

ПРАВОВОЙ АВИТАМИНОЗ

КЛЮЧЕВЫМИ ПРОБЛЕМАМИ РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ЯВЛЯЮТСЯ ВОПРОСЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ ДОЛЖНОГО КАЧЕСТВА И ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ. ПО МНЕНИЮ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ИНДУСТРИИ, НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ В РОССИИ НАЛАГАЮТ НА ЭТОТ БИЗНЕС ИЗБЫТОЧНУЮ НАГРУЗКУ. ЮРИСТЫ ЖЕ УВЕРЕНЫ, ЧТО СДЕЛАТЬ ОТРАСЛЬ ПРОЗРАЧНЕЕ ПОМОЖЕТ УСИЛЕНИЕ КОНТРОЛЯ НА ВСЕХ ЭТАПАХ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ БАДОВ.

ЕЛЕНА ИСАЕВА



В БАДАХ РЕГУЛЯРНО ОБНАРУЖИВАЮТСЯ НЕЗАЯВЛЕННЫЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ СУБСТАНЦИИ. МЕРЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ТАКИЕ НАРУШЕНИЯ СУЩЕСТВЕННЫ

В связи с тем, что биологические активные добавки (БАД) отнесены к пищевой продукции, основными источниками регулирования оборота этих средств являются закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов», СанПиН 2.3.2.1290–03, регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции», а также ряд постановлений государственного санитарного врача (устанавливающих требования к организации производства и оборота биологически активных добавок и правила о надзоре за ними), методические указания по определению безопасности и эффективности БАДов (МУК 2.3.2.721–98. 2.3.2), рекомендации по уровню их употребления (МР 2.3.1.1915–04), руководство по методам контроля качества и безопасности этой продукции (Р 4.1.1672–03) и иные нормативные акты.

«Оборот БАДов в той или иной степени регулируется законами о защите прав потребителей, о техническом регулировании и о рекламе, законодательством Таможенного союза, а также Административным и Уголовным кодексами», — добавляет Далия Залялова, юрист адвокатского бюро «Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры».

«Сейчас рынок БАДов регулируется нормативными актами Евразийского экономического союза. Это технические регламенты „О безопасности пищевой продукции“, „Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств“ и некоторые другие», — дополняет Александр Чекарев, менеджер по связям с органами государственной власти компании Amway.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ Несмотря на обширную нормативную базу, рынок БАДов является непрозрачным и не всегда безопасным для потребителя. По результатам завершившейся в январе широкомасштабной проверки Роспотребнадзора, проведенной среди производителей и дистрибуторов, с реализации была снята 641 партия биологически активных добавок, из них — 108 партий импортной продукции, приводит данные господин Чекарев.

Одной из причин является то, что в такой продукции регулярно обнаруживаются незаявленные фармацевтические субстанции. В качестве примера Далия Залялова приводит прекращение государственной регистрации биологически активных добавок «Тонгкат

Али Платинум» и «Тонгкат Али Платинум Форте» (Малайзия), содержащих не заявленные при государственной регистрации фармацевтические субстанции (тадалафил). В конце января 2016 года суд отказал удовлетворить заявления дистрибутора этой продукции ООО «Спарт» об отмене соответствующего приказа Роспотребнадзора.

При этом по нынешнему законодательству фальсификация БАДов предполагает существенные меры ответственности. Она влечет за собой штраф до 5 млн рублей или приостановление деятельности до 90 суток, а при фальсификации БАДов, содержащих не заявленные при государственной регистрации фармацевтические субстанции на сумму от 100 тыс. рублей, наступает уголовная ответственность с лишением свободы до пяти лет и штрафом до 2 млн рублей. «В качестве примера можно привести дело о мошенничестве на сумму 20 млн рублей, которое в настоящее время передано в Советский районный суд Челябинска. Фи-

гурантам грозит наказание в виде лишения свободы на срок до 20 лет», — вспоминает госпожа Залялова.

ДИСТАНЦИЯ По мнению Шамиля Шихшаидова, адвоката коллегии адвокатов города Москвы «Барщевский и партнеры», негативные явления на рынке связаны и с тем, что немалая часть БАДов продается дистанционно. Здесь недостаточен контроль со стороны органов исполнительной власти, утверждает он. «Предприниматели, реализующие БАДы дистанционно или через сетевые структуры, игнорируют требования, закрепленные в соответствующих санитарно-гигиенических требованиях», — говорит господин Шихшаидов.

