Приложение к заключению от \_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Информация о результатах рассмотрения замечаний и предложений участников публичных консультаций по проекту закона Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Об ограничениях в сфере розничной продажи безалкогольных тонизирующих напитков в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Участник обсуждения** | **Позиция участника обсуждения** | **Позиция регулирующего органа** |
| 1. | Союз Сургутская торгово-промышленная палата star@tppsurgut.ru (star@tppsurgut.ru) | Проектом предлагается ввести ограничения продажи безалкогольных тонизирующих напитков в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре несовершеннолетним, с использованием торговых автоматов, а также в зданиях, строениях, сооружениях, помещениях, находящихся во владении, распоряжении и (или) пользовании образовательных, медицинских и физкультурно-спортивных организаций, в спортивных сооружениях, а также на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий образовательных организаций. 1. В соответствии с п. 1 проекта безалкогольные тонизирующие напитки – безалкогольные напитки, в том числе энергетические (с массовой долей сухих веществ не менее 10 процентов), кроме чая, кофе и безалкогольных напитков на основе чайных и кофейных экстрактов, содержащие кофеин более 0,151 мг/куб. см и (или) другие тонизирующие компоненты в количестве, достаточном для обеспечения тонизирующего эффекта на организм человека. Требования, обеспечивающие безопасность продукта, требования к качеству продукта, к маркировке тонизирующих, в том числе энергетических, напитков установлены национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 52844-2007 «Напитки безалкогольные тонизирующие. Общие технические условия», утвержденным приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27.12.2007 № 476-ст. Согласно национальному стандарту Российской Федерации ГОСТ Р 52844-2007 «Напитки безалкогольные тонизирующие. Общие технические условия»: - безалкогольные тонизирующие напитки: Безалкогольные напитки, содержащие кофеин и/или другие тонизирующие компоненты в количестве, достаточном для обеспечения тонизирующего эффекта на организм человека. - безалкогольные энергетические напитки: Напитки безалкогольные тонизирующие с массовой долей сухих веществ не менее 10%. - тонизирующие компоненты: Индивидуальные химические вещества, обладающие тонизирующим действием на организм человека. - тонизирующие ингредиенты: Составные части безалкогольных тонизирующих напитков простого или сложного состава, содержащие тонизирующие компоненты. По мнению Сургутской ТПП содержащееся в проекте определение понятия «безалкогольные тонизирующие напитки» не содержит конкретики, в частности не установлен точный закрытый перечень тонизирующих компонентов, которые могут содержаться в безалкогольных тонизирующих напитках, формулировка «в количестве, достаточном для обеспечения тонизирующего эффекта на организм человека» так же не содержит указания на конкретный объем (количество) тонизирующих компонентов. Нечеткость редакции указанной нормы проекта, допускающая неоднозначное толкование, может существенно затруднить правоприменительную практику, а также привести к нарушению прав и интересов субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих розничную продажу различных видов напитков, в частности возможно возникновение ситуации, при которой газированный безалкогольный напиток (лимонад), содержащий несущественное количество какого-либо тонизирующего компонента, могут признать безалкогольным тонизирующим напитком, вследствие чего субъект предпринимательской деятельности, осуществляющий его продажу, будет привлечен к соответствующей ответственности. В связи с чем, считаем, что понятие «безалкогольные тонизирующие напитки», содержащееся в проекте, нуждается в более точном определении с установлением перечня конкретных тонизирующих компонентов, а также определением их количества. 2. Согласно статье 2 проекта в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре не допускается розничная продажа безалкогольных тонизирующих напитков, в том числе, на расстоянии менее чем сто метров по прямой линии без учета искусственных и естественных преград от ближайшей точки, граничащей с территорией, предназначенной для оказания образовательных услуг. В соответствии с пояснительной запиской согласно позиции Верховного Суда субъекты Российской Федерации могут вводить ограничения на продажу безалкогольных тонизирующих напитков, но не устанавливать запрет их продажи (Апелляционное определение от 13.04.2016 № 65-АПГ16-1). По мнению Сургутской ТПП определение прилегающей территории, на которой не допускается продажа тонизирующих напитков, в размере «менее чем 100 метров» повлечет отрицательные последствия для субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих реализацию указанной продукции. Пояснительная записка к проекту не содержит сведений о количестве предпринимателей, которые попадут под действие указанной нормы, однако, полагаем, что в результате принятия проекта в предлагаемой редакции существенное количество торговых точек (как небольших организаций торговли, так и более крупных) попадет под соответствующий запрет, что приведет к снижению торгового оборота, что безусловно негативно скажется на финансовом положении предпринимателей. В связи с чем, предлагаем уменьшить размер прилегающих территорий, на которых не допускается продажа тонизирующих напитков, изложив п.4 статьи 2 в следующей редакции: «На расстоянии менее чем пятьдесят метров по прямой линии без учета искусственных и естественных преград от ближайшей точки, граничащей с территорией, предназначенной для оказания образовательных услуг». 