**Протокол заседания №3 от 16.11.2009**

|  |  |
| --- | --- |
| Сопредседатель | Б.А. Чесноков, президент Алтайской торгово – промышленной палаты |
| Секретарь | Л.И. Смирнова, заместитель руководителя управления ФАС по Алтайскому краю |

На заседании присутствовали:

Члены Совета:

С.С. Поспелов;

Е.С. Госьков;

Е.Н. Чупина (вместо Т.И. Сажаевой);

А.А. Вайс;

Г.Н. Тимошенко;

Ш.М. Атабаев.

Приглашенные:

Н.А. Скокова – начальник юридического отдела ЗАО «Эвалар» (г. Бийск);

Н.Е. Буянкина – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции управления ФАС по Алтайскому краю;

А.В. Гостюшев – начальник отдела контроля органов власти управления ФАС по Алтайскому краю;

Е.А. Пушкарева – пресс – секретарь управления ФАС по Алтайскому краю;

И.А. Дутлова – специалист – эксперт отдела товарных и финансовых рынков управления ФАС по Алтайскому краю.

Повестка дня:

1. Информация по теме: «Нормы регионального законодательства, создающие ограничения для субъектов предпринимательства».

2. Применение рекламного законодательства на рынке лекарственных средств и биологически активных добавок. Законодательные инициативы.

3. О результатах исследования деятельности управления ФАС по Алтайском краю в рамках Российского общественного мониторинга.

1. СЛУШАЛИ: Гостюшева А.В. начальника отдела контроля органов власти управления ФАС по Алтайскому краю

Взаимоотношения органов власти всех уровней и субъектов предпринимательства регламентируются статьями 15,16, 17, 17.1, 18, 19 Федерального закона №135-ФЗ «О защите конкуренции». Постоянный мониторинг правовых актов администрации Алтайского края и Алтайского краевого Законодательного Собрания, проводимый отделом контроля органов власти УФАС по собственной инициативе не выявил норм, которые могли бы привести к ограничению конкуренции в той или иной сфере экономики. Что говорит, по мнению начальника отдела, о серьезной правовой проработке документов и многоступенчатом контроле на этапе их подготовки.

Вместе с тем, правовая база, принимаемая на уровне муниципалитетов, как показывает практика, не так безупречна с точки зрения антимонопольного законодательства. Нарушения закона были выявлены в актах, регламентирующих содержание кладбищ, семи муниципальных образованиях края.

Кроме того, представительным органам 14 муниципальных образований были выданы предписания о приведении местных актов о порядке распоряжения муниципальным имуществом в соответствие со ст. 17.1 Федерального закона № 135 «О защите конкуренции», предусматривающей публичный порядок (аукцион, конкурс) передачи такого имущества в ведение хозяйствующих субъектов.

В обсуждении вопроса приняли участие: Чесноков Борис Анатольевич, президент Алтайской торгово–промышленной палаты, член Общественного совета по развитию предпринимательства при губернаторе Алтайского края, Вайс Александр Александрович, исполнительный директор Союзакрестьянских (фермерских) формирований Алтайского края, Атабаев Шукурулла Мухамеджанович, директор ООО «Трубопласт», член общественного совета по развитию предпринимательства при губернаторе Алтайского края.

Исполнительный директор Союза крестьянских (фермерских) хозяйств рассказал, с чем сталкиваются многие члены Союза, желающие воспользоваться возможностями, предоставляемыми региональной программой поддержки фермерских хозяйств. В частности, многие фермерские хозяйства не могут получить поддержку, поскольку не удовлетворяют критериям программы (например, по количеству КРС в хозяйствах).

РЕШИЛИ:

- поручить управлению ФАС по Алтайскому краю проанализировать названную целевую программу на предмет ее соответствия антимонопольному законодательству, о результатах проинформировать на следующем заседании совета;

- рекомендовать предпринимателям Алтайского края при возникновении проблем с применением регионального законодательства обращаться в УФАС по Алтайскому краю;

- рекомендовать членам совета информировать предпринимателей о возможности защиты их интересов через управление ФАС по Алтайскому краю.

