

Косметика не должна продаваться под видом лекарств

01 июня 2009, 15:09

ЗАО «Л`Ореаль» представило в Федеральную антимонопольную службу (ФАС России) заявление и документы, подтверждающие, что компания исключила из своих договоров на поставку товаров под товарными знаками «VICHY» и «LA ROCHE POSAY» положения, противоречащие российскому антимонопольному законодательству, и в настоящее время ведёт процесс перезаключения этих договоров со своими клиентами.

Напомним, управление по борьбе с картелями в процессе проверки компаний, работающих на рынке парфюмерно-косметических средств, выявило, что в договорах поставки продукции ЗАО «Л`Ореаль» под товарными знаками «VICHY» и «LA ROCHE POSAY» содержались условия, в соответствии с которыми продаваться эти товары могли только в специализированных помещениях аптек при участии консультанта, владеющего профессиональными знаниями в области дерматологии.

«В соответствии с действующим законодательством аптечные учреждения в России предназначены для продажи лекарственных средств, - сообщает Александр Кинёв – начальник управления по борьбе с картелями ФАС России. - Товары фирмы «Л`Ореаль», о которых идёт речь, - это парфюмерно-косметические товары и к лекарственным средствам они не относятся. Является ли их продажа в аптеках введением покупателей в заблуждение – это отдельный вопрос, который мы не рассматривали. Мы посчитали, что данные положения договоров могли привести к ограничению конкуренции между хозяйствующими субъектами, необоснованно вводя для желающих заниматься реализацией этих товаров условие наличия аптечного учреждения и соответствующего квалифицированного специалиста».

Стоит отметить, что при проведении расследования в отношении ЗАО «Л`Ореаль», ФАС России взаимодействовала с французским национальным органом по защите конкуренции и активно использовала представленную им информацию. Дело в том, что в 90-2000 годы аналогичные обстоятельства не раз становились предметом разбирательства между антимонопольным органом Франции и предприятиями группы лиц «Л`Ореаль».

«Проблема не ограничивается только торговыми марками «VICHY» и «LA ROCHE POSAY», - сообщает Александр Кинев. - По нашим данным в некоторых аптечных сетях, доля товаров, которые не являются лекарствами, превышает 70%. Некоторые производители пользуются тем, что у населения уровень доверия к товарам, которые продаются в аптеках города выше. Свой интерес, от этого имеют и аптечные сети. Мы продолжим заниматься этим вопросом».