3. Согласно статье 4 проекта закон вступает в силу по истечении десяти дней со дня его официального опубликования. Учитывая, что проект содержит ограничения, которые будут введены для субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих розничную продажу безалкогольных тонизирующих напитков, в случае принятия проекта предпринимателям потребуется время для реализации остатков имеющейся продукции (безалкогольные тонизирующие напитки), а также корректировки действующих контрактов с производителями указанных напитков. С учетом изложенного, предлагаем предусмотреть в тексте проекта переходный период для вступления в силу п. 4 статьи 2 проекта, изложив статью 4 в следующей редакции: «1. Настоящий Закон вступает в силу по истечении десяти дней со дня его официального опубликования, за исключением положений, для которых настоящей статьей установлены иные сроки вступления их в силу. 2. Пункт 4 статьи 2 настоящего Закона вступает в силу с 01 января 2023 года». Вывод: Сургутская торгово-промышленная палата считает, что проект закона Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Об ограничениях в сфере розничной продажи безалкогольных тонизирующих напитков в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре» требует доработки с учетом поступивших предложений. Зарегистрировано в реестре отзывов по ОРВ Сургутской ТПП за № 13 от 04.04.2022 | Не учтено |
| 2. | Иванникова Марта (IvaMV8608@yandex.ru) | Переходный период для вступления в силу предлагаемого регулирования требуется, для предоставления возможности субъектам реализовать остатки товаров, и не заказывать новые партии. Продолжительность не менее 1 месяца. | Учтено частично |
| 3.1. | пивоваренная компания "Балтика" (panfilova\_na@baltika.com) | Принятие законопроекта нарушает действующее законодательство о торговле - в части полномочий региональных органов исполнительной власти. Предлагаемое ограничение предполагает ограничение на только по возрасту, но и месту продаж. Ограничение по месту продаж (например, в спортивных объектах, учреждениях культуры и пр.) нарушает права совершеннолетних потребителей и в этой части представляется избыточным по отношению к регулированию рынка БТН. Ограничение по месту продажи не отвечает целям законопроекта по ограничению потребления БТН несовершеннолетними, но при этом создает дополнительные риски для предприятий торговли, ограничивает развитие новых форматов и каналов торговли (например, через вендинговые аппараты). Необходимо отказаться от ограничений по месту продажи и более четко проработать нормативную базу и предложить риск-ориентированный подход в регулировании обозначаемой инициаторами законопроекта проблемы, не создавая излишних препятствий для развития малого и среднего бизнеса, нуждающегося в мерах экономической поддержки в текущих условиях. | Не учтено |
| 3.2. | пивоваренная компания "Балтика" (panfilova\_na@baltika.com) | Предлагаемая мера коснется юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих розничную торговлю безалкогольными тонизирующими напитками, физических лиц, состоящих с указанными организациями и индивидуальными предпринимателями в трудовых отношениях и непосредственно осуществляющих отпуск безалкогольных тонизирующих напитков покупателям по договорам розничной купли-продажи. Торговые точки, расположенные, например, в физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружениях, будут лишены возможности продавать легальный продукт, безопасность которого обеспечена законодательством. Производители продукции будут необоснованно ограничены в части мест продаж. В результате данная мера будет иметь крайне негативные экономические последствия как для самих торговых объектов, так и производителей, которые будут вынуждены сократить объемы производства. Отдельно стоит отметить риски для развития новых каналов продаж - таких как вендинговые аппараты - ограничение скажется на всей цепочке поставок, обеспечивающей развитие данного формата торговли - от отечественных производителей оборудования до торговых точек. Все эти дополнительные обременения не приводят к реализации заявленных проектом закона целей. | Не учтено |
