуренции и роль самих участников рынка на фоне развития цифровых платформ стали отправной точкой для создания новых разновидностей контрактных практик, подобных межплатформенным паритетным соглашениям (across-platforms parity agreements), по-новому задающих стимулы для сторон соглашения. Это явилось для Еврокомиссии вызовом в свете подготовки следующей редакции нормативных документов, регулирующих правомерность применения вертикальных ограничивающих соглашений, таких как Vertical Block Exemption Regulation – «VBER»<sup>1</sup> и Vertical Guidelines – «Руководство по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений»<sup>2</sup>. Нам представляется крайне интересным выявить, в какой степени финальные версии этих регулятивных документов учитывали мнения судей, участников рынка и академического сообщества, которые активно участвовали в выявлении наиболее сложных аспектов взаимодействия фирм по вертикали и растущей в этом взаимодействии роли цифровых платформ.*

**Ключевые слова:** вертикальные ограничивающие соглашения; руководство по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений; селективная дистрибуция; паритетные соглашения, антимонопольное регулирование; интернет-торговля; цифровые платформы

<sup>1</sup> Commission Regulation (EU) 2022/720 of 10 May 2022 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices (OJ L 134, 11.5.2022, pp. 4–13). (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R0720> – Access Date: 12.10.2023).

<sup>2</sup> Commission Guidelines on vertical restraints. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510\\_guidelines\\_vertical\\_restraints\\_art101\\_TFEU\\_pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510_guidelines_vertical_restraints_art101_TFEU_pdf) – Access Date: 12.09.2023).

## DEVELOPMENT OF DIGITAL PLATFORM ECONOMY AND PROBLEMS OF REGULATION IN EUROPEAN UNION

---

**EKATERINA D. SLOBODENYUK,**

*National Research University – Higher School of Economics,  
Moscow, Russia,  
e-mail: eslobodenyuk@hse.ru;*

**MARIA E. AGAMIROVA,**

*National Research University – Higher School of Economics,  
Moscow, Russia,  
agamirovamariya@gmail.com, magamirova@hse.ru*

---

**Citation:** Slobodenyuk E.D., Agamirova M.E. (2023). Development of digital platform economy and problems of regulation in European Union. *Journal of Institutional Studies* 15(4): 48–61 (in Russian). DOI: 10.17835/2076-6297.2023.15.4.048-061

*The ongoing growth of e-commerce has been changing the incentives and character of interaction between market participants at different levels of the vertical production chain. During the last 10 years, these trends have been attracting the attention of European antitrust and became a productive area of economic research. The altering nature of competition and the role of market participants influenced by the development of digital platforms have become the reference point for the emerging of new varieties of vertical restraints such as cross-platform parity agreements (across-platforms parity agreements). These types of agreements creates new incentives for firms. This was a challenge for the European Commission in the light of the preparation of the next edition of regulatory documents determining the legality of the application of vertical restrictive agreements, such as Vertical Block Exemption Regulation - "VBER" and Vertical Guidelines – "Guidelines for the Regulation of vertical restrictive agreements". We find it extremely interesting to identify to what extent the final versions of these regulatory documents took into account the opinions of judges, market participants and the academic community, who actively participated in identifying the most complex aspects of vertical interaction between firms and the growing role of digital platforms in this interaction.*

**Keywords:** vertical restraints; Guidelines on vertical restraints; selective distribution; antitrust; digital platforms; e-commerce

**JEL:** B52, E22, G11, K21

Развитие интернет-торговли является на протяжении последних двух десятилетий одной из самых обсуждаемых тем в экономической литературе. На ранних этапах экономического анализа влияния электронной коммерции на участников рынка внимание авторов касалось в основном позитивного эффекта от снижения транзакционных издержек, связанных с поиском информации у потенциальных покупателей, а также улучшением положения потребителей ввиду усиления ценовой конкуренции как между самими онлайн-дилерами, так и между офлайн и онлайн дилерами (Baye and Morgan, 2001; Baylis and Perloff, 2002; Campbell et al., 2005; Schmitz and Latzer, 2002).

Затем в экономической литературе стал затрагиваться вопрос меняющихся стратегий взаимодействия участников рынка по вертикали в условиях развития новых каналов дистрибуции, а именно появление онлайн-дилеров (Агамирова, Дзагурова, 2016). Однако современное развитие электронной коммерции сосредоточено не на обсуждении альтернативных традиционным каналам дистрибуции способов реализации товаров и услуг конечным потребителям, а на возникновении так называемых цифровых платформ (Acquier, 2018; Davis and Kim, 2015).

В этом ключе обсуждение изменений европейского законодательства представляется крайне актуальным, поскольку именно законодатели в Европейском союзе осознали значимость влияния интернет-торговли и внесли изменения в регулирующие нормы вертикальных ограничивающих соглашений еще в 2010 году. «Руководство по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений» впервые содержали отдельный раздел, посвященный обсуждению отдельных кейсов, касающихся сферы интернет-торговли<sup>3</sup>. Ранее при детальном анализе регулирующих вертикальные ограничения норм акцент был сделан на важности поддержания стимулов к осуществлению специфических инвестиций дилерами, продолжающими использовать традиционные каналы дистрибуции (Агамирова, Дзагурова, 2014b, 2016). Иначе поставщики рискуют столкнуться с понижением стимулов к предоставлению пред- и постпродажных услуг, (которые могут быть отнесены к категории частичных кооперативных специфических инвестиций, что подчеркивает их повышенную рискованность (Дзагурова, Агамирова, 2014)) из-за опасности возникновения проблемы «фрирайдерства» со стороны дилеров, реализующих продукцию производителя только через Интернет (Carlton and Chevalier, 2001).

Проблема «безбилетника» или «фрирайдерства» проявляет себя непосредственно внутри группы самих дилеров, ограничивающих свою деятельность продажами через Интернет. Возможность приобретать у интернет-дилеров товар, предварительно осмотренный в торговых залах, приводит к ослаблению стимулов к осуществлению специфических инвестиций у дилеров, продолжающих использовать традиционные каналы сбыта. Это ведет к появлению новых разновидностей вертикальных ограничивающих соглашений, подобных межплатформенным паритетным соглашениям (across-platforms parity agreements), как средства защиты и поддержания стимулов к инвестированию. Эти соглашения требуют особых подходов при применении того или иного режима регулирования. В последующее десятилетие Еврокомиссией велась большая подготовительная работа по обсуждению наиболее проблемных моментов в применении регулирующих норм в рамках меняющейся среды. Так, была принята новая версия «Руководства по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений» от 10 мая 2022 года.

