



БГ БЮЛЕТИНА

17-21 март 2014

НОВИНИ



Народно събрание - 20 март 2014

Комисията по земеделието и храните подкрепи и предлага на Народното събрание да гласува на първо четене законопроекта за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията, внесен от Румен Гечев и народни представители

Народният представител Спас Панчев представи мотивите на вносителите. Той отбеляза, че целта на законопроекта е да бъде подадена ръка на българския бизнес, използвайки практиката на Европа. Желанието на вносителите е българските производители да намерят по-добро представителство в търговските вериги и да бъдат уеднаквени договорите, които отделните търговските вериги подписват с доставчиците, тъй като в тях има клаузи, които поставят в неизгодни условия българските доставчици.

Той допълни, че предложеният законопроект е изготвен на базата на проведен диалог, срещи и разговори с търговските вериги, доставчиците, както и с Представителите на министерството на земеделието и на Българската агенция по хр

Представителите на министерството на земеделието и на Българската агенция по храните заявиха, че подкрепят законопроекта.

СРЕЩИ

На 19 март 2014 се проведе работна среща между членове на УС на СПБ и икономическия екип на вице премиера Даниела Бобева. Бяха обсъдени текстове от Законопроекта за изменение и допълнение на действащия ЗЗК. Дискусията засегна въпроси за промени в областта на конкурентното и търговско право.

Бяха поети ангажименти от страните в дискусията за изготвяне на конкретни предложения.

КЗК събра от глоби 8,6 милиона лева

Ще пишем методиката за приложение на новия закон за конкуренцията, казва Петко Николов

Проект за изменение и допълнение на Закона за защита на конкуренцията е внесен в парламента от група депутати. Поправките вече предизвикаха недоволството на големите търговски вериги. За коментар по новите текстове и за работата на антимонополния регулатор потърсихме председателя на Комисията за защита на конкуренцията Петко Николов.

.....

- Имаше ли нужда от поправки в закона, за да се оправят нещата?

- Текстът, който се предлага за промяна в чл. 21 от ЗЗК, ще даде възможност да се преследват компании, които злоупотребяват със значителна пазарна сила не само в отношенията "вериги-доставчици", а общо във всички сфери на икономиката. Очевидно, ако в договорните си отношения която и да било верига злоупотребява със значителната си пазарна сила и това се установи категорично, без да се интересуваме дали е налице господстващо положение, ние най-вероятно бихме санкционирали такова поведение. Но това е въпрос на конкретна преценка, във връзка с всеки договор, който съответната верига е сключила.

.....

- За какво конкретно бяха наложени тези наказания?

- За заблуждаваща реклама, която е в състояние да увреди конкуренцията на пазара. "БИЛЛА" например рекламираше своята марка "Клевър" като гаранция за най-ниска цена и сигналът беше на съюз "Произведено в България". За "Лидл" пък се прие, че нарушава правилата на рекламата с анонса "Най-доброто от България, най-доброто от Европа".

- Представителите на търговските вериги твърдят, че готвените промени в ЗЗК ще доведат до свръхрегулации от страна на държавата. Има ли такава опасност?

- Промяната по чл. 21 няма да доведе до свръхрегулиране на пазара. Промяната в чл. 28 в областта на застъпничеството, където се изисква договорите и общите условия предварително да минават на съгласуване с КЗК, това очевидно е вид регулация, която по някакъв начин въвежда т. нар. предварителен контрол в дейността в случая на веригите в отношенията им с техните доставчици. Задължението на веригите е в съответния срок да предоставят на комисията своите типови договори и общи условия за одобрение. Веднага казвам, че институтът на застъпничеството урежда по-скоро произнасянето на КЗК по отношение на проекти на общи административни и нормативни актове за правилата на конкуренция, а не дали договорите между търговците съответстват на конкуренцията на конкретния пазар. Така че с тези поправки може би се цели да се предоставят правомощия на КЗК по осъществяване предварителен контрол, което е характерно повече за секторните регулатори - например Комисията за регулиране на съобщенията, ДКЕВР и т. н.

.....

- Какви резултати имате в борбата с нелоялната конкуренция от страна на ментетата в търговската мрежа на големи световни марки?

- Имаме богата практика в тази насока. КЗК е наказвала няколко производителя за имитации на продукти с марката на "Кока Кола", "Швепс тоник". Една от санкциите е 100 хил. лв. Санкционирани са и производителите на продукти, подобни на "Калгон", както и на "Аспирин протект" (за около 50 хил. лв.).

Входът за суперите започва от 2000 лева на асортимент

С до 10% се увеличава всяка година пакетът от такси, които производителят плаща на магазина

Автор: Мариана КУКУШЕВА, председател на Асоциацията на хлебопроизводителите и член на Съюз "Произведено в България"

- Г-жо Кукушева, как влизат родните производители в западните вериги и съответно в българските?

- Недобрите практики от чуждите търговски вериги се пренасят пряко в българските. Ако си представяме, че едните са бели, а другите - черни, просто такава разлика не съществува. Напротив, тъй като нелоялните практики на договаряне и оказване на натиск в България са ненаказуеми и КЗК спи в повечето случаи и провежда дългогодишни разследвания, които накрая приключват с препоръки, а не с реални санкции, тези практики се разпространяват със скоростта на светлината в партньорските взаимоотношения между търговци и доставчици и в българските вериги. Не всички, разбира се. В този смисъл да правим някакво разграничение е повече от несериозно.

- Плащат ли се все още входни такси?

- (Усмивва се) Беше препоръчано от КЗК преди три години входните такси да бъдат махнати, тъй като не позволяват развитието на конкуренцията на българския пазар. В някои търговски вериги те наистина вече не са такси за влизане на определен продукт. Но съществуват под друга форма. Тоест, истината е една - пакетът от такси, търговски отстъпки, бонуси всяка година се увеличава с 3, 5, а при някои нехранителни стоки и с до 10 процента. Таксите не се наричат "входни", просто им смениха наименованието. Макар че и в момента има търговски вериги, които продължават да ги именува такси за влизане на пазара на даден продукт.

Цялото интервю на

<http://www.marica.bg/%D0%B2%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8A%D1%82-%D0%B7%D0%B0-%D1%81%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D1%87%D0%B2%D0%B0-%D0%BE%D1%82-2000-%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B0-%D0%BD%D0%B0--%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82-news216597.html>