| 3.3. | пивоваренная компания "Балтика" (panfilova\_na@baltika.com) | Предлагаемая законопроектом норма требует прописанной процедуры контроля и мониторинга за достижением поставленных целей, оценки эффективности принимаемых мер. Администрирование данных процессов в проекте закона не прописано, что создает риски формального подхода к решению проблемы, которая заботит инициаторов проекта. В отсутствие механизма контроля и оценки эффективности предлагаемых мер, данная инициатива создаст излишнее давление на торговлю в части мест и форматов реализации продукции, при не решит заявленной проблемы. Уверены, что обозначаемая инициаторами законопроекта проблематика может быть решена программами общественного контроля, информированием, образовательными и просветительскими мероприятиями, которые повысят уровень осведомленности и потребительской культуры, комплексным подходом к формированию здорового образа жизни. | Не учтено |
| 3.4. | пивоваренная компания "Балтика" (panfilova\_na@baltika.com) | Предлагаемое решение создает необоснованные ограничения для торговли в части мест продаж, при этом механизмы контроля и оценки эффективности предлагаемых мер в части решения обозначаемой инициаторами проекта проблемы отсутствуют. | Не учтено |
| 3.5. | пивоваренная компания "Балтика" (panfilova\_na@baltika.com) | Предлагаем рассмотреть возможность исключения из перечня ограничение по месту продаж до проведения оценки эффективности принятых мер. При этом стоит обозначить критерии оценки эффективности, ответственных за контроль принятых ограничений по возрасту продажи, фиксацию нарушений, их статистическую обработку и анализ. | Не учтено |
| 4.1. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Правовое регулирование по мысли законодателя должно ограничить потребление безалкогольных тонизирующих напитков (далее БТН) несовершеннолетними гражданами, что необоснованно в связи с недоказанностью вреда. На сегодняшний день не существует ни одного исследования, подтверждающего наличие в составе БТН небезопасных для потребления ингредиентов. Необходимо отметить, что безопасность БТН и их ингредиентов доказана многочисленными исследованиями, проведенными как в России, так и во многих странах мира. Выводы научных исследований, проведенных уполномоченными научными организациями в Российской Федерации, а также в зарубежных странах, говорят о том, что «риски для здоровья человека от употребления таких напитков не превышают риски от потребления кофе», поэтому нет никаких научных оснований для установления каких-либо запретов и ограничений в отношении таких напитков. Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации 22.06.2021 проведены публичные общественные обсуждения результатов исследования «Оценка социально-экономических и бюджетных эффектов от введения акцизных сборов на напитки с добавлением сахара и сахарозаменителей в России до 2024 года». В данное исследование вошли и результаты исследования по БТН. Введение региональных ограничений считаем нецелесообразным. Проблема не является актуальной. | Не учтено |
| 4.2. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Действующее на территории Российской Федерации законодательство - как Евразийского Экономического Союза, так и Российской Федерации - регулирует все аспекты оборота безалкогольных тонизирующих напитков. В частности, Технический регламент Таможенного союза 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», утвержденный Решением Комиссии Таможенного Союза от 9 декабря 2011 г. № 881: а) определил максимальный верхний уровень содержания кофеина в безалкогольных тонизирующих (энергетических) напитках (400 мг/л); б) ограничил максимальное количество тонизирующих ингредиентов в составе таких напитков - не более двух; в) установил требования к источникам кофеина, который разрешается использовать в таких напитках, и ограничил их число четырьмя известными и хорошо изученными. Технический регламент Таможенного Союза 022/2011 «О пищевой продукции в части ее маркировки» установил обязательное наличие следующей информации на упаковке любых безалкогольных напитков, содержащих кофеин в количестве, превышающем 150 мг/л, и (или) лекарственные растения или их экстракты: «Не рекомендуется употребление детьми в возрасте до 18 лет, при беременности и кормлении грудью, а также лицами, страдающими повышенной нервной возбудимостью, бессонницей, артериальной гипертензией». Необходимо в этой связи отметить, что законодательство Евразийского Экономического Союза, базируясь на научных данных, совершенно справедливо не выделяет тонизирующие (энергетические) напитки в отдельную группу с точки зрения регулирования обращения таких продуктов, а предъявляет дополнительные требования к маркировке любых напитков, содержащих в повышенных количествах кофеин или экстракты лекарственных растений (перечень таких напитков достаточно широк и включает, например, кофейные напитки). Основываясь на вышеизложенное видно, что проблематика ситуации отсутствует. | Не учтено |
| 4.3. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | В связи с отсутствием объективных данных о рисках для здоровья потребителей, обсуждаемый нормативный правовой акт представляется избыточным. В целом наиболее эффективным средством улучшения здоровья детей является продвижение активного и здорового образа жизни и занятий спортом, улучшение социальной среды. | Не учтено |