В результате, представляется крайне важным проследить эволюцию аргументации, приводимой регулятором, реакции академического сообщества на меняющийся характер взаимодействия сторон в условиях бурного внедрения цифровых платформ, а также определить какие судебные разбирательства имели ключевое влияние на ход разработки новой версии этого регулятивного документа.

В последующем стоит уделить внимание подробному анализу изменений, внесенных в «Руководство по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений» и «VBER», в условиях роста повсеместного внедрения цифровых платформ.

### **Основные тенденции рынка ЕС вследствие непрерывного роста электронной коммерции за последнее десятилетие**

Развитие электронной торговли меняет стимулы и динамику взаимодействий между производителями, дистрибуторами и прочими участниками вертикальной производственно-сбытовой цепи. В первую очередь перед Еврокомиссией встал серьезный вопрос, как видоизменяется динамика применения тех или иных разновидностей вертикальных ограничивающих соглашений в новых условиях роста сделок с участием онлайн каналов дистрибуции, в частности, цифровых платформ.

Принятию новой редакции «Руководства по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений» в 2022 году предшествовала кропотливая работа по сбору и анализу информации о меняющейся рыночной среде в результате развития электронной коммерции в условиях уже действующих на тот момент регулятивных мер, включающих в себя целый раздел, посвященный онлайн-торговле. Так согласно концепции создания «Единого цифрового рынка ЕС»<sup>4</sup> в 2015–2017 гг.

<sup>3</sup> Commission Guidelines on Vertical Restraints, p. 20–23 (OJ C. 130, 19.5.2010). [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/guidelines\\_vertical\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/guidelines_vertical_en.pdf) – Access Date: 12.09.2023).

<sup>4</sup> Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions “A Digital Single Market Strategy for Europe”, COM (2015) 192 final. For further details on the Digital Single Market Strategy. ([https://ec.europa.eu/priorities/digitalsingle-market\\_en](https://ec.europa.eu/priorities/digitalsingle-market_en) – Access Date: 29.09.2023).

был проведен опрос среди компаний в различных отраслях и их потребителей, а затем на его основе опубликован отчет о влиянии электронной коммерции на положение потребителей, уровень конкуренции, структуру взаимодействия между производителями, дистрибуторами, дилерами и прочими участниками вертикальной производственно-сбытовой цепи. Здесь совершенно не случайно делается акцент на прочих участниках вертикальной производственно-сбытовой цепи, поскольку цифровые платформы начинают выступать в качестве самостоятельного ее уровня, выполняя так называемые посреднические функции. Этот способ интерпретации положения цифровых платформ отличен от рассмотрения, использовавшегося ранее, а именно приравнивания положения цифровых платформ на рынке к позиции дистрибуторов, использующих наряду с традиционными каналами сбыта прямые продажи через Интернет посредством открытия своих собственных интернет-магазинов или же за счет привлечения интернет-дилеров.

В опрос были включены около 1 800 компаний, а также были проанализированы порядка 8 000 вертикальных ограничивающих соглашений, заключенных при условии различной степени вовлеченности их участников в интернет-торговлю<sup>5</sup>. Наряду с позитивным влиянием электронной коммерции, ускоряющей и облегчающей торговлю между странами-членами ЕС, технические особенности организации интернет-торговли способствуют облегчению применения практик наложения вертикальных ограничений и осуществления контроля за условиями соглашения на одну из сторон контракта. Примером таких вертикальных ограничений является geo-blocking или ограничения продаж по территориальному принципу. Помимо снижения усилий, с которыми сопряжен процесс наложения вертикальных ограничений, растет многообразие форм этих соглашений, подразумевающих целенаправленное перераспределение прав контроля в пользу одной из сторон.

Согласно результатам проводимого в 2015–2017 гг. Еврокомиссией опроса среди участников вертикальной производственно-сбытовой цепи, находящихся на разных ее уровнях и при этом в различной степени вовлеченных в процесс онлайн-торговли, были выявлены следующие значимые тенденции, требующие переосмысления регулятивных стандартов вследствие качественно нового развития электронной коммерции.

Первое, что отмечает регулятор, это **значительный рост количества открытых производителями косметической продукции и товаров для здоровья собственных онлайн-магазинов**, что существенно повышает степень конкурентной среды с их авторизованными дистрибуторами. Данный вывод, полученный Еврокомиссией, может коррелировать с возможной реакцией поставщиков на недостаток учета поддержания стимулов к осуществлению специфических инвестиций в «Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений» от 2010, о чем ранее подробно освещалось в (Агамирова, Дзагурова, 2016). С одной стороны, в этом случае реализация стратегии по открытию собственных онлайн-магазинов может служить некоторой защитой от возможного «фрирайдерства» онлайн-дилеров, не желающих осуществлять вложения в человеческий и физический капитал самостоятельно. Тем не менее, в случае судебного разбирательства в отношении компании Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS (PFDC)<sup>6</sup>, такого рода решения действительно не способствуют решению проблемы «фрирайдерства» если специфические инвестиции кооперативного характера согласно условиям вертикального ограничивающего контракта должны осуществляться дистрибутором, распространяющим продукцию посредством традиционных каналов сбыта (Агамирова, Дзагурова, 2016: 10–12).

Помимо роста участия самих производителей в прямых продажах своей продукции конечному потребителю через Интернет, еще одной интересной тенденцией является **расширение масштабов применения таких вертикальных ограничений, как соглашения о селективной дистрибуции**. Снижение степени асимметрии информации об уровнях цен на продукцию, а также растущая ценовая конкуренция вынуждает производителей отсеивать

<sup>5</sup> Report from the Commission to the Council and the European Parliament: Final report on the E-commerce Sector Inquiry SWD (2017) 154 final, p. 3. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017\\_ecommerce\\_SI\\_final\\_report\\_en.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017_ecommerce_SI_final_report_en.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

<sup>6</sup> C-439/09 Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l’Autorité de la concurrence, Ministre de l’Économie, de l’Industrie et de l’Emploi. (2011). (<http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-439/09> – Access Date: 12.10.2023).

потенциальных дистрибуторов посредством системы селективной дистрибуции. Данные соглашения предполагают ориентацию на некие качественные критерии отбора кандидатов, тем самым разрешая проблему потенциального «фрирайдерства» со стороны дилеров, использующих в качестве канала сбыта только онлайн-продажи. В качестве предъявляемых критериев наиболее часто встречалось требование по обязательной организации офлайн-продаж, наряду с онлайн-каналами сбыта в виде физически существующего торгового пространства (что соотносится с требованиями в «Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений»<sup>7</sup>), что позволяет производителю исключить продажи их продукции авторизованными дистрибуторами сугубо через Интернет.