2. СЛУШАЛИ: Скокову Надежду Алексеевну, начальника юридического отдела ЗАО «Эвалар» (г. Бийск), которая довела до сведения присутствующих об основных проблемах, возникающих у производителей БАДов, в связи с действующим законодательством о рекламе.

В докладе было отмечено, что Закон достаточно лаконичен, актуален, также отмечается, что в новых законодательных требованиях к рекламе лекарств нет излишней жесткости, которая могла бы ограничить частные методы продвижения лекарственных средств. Новые нормы закона ни в чем не противоречат регулированию рекламы средств, принятому в мировой практике.

Однако данный Закон не совсем совершенен, это почувствовали не только рекламодатели, но и органы, контролирующие рекламу, в частности это коснулось в отношении пищевых продуктов: биологически активных добавок к пище, продуктов специализированного назначения, лечебного – профилактического назначения.

Как показала практика, проблемы, с которыми сталкивается как рекламодатель, так и потребитель продукции, это: недостоверность рекламы; многообещающая (агрессивная) реклама; позиционирование БАД как лекарства. В результате можно наблюдать кризис потребительского доверия.

Закон усилил государственный контроль за содержанием рекламы БАД, однако он сведен к контролю за крупными производителями рынка БАД, которые вышли на рынок не на один день, соблюдают установленные законом стандарты качества, открыто заявляют о себе и своей продукции, несут ответственность перед потребителями за ее качество и эффективность.

В то же время докладчиком было отмечено, что закон не затрагивает вопросы рекламы в сети Интернет и не ограничивает шоппинг в сети (сетевой маркетинг).

В этой связи очень много нареканий в отношении рекламы и некачественного продукта, которые, как правило, реализуются посредством Интернет – магазинов, развозной, разностной торговли, и изготавливаются в большинстве своем фирмами «однодневками» или «псевдопроизводителями». В результате у потребителей возникает негативная оценка данного вида продукции (конкретно, БАД), в этой ситуации также страдают производители качественно продукции.

Также ЗАО «Эвалар» - производитель пищевых добавок, в лице своего представителя Скоковой Н.А. считают, что закон о рекламе, касательно БАДов несовершенен и требует некоторой доработки.

Закон имеет неоправданное большое количество оценочных понятий и крайне субъективную трактовку (некоторые статьи данного закона содержат такие оценочные понятия, как «создание впечатления» о том, что объект рекламирования являются лекарственными средствами или обладают лечебными свойствами; либо «создание впечатление о преимуществе» объекта рекламирования; «указание на лечебные свойства, то есть положительное течение болезни» объекта рекламирования; «отсутствие существенной информации о рекламируемом товаре»)

Также в законе отсутствуют четкие критерии, что можно, а что нельзя.

Докладчиком было отмечено, что БАД - это достаточно новый вид товара, существует на рынке чуть более 10 лет, поэтому потребитель узнает о товаре прежде всего из рекламы, то есть рынок БАД в отличие от рынка лекарств на сто процентов зависит от рекламы.

По мнению докладчика, реклама данного продукта должна быть полной, достоверной, отражать действительные свойства, область и эффективность применения.

Для этого необходимо вводить стандарты и критерии надлежащей рекламы, усиливать контроль и пресечение недобросовестных участников рекламного рынка в категории БАД и усилить работу со СМИ по мониторингу и устранению недобросовестной рекламы.

Положительным моментом следует отметить предложение ряда депутатов Государственной Думы ввести уголовную ответственность за фальсификацию лекарств и биологически активных добавок к пище. Поправки будут очень своевременны, поскольку развитие теневого рынка лекарственных средств и БАДов требует принятие решительных мер.

Однако наряду с прогрессивными предложениями появляются неоправданно необоснованные поправки. Так в октябре 2009 г. депутатами фракции «Справедливая Россия» внесены в Госдуму предложения о запрете рекламы лекарственных средств и биологически активных добавок к пище на телевидении, радио и печатных СМИ. Согласно законопроекту, рекламировать фармпродукцию предлагается только в медицинских и фармацевтических изданиях, а также на специализированных выставках и конференциях. При этом предлагаемый проект не затрагивает вопросов рекламы в сети Интернет и шоппинг в сети (сетевой маркетинг).