Канал распространения действительно мощный. «Если посмотреть на структуру Российской ассоциации прямых продаж, то 10 из 18 компаний, упомянутых в списке членов ассоциации, производят и продают БАДы», — подтверждает Александр Чека-

СТАТИСТИКА ТЕНДЕНЦИИ 2015 ГОДА ПО РЕАЛЬНЫМ ПРОДАЖАМ

ИРИНА СКВОРЦОВА, директор по исследованиям в области здравоохранения MAGRAM Marketing Research: — В конце года на рынке было зафиксировано 732 производителя (по сравнению с 684 на начало 2015 года), которые предлагали 4085 наименований БАДов (за 2015 год появилось на 385 наименований больше). Средневзвешенная цена одной упаковки уменьшилась на 7,6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Очевидно постепенное смещение покупательского спроса в сторону более дешевых препаратов, которое проходило в течение всего года с некоторыми сезонными колебаниями.

Наибольшую долю рынка в течение всего 2015 года контролировали ЗАО «Эвалар» (15%), «РИА Панда» (около 8%) и «Фармамед» (около 8%). Также продолжали держать свои лидерские позиции (входят в топ-10) компании Solgar Vitamin and Herb, Recordati S.p.A, Queisser Pharma GmbH & Co. KG и Merck Selbstmedikation, совокупная доля которых на начало 2016 года составила около 14% рынка в стоимостном выражении. Новичком десятки рейтинга 2015 года стала компания ПАО «Отисифарм», чья доля рынка БАДов к началу 2016 года уже составила около 2%.

Средняя норма рентабельности инвестиций производства БАДов в течение года колебалась в районе 11%, а рентабельность вложенного капитала достигала 55%. Срок окупаемости составляет 3,5–5 лет.

АЛЕКСАНДР ЧЕКАРЕВ, менеджер по связям с органами государственной власти Amway:

— Большой сегмент рынка БАДов — добавки для поддержания здоровья (wellness supplements). Этот сегмент включает в себя диетические добавки к пище, функциональные («спортивные») продукты и напитки, добавки при индивидуальной непереносимости тех или иных продуктов питания (например, пробиотиков) и дерматокосметические средства. В мире этот сегмент очень активизировался.

По данным аналитики от Research and Markets, объем мирового рынка добавок для поддержания здоровья в 2015 году составлял \$183,1 млрд, а к 2020 году достигнет \$249,4 млрд.

Ключевые игроки сегмента — американские компании, за ними следуют европейские. Отчет Research and Markets причисляет к лидерам этого рынка следующих игроков (не в порядке рейтинга): Nestle S.A. (Швейцария), Abbott Laboratories (США), Amway (США), Otsuka Holdings Co., Ltd. (Япония), Herbalife Ltd. (США), Archer Daniels Midland Company (США), Glanbia plc (Ирландия), NBTY, Inc. (США), GNC Holdings, Inc. (США), Nu Skin Enterprises, Inc. (США).

рев. По информации Amway, являющейся крупнейшим игроком отрасли, доля БАДов и витаминно-минеральных комплексов от общего объема продаж продукции компании в мире составляет 46%. «В России структура продаж иная, пока лидируют средства по уходу за домом, но доля БАДов в общем „пироге“ увеличивается год от года», — говорит господин Чекарев. По его мнению, существующие законодательные акты во многом не учитывают те возможности, которые дают БАДы в части защиты здоровья населения. Поэтому основной тенденцией законодательской работы он видит разработку механизмов расширения доступа российских граждан к БАДам при сохранении, однако, эффективности системы обеспечения качества и безопасности продукции. «Важной составляющей в этом вопросе является информационная работа, помогающая потенциальным покупателям сформировать корректное представление о свойствах приобретаемой продукции», — полагает представитель Amway.

РЕКЛАМА Производители БАДов часто говорят о чрезмерно жестких требованиях в области рекламы своей продукции, таких, например, как запрет на указание лечебных свойств. При этом, замечает Далия Залялова, нарушение закона о рекламе производителями БАДов является массовым. «Так, 12.02.2016 в первой инстанции было отказано удовлетворить иск ООО „РИА Панда“ о признании незаконным и отмене постановления УФАС по Ставропольскому краю. Общество обязали оплатить штраф в размере 500 тыс. рублей за нарушение закона о рекламе, а именно за создание впечатления, что рекламируемый товар обладает лечебными свойствами. Также в конце декабря 2015 года „Аргументы и факты“ были оштрафованы на сумму в размере 350 тыс. рублей за указание на лечебные свойства БАДов. В иске о признании незаконным и отмене постановления ФАС России „Аргументам и фактам“ отказано. В настоящий момент апелляционная жалоба издания принята к производству», — приводит примеры эксперт. И ожидать смягчения регулирования этой сферы, по ее мнению, не стоит: подтверждение лечебных свойств может быть установлено только в рамках строго регламентированных клинических исследований.