Напомним, что соглашения относятся к категории соглашений о селективной дистрибуции в том случае, если предъявление поставщиком такого рода качественных требований сопровождается введением запрета на перепродажу поставляемой им продукции. Причем эти запреты могут касаться не только перепродажи этой продукции прочим дилерам, но и, возможно, прочим авторизованным дилерам (Агамирова, Дзагурова, 2016: 5–6).

Ранее авторы в свете рассмотрения проблемы отсутствия внимания к поддержанию достаточных стимулов к осуществлению специфических инвестиций в «Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений» от 2010 подробно анализировали пример судебного разбирательства, возбужденного в ЕС в отношении косметологической компании PFDC, применявшей систему селективной дистрибуции для организации продаж своей продукции конечным потребителям (Агамирова, Дзагурова, 2016).

Схожее объяснение актуально для другого тренда, выявленного Еврокомиссией. В частности, в итоговом отчете упоминается **рост количества соглашений, предполагающих, к примеру, установление правил по организации рекламных кампаний**, которые могут при определенных обстоятельствах создавать препятствия для трансграничной онлайн-торговли.

Самую большую долю среди общего разнообразия применяемых вертикальных ограничивающих соглашений в условиях развитой электронной коммерции составляют **ценовые ограничения (resale price maintenances – RPM)**, адаптируемые к меняющейся структуре взаимодействия сторон, а именно, рекомендованная цена перепродажи и максимальная цена перепродажи (Агамирова, 2016: 46).

При этом в условиях привлечения производителем онлайн- и офлайн-дилеров Еврокомиссией было выражена обеспокоенность в отношении существующего порядка регулирования так называемого принципа «двойного ценообразования», который рассматривался регулятором в качестве запрещенной практики. В частности, данный подход к установлению производителем цен для своих дистрибуторов предполагал разницу в их уровне в зависимости от выбранного дистрибутором способа реализации товаров, онлайн или офлайн. Согласно логике Еврокомиссии, существование подобной разницы в уровне цены способствовала бы поддержанию стимулов к инвестированию в пред- и постпродажное обслуживание со стороны офлайн-ритейлеров за счет сокращения рисков от возможного фрирайдерства. Иными словами, цена производителя для онлайн-дистрибуторов устанавливалась бы выше, что компенсировало бы офлайн-дистрибуторам размер вложений в пред- и постпродажное обслуживание, или, иными словами, стимулировало бы так называемые специфические инвестиции. Это очень важный факт, который был подчеркнут регулятором в ходе проводимого опроса, поскольку он полностью соотносится с выводами экономической теории, сделанными ранее, но не находившими должного отклика в регулирующих нормах прежде (Akman and Sokol, 2017; Агамирова, Дзагурова, 2016).

Цифровые маркетплейсы являются одним из значимых каналов продаж для мелких и средних ритейлеров, однако в результате опроса было установлено, что порядка 18% опрошенных ритейлеров заключили со своими поставщиками соглашения, подразумевающие **полный запрет на реализацию товаров посредством маркетплейсов или частичный запрет реализации товаров через маркетплейсы (предполагающий соответствие дистрибуторов особым**

<sup>7</sup> Commission Guidelines on Vertical Restraints, p. 20. (OJ C. 130, 19.5.2010). ([http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/guidelines\\_vertical\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/guidelines_vertical_en.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

критериям, устанавливаемыми поставщиком)<sup>8</sup>. Данный факт вызвал обеспокоенность европейского суда на предмет законности на основе судебного разбирательства Case C-230/16 Coty Germany GmbH v. Parfümerie Akzente GmbH (2017)<sup>9</sup>. В этом судебном разбирательстве акцент делается на возможность создания условий, препятствующих развитию конкуренции, что противоречит статье 101(1) Лиссабонского договора о функционировании Европейского Союза.

Как известно, разновидности вертикальных ограничивающих соглашений могут быть классифицированы по нескольким критериям, что представляет сложность для построения всеобъемлющей классификации, но наряду с ограничениями, налагаемыми на продавца, существуют обратные формы вертикальных контрактов, подразумевающих передачу прав контроля принятия решений от поставщика в пользу цифровых платформ (Агамирова, Дзагурова, 2014а).

Наряду с запретом продаж через маркетплейсы, существует обратная практика (11% опрошенных компаний указали на ее наличие)<sup>10</sup>, а именно, применение вертикальных ограничивающих соглашений в отношении самих поставщиков, подразумевающих обязательства продавать свой товар через собственный веб-сайт по цене не ниже, чем та, которая была выставлена ими на платформе. Опасения регулятора, что подобные **соглашения о наиболее благоприятном режиме (MFN – most favoured nation clauses)** могут ограничить вертикальную конкуренцию между каналами дистрибуции (платформами и поставщиками) (Ezrahi, 2015), привели к большой дискуссии о целесообразности их запрета в дальнейшем (Akman, 2016; Baker and Morton, 2019; Дзагурова, Тихонова, 2021).

Традиционно вертикальные ограничивающие соглашения считаются менее опасными с точки зрения возможного ограничивающего воздействия на конкуренцию, чем горизонтальные соглашения (Mathewson and Winter, 1987). Тем не менее изменение разнообразия и интенсивности применения вертикальных ограничивающих соглашений под воздействием развития электронной коммерции заставляет заново переосмысливать их возможные про- и контрконкурентные последствия в этих новых условиях. Подразумевается, что вертикальные ограничения могут создавать предпосылки, облегчающие для поставщиков и покупателей условия для сговора на соответствующих горизонтальных уровнях. Иными словами, вертикальные ограничения рассматриваются с позиции *foreclosure*. В этом ключе применение таких разновидностей вертикальных ограничивающих соглашений, как RPM и MFN, рассматривается как особо отягчающее данную проблему обстоятельство. RPM приводят к ослаблению внутривендорной конкуренции, а MFN, применяемые цифровыми платформами в отношении поставщиков, к примеру, могут провоцировать вытеснение с рынка платформ более мелких перспективных участников (Akman and Sokol, 2017).

Данные, полученные в ходе этого опроса и опасения, вызванные его результатами, стали во многом для Еврокомиссии отправной точкой для возбуждения многих судебных разбирательств в отношении цифровых платформ, а также поставщиков, использующих онлайн-каналы для сбыта своей продукции.