По мнению докладчика, данная поправка, в случае ее принятия приведет к:

- сокращению рынка аптечных продаж БАД (прозрачного, цивилизованного, контролируемого рынка);

- росту теневого рынка;

- усилению сетевых продаж;

- снижению объемов производства у ведущих производителей, как следствие – сокращение персонала и остановка некоторых производств;

- снижению образовательного уровня о здоровом образе жизни;

- вымыванию БАД из ассортимента аптек.

Таким образом, на сегодняшний день рекламное законодательство требует усовершенствования, оно должно быть разумным, без излишней жесткости, которое могло бы ограничить развитие отечественных производств.

Скоковой Н.А. в конце своего выступления были внесены предложения по внесению изменений в ст.ст.5,25 Федерального закона «О рекламе»

РЕШИЛИ: По результатам изложенного направить предложения ЗАО «Эвалар» в ФАС России для дальнейшей работы подготовки предложений по внесению изменений в действующее законодательство.

3.           СЛУШАЛИ: Докладчиком по данному вопросу выступила Тимошенко Галина Николаевна, руководитель общественного объединения по защите прав потребителей, член Общественно – консультативного совета.

Исследование деятельности управления ФАС по Алтайскому краю проводится в рамках общественного мониторинга деятельности антимонопольных органов. Данный мониторинг проводится региональными мониторинговыми группами в 10 субъектах РФ.

Рабочую группу в Алтайском крае возглавляет член Общественно - консультативного совета при управлении ФАС по Алтайскому краю Тимошенко Г.Н.

По результатам проведенных исследований группой будет подготовлен тематический доклад о соблюдении общественных интересов в деятельности территориальных органов ФАС России.

В ходе выступления на заседании ОКС докладчиком были представлены и рассмотрены некоторые аспекты проведенного мониторинга.

В начале выступления Тимошенко Галина Николаевна пояснила, что данный мониторинг проводится по определенной схеме, включающей в себя несколько тематических блоков. По заказу ФАС России институтом национального проекта «Общественный договор» совместно с Центром ГРАНИ был разработан ряд вопросов, предложенный для ответа респондентам.

Респондентами выступили лица, которые направляли заявления в адрес управления, в также 10 экспертов, в том числе представители Торгово – промышленной палаты, Алтайского союза предпринимателей, журналисты Алтайского края.

В ходе заседания выступающим были озвучены и прокомментированы следующие вопросы:

- Насколько остра была проблема обращения в антимонопольный орган у заявителя в момент обращения?

- С кем у заявителей возникли конфликтные ситуации? (Органы власти, хозяйствующие субъекты, ресурсоснабжающие организации и т.д.)

- Какой результат ожидался заявителем после обращения в антимонопольный орган?

- Из каких источников была получена информация об антимонопольном органе?

- Срок рассмотрения представленных заявлений?

- Как повлияло рассмотрение заявления на проблемную ситуацию?

- Продолжается ли действия монополистов, которые привели к конфликту в отношении организации, после вынесенного решения управления ФАС по Алтайскому краю?

- Какие действия управления принесли потребителям пользу?

и другие вопросы, характеризующие эффективность деятельности управления ФАС по Алтайскому краю.

Обсуждая предварительные результаты проведенного мониторинга, члены ОКС пришли к выводу, что участникам хозяйственной деятельности, в том числе и заявителям УФАС по Алтайскому краю, порой не хватает информированности о функциях и полномочиях антимонопольного органа. Поэтому ОКС дана рекомендация УФАС по Алтайскому краю продолжить работу по адвокатированию конкуренции, в том числе, информируя общественность о деятельности управления посредством собственного Интернет – сайта и СМИ региона.

Сопредседатель                                              Б.А. Чесноков

Секретарь                                                       Л.И. Смирнова