### **Выводы, сделанные Еврокомиссией, в ходе судебных разбирательств в сфере цифровых платформ**

Главным аспектом, трансформирующим основные принципы взаимодействия участников рынка в результате развития интернет-торговли, стала интенсификация деятельности цифровых платформ. Цифровые платформы обеспечивают промежуточные транзакции и особенно важны для малого и среднего бизнеса, поскольку они обеспечивают легкий доступ к новым рынкам, клиентам и открывают новые возможности для бизнеса. Об их возросшей важности можно

<sup>8</sup> Report from the Commission to the Council and the European Parliament: Final report on the E-commerce Sector Inquiry SWD (2017) 154 final, p. 9. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017\\_ecommerce\\_SI\\_final\\_report\\_en.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017_ecommerce_SI_final_report_en.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

<sup>9</sup> Case C-230/16 Coty Germany GmbH v Parfümerie Akzente GmbH (2017). (<https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-230/16> – Access Date: 12.10.2023).

<sup>10</sup> Report from the Commission to the Council and the European Parliament: Final report on the E-commerce Sector Inquiry SWD (2017) 154 final, p. 9. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017\\_ecommerce\\_SI\\_final\\_report\\_en.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017_ecommerce_SI_final_report_en.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

судить по результатам проведенного Еврокомиссией опроса в секторе электронной коммерции. Результаты показывают, что мелкие и средние розничные продавцы товаров с большей вероятностью будут продавать товары онлайн через такие маркетплейсы, как Amazon и e-Bay, и реже – только через свои собственные интернет-магазины<sup>11</sup>. Такая ориентация на крупные маркетплейсы, как правило, обеспечивает большую долю оборота компании-поставщика по сравнению с другими каналами онлайн-продаж. При этом сами онлайн-платформы являются достаточно крупными игроками на рынке, извлекающими выгоду за счет действия косвенных сетевых эффектов, которые могут еще больше укрепить их рыночную власть.

В результате для регулятора становится крайне принципиально то, как определять положение цифровых платформ с юридической точки зрения. А именно, стоит ли рассматривать цифровые платформы как один из каналов сбыта, или же рассматривать их положение равным положению дистрибуторов/поставщиков, или же переходить к определению позиции цифровых платформ в качестве отдельного самостоятельного уровня вертикальной производственно-сбытовой цепи.

Другой вопрос, на который необходимо ответить, заключается в том, в какой степени производители могут ограничивать продажи дистрибуторов на онлайн-платформах. Целесообразность подобного рода запретов может быть обусловлена опасениями поставщика о том, что онлайн-продажи вредят имиджу их бренда или же они могут аргументировать применение подобной запретительной практики растущей рыночной властью платформ и, соответственно, желанием уравновесить это влияние, отказавшись от продажи своих товаров на определенной платформе. Интересной является аргументация Европейского суда, вставшего на сторону производителей в решении по делу «Coty»<sup>12</sup>, позволив им сохранить свободу самостоятельно решать, в какой мере они могут разрешать продажу своей продукции на онлайн-платформах и контролировать распространение своей продукции.

Тем не менее, это судебное решение оставило открытым для Еврокомиссии вопрос о целесообразности активного вмешательства регулятора в целом ввиду растущей переговорной власти онлайн-платформ в рамках взаимоотношений с поставщиками и дистрибуторами.

Одновременно с вышеупомянутым судебным разбирательством в июне 2015 года было инициировано расследование в отношении Amazon, вызванное опасениями в связи с применением соглашений RPM<sup>13</sup>. Согласно пунктам этих контрактов от издателей требовалось информировать Amazon о случаях, когда они предлагают более выгодные условия при реализации книжной продукции другим дистрибуторам и, соответственно, предоставлять такие же условия и Amazon. Эти требования Amazon затрагивали не только ценообразование, но и многие другие аспекты, которые конкуренты Amazon могли бы использовать в конкурентной борьбе, например, предусмотренные более ранние даты запуска электронных книг или рекламных предложений.

Применение подобных ограничительных практик было расценено Еврокомиссией в качестве препятствующих поставщикам электронных книг и конкурирующих с Amazon розничных продавцов электронных книг поддержанию стимулов к инвестированию в специфические активы, которые обладают высокой степенью рискованности ввиду нацеленности на конкретного партнера и утопленного характера этих затрат, т. е. невозможности их восполнения даже в частичном объеме в рамках взаимодействия с альтернативным контрагентом. Таким образом, повышалась вероятность принятия отрицательного решения о входе на рынок новых розничных продавцов, что негативным образом сказывалось на уровне конкуренции среди дистрибуторов и в итоге могло приводить к ограничению выбора для покупателей, а также, вероятно, установлению более высокого уровня цен на рынке. С целью прекращения антимонопольного разбирательства в начале 2017 года Amazon согласилась не применять данные требования в

<sup>11</sup> Monitoring the Digital Economy & Society 2016–2021, European Commission, Directorate-General Communications Networks, Content & Technology, p. 18–19. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017\\_ecommerce\\_SI\\_final\\_report\\_en.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2021-10/2017_ecommerce_SI_final_report_en.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

<sup>12</sup> Case C-230/16 Coty Germany GmbH v. Parfümerie Akzente GmbH (2017). (<https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-230/16> – Access Date: 12.10.2023).

<sup>13</sup> Case C-191/15 – the “Amazon case”, Verein für Konsumenteninformation v. Amazon EU Sàrl (2015). (<https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-191/15> – Access Date: 12.10.2023).

своих контрактах в течение 5 лет по всей Европе и обязалась не включать их в новые соглашения в дальнейшем. Комиссией эти предложения были одобрены и объявлены юридически обязательными в мае 2017 года, спустя менее двух лет с момента начала расследования.

Данное разбирательство примечательно тем, что цифровые платформы, используя вертикальные ограничивающие соглашения, налагаемые на поставщика, т. е. в направлении «назад», создавали прецедент для ограничения конкурентной среды на более низком уровне (уровне розничных продавцов) вертикальной производственно-сбытовой цепи.

Еще одним примером судебного разбирательства, инициированного Еврокомиссией, является дело Case-612/17 Google Shopping, Google and Alphabet v. Commission (2017)<sup>14</sup>, а именно, против сервиса Google Shopping. Оно демонстрирует в некотором роде обратную приведенной выше ситуацию. В обвинительном решении суда от 2017 года подчеркивалось, что Google злоупотребила доминирующим положением, предоставив более благоприятный режим своему собственному сервису Google Shopping по сравнению с аналогичными приложениями сторонних компаний-разработчиков, т. е. поставщиков. Так, по результатам поисковых запросов пользователей через систему Google цифровая платформа Google Shopping предлагалась одной из первых за счет занижения рейтингов прочих сервисов, предлагающих аналогичный функционал, который включал опцию по сравнению цен и организации покупки того или иного товара. Это привело к тому, что на рынке разработчиков приложений сложились условия для ограничения конкурентной среды, при этом сама поисковая система Google к этому уровню вертикальной производственной цепи не относилась. Это, несомненно, снижало стимулы участников рынка к кооперативным специфическим инвестициям, которые благотворным образом сказывались на покупателях.

Таким образом, меняющийся характер взаимодействия между игроками рынка электронной коммерции и растущее многообразие бизнес-моделей ими применяемых могут потребовать изменения подходов к оценке их действий в соответствии с законодательством о конкуренции. Особенности цифровых платформ требуют адаптации и совершенствования применения существующих инструментов, с тем чтобы регулятор мог противостоять антиконкурентной практике компаний и должным образом учитывать особенности соответствующих рынков. А именно, необходимо сохранить принцип открытости рынков цифровых платформ и стимулировать конкуренцию между их участниками.

### **Новые нормы регулирования вертикальных ограничений, принятые в ЕС в условиях развитости цифровых платформ**

Напомним, что основные принципы регулирования вертикальных ограничивающих соглашений в ЕС заложены в статье 101 (1) Лиссабонского договора о функционировании Европейского Союза, запрещающей вертикальные соглашения между участниками, заключение которых способно нанести вред конкуренции. При этом статья 101 (3) этого договора, напротив, содержит исключения тех случаев, в которых положительное воздействие от применения вертикальных ограничений превосходит их антиконкурентные последствия. В ЕС практика применения ценовых вертикальных ограничивающих соглашений (за исключением разрешенных таких, как максимальная и рекомендованная цена перепродажи) является запрещенной. В настоящее время это является значимым отличием от американской системы антимонопольного регулирования. Что касается неценовых вертикальных ограничивающих соглашений, то режим их регулирования был либерализован после судебного разбирательства по делу Case 161/84 Pronuptia de Paris GmbH v. Irmgard Schillgalis, (1986)<sup>15</sup>.

В ЕС процесс пересмотра норм регулирования вертикальных соглашений, в сторону их смягчения начался лишь в 1997 году, с принятия так называемого «Зеленого списка мер регулирования вертикальных ограничивающих соглашений» (Green paper on vertical restraints)<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> Case-612/17 Google Shopping, Google and Alphabet v. Commission (2017). (<https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=T-612/17> – Access Date: 12.10.2023).

<sup>15</sup> Case 161/84, Pronuptia de Paris GmbH v. Irmgard Schillgalis, (1986). (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:61984J0161:EN:HTML> – Access Date: 11.10.2023).

<sup>16</sup> Green paper on vertical restraints in EC competition policy. ([http://europa.eu/documents/comm/green\\_papers/pdf/com96\\_721\\_en.pdf](http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com96_721_en.pdf) – Access Date: 11.10.2023).

Затем в 2000 году был принят VBER<sup>17</sup>, и сопровождающее этот документ «Руководство по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений»<sup>18</sup>. После этого в 2002 году в ЕС в отдельную сферу было выделено регулирование вертикальных ограничений в автомобильной отрасли<sup>19</sup>, обновленное в 2010 году<sup>20</sup>, и регулирование вертикальных ограничивающих соглашений, касающееся передачи интеллектуальной собственности в 2004<sup>21, 22</sup>. В 2010 году вступила в силу новая редакция VBER<sup>23</sup>. В сопровождающем этот документ «Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений»<sup>24</sup>, впервые были отражены важные изменения, посвященные определению режима регулирования интернет-торговли.

Согласно этому документу, вертикальные ограничения признавались законной практикой, если рыночная доля фирмы не превышала 30%. Лишь некоторые разновидности вертикальных ограничений признавались особо опасными (*hardcore restrictions*), а именно, фиксация или установление минимальной цены перепродажи и некоторые виды территориальных ограничений. Впрочем, это не позволяет говорить о них, как незаконных *per se*, и фирмы могут получить от антимонопольных органов соответствующее одобрение, если им удастся привести убедительные доводы в пользу того, что положительные эффекты от заключения вертикальных ограничивающих соглашений перевешивают негативные. Если рыночная доля фирмы превышает пороговое значение в 30%, то решение о допустимости вертикальных ограничивающих соглашений принимается в соответствии с правилом *rule of reason*, т. е. при сопоставлении сопутствующих выгод и потерь (Агамирова, 2016).

Европейская комиссия 10 мая 2022 года одобрила новую редакцию перечня документов, традиционно устанавливающих правила применения вертикальных ограничивающих соглашений. Речь идет о блоке исключений по регулированию вертикальных ограничений – VBER и «Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений», которые вступили в силу 1 июня 2022 года. Данный перечень документов вносит важные изменения в отношении принципов регулирования дистрибуторских соглашений в соответствии с законодательством ЕС о конкуренции, в частности, в правила, регулирующие сочетание нескольких различных систем дистрибуции, подразумевающих вовлечение в бизнес-модель цифровых платформ. Речь идет об упомянутых ранее соглашениях о двойственном принципе ценообразования (*dual pricing*), соглашениях, позволяющих поставщику использовать несколько каналов сбыта (*dual distribution*), соглашениях о наиболее благоприятном режиме (*MFN – most favoured nation clauses*) и пр.

**1. Соглашения категории *dual distribution*** подразумевают, что поставщик активно действует на нескольких уровнях вертикальной производственно-сбытовой цепи, т. е. помимо производства товара, может напрямую осуществлять продажи своей продукции конечному потребителю через собственные интернет-магазины, при этом конкурируя с авторизованными дистрибуторами.

<sup>17</sup> Commission Regulation (EC) No 2790/1999 of 22 December 1999 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices. (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1999:336:0021:0025:EN:PDF> – Access Date: 11.10.2023).

<sup>18</sup> Commission notice - Guidelines on Vertical Restraints, Official Journal C. 291, 13.10.2000, p. 1–44. ([http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000Y1013\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000Y1013(01)&from=EN) – Access Date: 12.09.2023).

<sup>19</sup> Commission Regulation (EC) No 1400/2002 of 31 July 2002 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle sector. (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:203:0030:0041:en:PDF> – Access Date: 12.09.2023).

<sup>20</sup> Commission Regulation (EU) No 461/2010 of 27 May 2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices in the motor vehicle sector. (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:129:0052:0057:EN:PDF> – Access Date: 12.09.2023).

<sup>21</sup> Commission Regulation (EC) No 772/2004 of 7 April 2004 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of technology transfer agreements. (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:123:0011:0017:EN:PDF> – Access Date: 12.09.2023).

<sup>22</sup> Commission Notice – Guidelines on the application of Article 81 of the EC Treaty to technology transfer agreements (Official Journal C. 101 of 27.4.2004). ([http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004XC0427\(01\):EN:NOT](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52004XC0427(01):EN:NOT) – Access Date: 12.09.2023).

<sup>23</sup> Commission Regulation (EU) No. 330/2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices, OJ L 102, 4/23/2010. (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010R0330&from=EN> – Access Date: 12.09.2023).

<sup>24</sup> Commission Guidelines on Vertical Restraints (OJ C. 130, 19.5.2010). ([http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/guidelines\\_vertical\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/guidelines_vertical_en.pdf) – Access Date: 12.09.2023).

Нынешняя редакция VBER не включает соглашения между конкурирующими сторонами, т. е. поставщиком и авторизованным дистрибутором, в список исключений, поскольку их природа в большей степени соответствует горизонтальному типу соглашений. Однако, как специально отмечается в тексте документа, соглашения *dual distribution* подпадают под действие режима регулирования «безопасная гавань», требующего, тем не менее, соответствия ряду критериев:

- вертикальные соглашения, обеспечивающие предоставления услуг онлайн-посредничества в лице таких поставщиков, как маркетплейсы, магазины приложений, сервисы по продаже товаров и предоставлению опции сравнения цен с другими продавцами (например Google shopping) и т. п., но при этом предполагающих прямую конкуренцию таких поставщиков с участниками рынка, которым они предоставляют свои посреднические услуги, исключаются из режима регулирования «безопасная гавань»;
- обмен информацией между поставщиком и его дистрибуторами подпадает под действие «безопасной гавани» только в том случае, если (1) это непосредственно связано с выполнением вертикального соглашения или (2) необходимо усовершенствовать производственный процесс или оптимизировать систему сбыта товаров и/или услуг, предусмотренных контрактом. Новая редакция «Руководства по регулированию вертикальных ограничений» содержит одобренный регулятором «белый» список, а именно «пополняемый» список той информации, которой участникам рынка разрешено обмениваться и это будет рассматриваться в качестве действующего исключения согласно VBER, и «черный» список различных типов информации, напротив, признающихся незаконными<sup>25</sup>.

В соответствии со старой редакцией VBER режим «безопасной гавани» предоставляется только в том случае, если это пороговое значение рыночной доли поставщика, и покупателя не превышает 30%<sup>26</sup>.

Однако в условиях, когда речь идет об интенсификации онлайн-продаж, Еврокомиссией в предварительной версии VBER, опубликованной в июле 2021, было предложено ограничить значение допустимой рыночной доли поставщика и дистрибутора с 30% до 10%, что было вызвано серьезными опасениями о возможном контрконкурентном воздействии, связанном со снижением стимулов к инвестированию.

Тем не менее, в финальной версии документа данное положение было отменено.

2. Соглашения **dual pricing** предполагают дифференцированный способ установления поставщиком цены для дистрибуторов в зависимости от способа реализации ими продукции конечному потребителю (традиционный/гибридный/онлайн). Согласно прошлой редакции регулятивных документов, такие соглашения относились к категории «hardcore restrictions», т. е. признавались незаконной практикой в соответствии со статьей 101 (1) Лиссабонского договора о функционировании Европейского Союза. Однако в новой версии «Руководства по регулированию вертикальных ограничений» режим регулирования этой разновидности вертикальных ограничивающих соглашений был либерализован.

- В соответствии с новыми регулятивными нормами *dual pricing* больше не рассматривается в качестве *hardcore restrictions*, поскольку оно может стимулировать инвестиции. Это относится ко всем поставщикам, независимо от их модели дистрибуции. Стороны могут создать систему для эффективного внедрения *dual pricing* (мониторинг товаров, которые продаются онлайн).

- Разница в цене должна быть разумно соотносима с разницей в затратах и объемом осуществленных инвестиций участниками онлайн- и оффлайн-каналов сбыта, но стороны не обязаны проводить сложные расчеты затрат.

- Для того, чтобы отвечать стандартам режима регулирования «безопасная гавань», возникающая в результате *dual pricing* разница в оптовой цене не должна иметь целью ограничение продаж на определенных территориях в отношении групп потребителей или

<sup>25</sup> Commission Guidelines on vertical restraints, p. 20–25. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510\\_guidelines\\_vertical\\_restraints\\_art101\\_TFEU\\_.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510_guidelines_vertical_restraints_art101_TFEU_.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

<sup>26</sup> Commission Regulation (EU) No 330/2010 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices, OJ L 102, 4/23/2010. . <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010R0330&from=EN> – Access Date: 12.09.2023).

препятствовать эффективному использованию Интернета, кроме того, поставщик не должен ограничивать количество товаров, которые могут продаваться онлайн.

- Поставщик не имеет возможности предъявлять требования к дистрибуторам, чтобы розничные цены, устанавливаемые ими, были выше или ниже в зависимости от канала продаж<sup>27</sup>.

Этот факт, несомненно, должен быть расценен как крайне позитивный, особенно в свете постановки проблемы о необходимости осознания регулятором проблемы поддержания стимулов специфические активы и широкого ее обсуждения в экономической литературе. Поэтому здесь необходимо признать, что Еврокомиссия проявляет огромный интерес к анализируемым в экономической литературе теоретическим постановкам проблем и демонстрирует готовность адаптировать результаты этого экономического анализа непосредственно при имплементации новых норм регулирования.

3. Изменения коснулись режима регулирования **соглашений о паритете цен (price parity clauses – PPC)** или, как их еще называют, соглашений о наиболее благоприятном режиме (most favoured nation clauses – MFN). Ранее данные соглашения полностью подпадали под действие прошлой редакции VBER в качестве исключений. Однако в отношении этой разновидности вертикальных ограничивающих соглашений шли наиболее острые дискуссии среди академического сообщества, а также непосредственно в ходе правоприменительной практики (Дзагурова, Тихонова, 2021). Возникали существенные опасения о превалировании контрконкурентных эффектов в ходе их применения.

В результате Еврокомиссией были конкретизированы условия режима регулирования «безопасная гавань» для такого рода соглашений, а именно:

- межплатформенные паритетные соглашения (across-platforms parity agreements), подразумевающие запрет со стороны цифровых платформ в отношении поставщика устанавливать более низкие цены или лучшие условия контракта для других ритейлинговых платформ или прочих продавцов, использующих альтернативные каналы сбыта (т. е. соглашения о широком паритете цен – «wide parity clauses») более не включаются в перечень исключений в соответствии с новой редакцией VBER и должны рассматриваться в индивидуальном порядке в соответствии со статьей 101 (3) Лиссабонского договора о функционировании Европейского Союза, поскольку отныне они относятся к категории исключенных соглашений согласно пункту 5 (d) VBER<sup>28</sup>.

Это решение полностью отражает общую обеспокоенность регулятора созданием условий, ограничивающих конкуренцию для производителя, согласно статье 101 (1) Лиссабонского договора о функционировании Европейского Союза, что также нашло свое отражение в ходе многих судебных разбирательств и вынесенных по ним решениям.

При этом новая редакция VBER рассматривает применение соглашений об узком паритете розничных цен так же, как и соглашений об оптовом паритете цен, рассматривает, в качестве законной практики и включает их в список исключений действия статьи 101 (1) Лиссабонского договора о функционировании Европейского Союза при соблюдении порогового значения доли рынка для сторон взаимодействия на уровне 30%<sup>29</sup>.

С одной стороны, может показаться, что это положение игнорирует выводы, сделанные в ходе продолжительной критики академического сообщества, а также самих судов, соглашений об узком паритете розничных цен, о том, что они лишают производителей права продавать свой товар по цене более низкой, чем та, которая была выставлена ими на платформе. Практика их полной отмены началась еще в 2013 году в Германии (Ezrachi, 2015; Akman, 2016), с

<sup>27</sup> Commission Guidelines on vertical restraints, p. 46. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510\\_guidelines\\_vertical\\_restraints\\_art101\\_TFEU.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510_guidelines_vertical_restraints_art101_TFEU.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

<sup>28</sup> Commission Regulation (EU) 2022/720 of 10 May 2022 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices (OJ L 134, 11.5.2022, pp. 4–13) p. 8. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R0720&https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R0720> – Access Date: 11.10.2023).

<sup>29</sup> Commission Regulation (EU) 2022/720 of 10 May 2022 on the application of Article 101(3) of the Treaty on the Functioning of the European Union to categories of vertical agreements and concerted practices (OJ L 134, 11.5.2022, pp. 4–13) p. 9. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R0720&https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R0720> – Access Date: 11.10.2023).

расследования, касающегося правомерности применения соглашений об узком паритете цен платформами Expedia и Booking.com. Однако в дальнейшем этот тренд сменился, и в результате многие решения о запрете соглашений об узком паритете цен были отменены Апелляционным судом, в том числе и в этом первом судебном деле с формулировкой, что запрет узкого паритета цен имеет серьезные последствия для цифровых платформ, лишая их возможности эффективно противодействовать showrooming, который, несомненно, является формой «фрирайдерства» (т. е. возможности продавца привлекать новых покупателей за счет платформы, а затем осуществлять заключение контракта с ними о прямой продаже).

В этой связи появление соглашений об узком паритете цен среди исключений выглядит весьма логичным, поскольку отражает зрелую позицию регулятора, прошедшего через долгое рассмотрение возможных про- и контрконкурентных последствий применения таких соглашений.

При этом в Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений в разделах 6.2.4 и 8.2.5 содержатся пояснения о том, в каких случаях действие данных соглашений не подпадает под положения VBER. Например, в ситуациях, отсутствия объективных причин, объясняющих повышения общей эффективности на рынке большим охватом платформами пользователей (кумулятивный эффект)<sup>30</sup>.

**4. Еще одной категорией вертикальных ограничивающих соглашений, претерпевшей значимые изменения в регулировании под воздействием влияния интернет-торговли, является система селективной дистрибуции.**

В этой связи очень важно отметить роль по крайней мере двух значимых судебных разбирательств в этой сфере, а именно PFDC<sup>31</sup> и Coty<sup>32</sup>, повлиявших на переосмысление Еврокомиссией норм регулирования.

Нововведения касаются пересмотра так называемого принципа эквивалентности при определении критериев отбора между онлайн- и оффлайн-каналами дистрибуции. Причиной этому является осознание регулятором состоятельности способа продаж онлайн, и, как результат, отсутствие необходимости в его дополнительной защите по сравнению с офлайн-каналами сбыта.

В деле Coty практика продавца товаров класса люкс запрещать авторизованным дистрибуторам продавать его продукцию через сторонние онлайн-платформы была признана законной. В новых нормах регулирования, содержащихся в Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений формализовано решение по делу Coty в том, что полный запрет продаж через онлайн-площадки в качестве канала продаж не является жестким ограничением «hardcore restrictions»<sup>33</sup>.

И наоборот, запрет на использование определенных поисковые системы или сервисов по сравнению цен, будет рассматриваться как «hardcore restrictions» в соответствии со статьей 4(е) (а именно, запрет на использование только определенных поисковых систем или веб-сайтов по сравнению цен может быть расценен как жесткое ограничение, если его целью является предотвращение эффективного использования Интернета, особенно если конкурирующие сервисы в этом сегменте не способны привлечь конечных потребителей в интернет-магазин дистрибутора).

В новом Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений содержатся разъяснения о том, что поставщик, применяющий селективную систему дистрибуции для продвижения своей продукции, может устанавливать не эквивалентные друг другу критерии для онлайн- и офлайн-продаж (в силу объективной разницы в технологии организации продаж -онлайн и -офлайн), при условии, что критерии онлайн-продаж не имеют целью ограничение эффективного использования Интернета.

<sup>30</sup> Commission Guidelines on vertical restraints, p. 72, 95. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510\\_guidelines\\_vertical\\_restraints\\_art101\\_TFEU.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510_guidelines_vertical_restraints_art101_TFEU.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

<sup>31</sup> C-439/09 Pierre Fabre Dermo-Cosmétique SAS v. Président de l’Autorité de la concurrence, Ministre de l’Économie, de l’Industrie et de l’Emploi. (2011). (<http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&num=C-439/09> – Access Date: 12.10.2023).

<sup>32</sup> Case C-230/16 Coty Germany GmbH v. Parfümerie Akzente GmbH (2017). (<https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-230/16> – Access Date: 12.10.2023).

<sup>33</sup> Commission Guidelines on vertical restraints, p. 44–45. ([https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510\\_guidelines\\_vertical\\_restraints\\_art101\\_TFEU.pdf](https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-05/20220510_guidelines_vertical_restraints_art101_TFEU.pdf) – Access Date: 12.10.2023).

В качестве примера, в Руководстве по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений говорится, что поставщик может предъявлять требования для обеспечения стандартов качества онлайн-продаж, такие как требование о создании и функционировании онлайн-службы постпродажного обслуживания, требование о покрытии расходов клиентов на возврат приобретенных товаров или использование безопасных платежных систем.

Новый правила VBER обеспечивают более надежную защиту систем селективной дистрибуции и применяются к ним в независимости от типа продукта, критериев отбора и того, были опубликованы эти критерии или нет.

### Заключение

Развитие электронной коммерции меняет стимулы и принципы взаимодействия участников рынка на разных уровнях вертикальной производственно-сбытовой цепи. На протяжении последних 10 лет эти тенденции находились под пристальным вниманием регулирующих органов ЕС и стали продуктивной областью исследования для экономистов.

Меняющийся характер конкуренции и роль самих участников рынка на фоне развития цифровых платформ стали отправной точкой для создания новых разновидностей контрактных практик, по-новому задающих стимулы для сторон соглашения. Это привело к возникновению для регулятора вызовов в свете подготовки следующей редакции нормативных документов, регулирующих правомерность применения вертикальных ограничивающих соглашений.

Проведенный анализ показал высокую степень осознанности регулирующих органов в странах ЕС при попытках разрешения возникающих конфликтов интересов сторон и оценки правомерности применения вертикальных ограничивающих соглашений в новых условиях.

В процессе подготовки новых норм регулирования была проведена кропотливая аналитическая работа, реализовано масштабное исследование на основе опроса большого количества участников рынка и потребителей, активно перенимался опыт, полученный в ходе судебных разбирательств, которые во многом стали отправной точки для изменения режима регулирования тех или иных вертикальных ограничений.

В итоге вышедшая в свет новая редакция VBER и «Руководства по регулированию вертикальных ограничивающих соглашений» в большей степени смогла учесть все наиболее обсуждаемые в процессе правоприменения и в рамках экономических исследований проблемные сферы. При этом Еврокомиссией неоднократно подчеркивается возможность применения индивидуального подхода в вопросах регулирования особо сомнительных с позиции антиконкурентного воздействия случаев.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Агамирова М.Е. (2015). Европейская методика по оценке правомерности вертикальных ограничивающих соглашений методом «взвешенного подхода» в контексте осуждения характера специфических инвестиций. *Journal of Institutional Studies* 7(3): 64–75. [Agamirova, M.E. (2015). European methodology of analysis vertical restraints under rule of reason in context of cooperative relation specific investments. *Journal of Institutional Studies* 7(3): 64–75. (In Russian).]
- Агамирова М.Е., Дзагурова Н.Б. (2016). Правомерность вертикальных ограничивающих соглашений с позиции «взвешенного подхода» и характер специфических инвестиций. *Экономическая политика* 11(6): 122–137. [Agamirova, M.E., Dzagurova, N.B. (2016) The equality of vertical restraints by the rule of reason and the character of the specific investments. *Economic Policy* 11(6): 122–137. (In Russian).]
- Агамирова М.Е., Дзагурова Н.Б. (2014 а). Подходы к классификации вертикальных ограничивающих соглашений. *Современная конкуренция* 48(6): 20–30. [Agamirova, M.E., Dzagurova, N.B. (2014a). The classification of vertical restraints. *Modern Competition* (6): 20–30. (In Russian).]

- Агамирова М.Е., Дзагурова Н.Б. (2014 b). Стимулы для осуществления кооперативных специфических инвестиций: от судебных решений к теоретическому анализу. *Экономическая политика* (4): 79-97. [Agamirova, M.E., Dzagurova, N.B. (2014b). Incentives for cooperative specific investments: from antitrust cases to theoretical approaches. *Economic Policy* (4): 79–97. (In Russian).]
- Дзагурова Н.Б., Агамирова М.Е. (2014). Критерии разграничения эгоистических и кооперативных специфических инвестиций. *Journal of Institutional Studies* 6(4): 65–76. [Dzagurova, N.B., Agamirova, M.E. (2014). Criteria for selfish and cooperative relation-specific investments distinction. *Journal of Institutional Studies* 6(4): 65–76. (In Russian).]
- Дзагурова Н.Б., Тихонова А.В. (2021) Регулирование соглашений об узком паритете цен на многосторонних рынках. *Journal of Institutional Studies* 13(2): 116–129. [Dzagurova, N.B., Tikhonova, A.V. (2021). Regulation of narrow price parity agreements in multi-sided markets. *Journal of Institutional Studies* 13(2): 116–129. (In Russian).]
- Acquier, A. (2018). Uberization Meets Organizational Theory: Platform Capitalism and the Rebirth of the Putting-Out System. In N. Davidson, M. Finck, & J. Infranca (Eds.), *The Cambridge Handbook of the Law of the Sharing Economy* (Cambridge Law Handbooks, pp. 13–26). Cambridge: Cambridge University Press.
- Akman, P. (2016). A competition law assessment of platform most-favored-customer clauses. *Journal of Competition Law & Economics* 12(4): 781–833.
- Akman, P., Sokol D. (2017). Online RPM and MFN Under Antitrust Law and Economics. *Review of Industrial Organization* 50(2): 133–151.
- Baker, J., Morton, F.S. (2019). Antitrust Enforcement Against Platform MFNs. *The Yale Law Journal* 127(7): 2176–2202.
- Baye, M., Morgan, J. (2001). Information Gatekeepers on the Internet and the Competitiveness of Homogeneous Product Markets. *American Economic Review* 91(3): 454–474.
- Baylis, K., Perloff, J. (2002). Price Dispersion on the Internet: Good Firms and Bad Firms. *Review of Industrial Organization* 21(3): 305–324.
- Campbell, C., Ray, G., Muhanna, W. (2005) Search and collusion in electronic markets. *Management Science* 51(3): 497–507.
- Carlton, D., Chevalier, J. (2001). Free riding and sales strategies for the Internet. *The Journal of Industrial Economics* 49(2): 441–461.
- Davis, G.F., Kim, S. (2015). Financialization of the Economy. *Annual Review of Sociology* 41: 203–221.
- Ezrachi, A. (2015). The competitive effects of parity clauses on online commerce. *European Competition Journal* 11(2-3): 488–519.
- Schmitz, S., Latzer, M. (2002). Competition in B2C e-Commerce: Analysis Issuers and Empirical Evidence. *Electronic Markets* 12(3): 163–175.