| 4.4. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Законодательный акт распространяет свое действие на предприятия розничной торговли и общественного питания, в том числе субъектов малого и среднего бизнеса. Значительная часть оборота приходится на объекты нестационарной торговли – киоски и павильоны, традиционно являющиеся сферой деятельности малого бизнеса. | Не учтено |
| 4.5. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Рассматриваемый правовой акт содержит положения, необоснованно затрудняющие ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности. Ни в одном федеральном законе не предусмотрено каких-либо ограничений на производство и оборот безалкогольных тонизирующих напитков. Таким образом, несмотря на полное соответствие выпускаемой продукции российскому законодательству, ее оборот ограничен решением субъекта федерации. Такой подход резко снижает инвестиционную привлекательность региона и подрывает основы ведения бизнеса в России. Указанные ограничения и приравнивание безалкогольных тонизирующих напитков по статусу к алкогольным непременно повлечет за собой дезориентацию потребителя, разовьет ошибочное представление о безопасности их компонентов, что в итоге приведет к резкому снижению объемов продаж в торговых точках, вплоть до полного отказа предпринимателей от реализации указанной категории продукции. Необходимо отметить, что применение ограничений при реализации безалкогольных тонизирующих напитков ведет к дискриминации в сравнении с такими продуктами, как кофе и чай, а также жевательной резинкой и БАД содержащими кофеин. | Не учтено |
| 4.6. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Присутствуют трудности в исполнении нормативного правового акта, а также фактически отсутствует контроль за реализацией требований законодательного акта, нет методов и средств контроля, по факту единственным контролером является кассир осуществляющий отпуск товара покупателям. В связи с отсутствием прописанных конкретных мер и способов контроля может расти коррупционная составляющая. | Не учтено |
| 4.7. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Рассматриваемый правовой акт содержит положения, необоснованно затрудняющие ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности. Ни в одном федеральном законе не предусмотрено каких-либо ограничений на производство и оборот безалкогольных тонизирующих напитков. Таким образом, несмотря на полное соответствие выпускаемой продукции российскому законодательству, ее оборот ограничен решением субъекта федерации. Такой подход резко снижает инвестиционную привлекательность региона и подрывает основы ведения бизнеса в России. Указанные ограничения и приравнивание безалкогольных тонизирующих напитков по статусу к алкогольным непременно повлечет за собой дезориентацию потребителя, разовьет ошибочное представление о безопасности их компонентов, что в итоге приведет к резкому снижению объемов продаж в торговых точках, вплоть до полного отказа предпринимателей от реализации указанной категории продукции. Необходимо отметить, что применение ограничений при реализации безалкогольных тонизирующих напитков ведет к дискриминации в сравнении с такими продуктами, как кофе и чай, а также жевательной резинкой и БАД содержащими кофеин. Введение ограничений субъектов предпринимательской деятельности и физических лиц в правах должно обосновываться научно установленными и подтвержденными данными об отрицательном и необратимом влиянии на здоровье людей напитков содержащих тонизирующие компоненты, что подтверждено письмом ФАС России (от 03.02.2020 №АД/677/20 на имя Президента СПБН Новикова М.Н.). По мнению ФАС России ограничение оборота не запрещенного товара на территории отдельного субъекта Российской Федерации может привести к ограничению конкуренции, а вопрос регулирования реализации безалкогольных тонизирующих напитков решать исключительно на федеральном уровне. | Не учтено |
| 4.8. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Рассматриваемый правовой акт содержит положения, необоснованно затрудняющие ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности. Ни в одном федеральном законе не предусмотрено каких-либо ограничений на производство и оборот безалкогольных тонизирующих напитков. Таким образом, несмотря на полное соответствие выпускаемой продукции российскому законодательству, ее оборот ограничен решением субъекта федерации. Такой подход резко снижает инвестиционную привлекательность региона и подрывает основы ведения бизнеса в России. Указанные ограничения и приравнивание безалкогольных тонизирующих напитков по статусу к алкогольным непременно повлечет за собой дезориентацию потребителя, разовьет ошибочное представление о безопасности их компонентов, что в итоге приведет к резкому снижению объемов продаж в торговых точках, вплоть до полного отказа предпринимателей от реализации указанной категории продукции. Необходимо отметить, что применение ограничений при реализации безалкогольных тонизирующих напитков ведет к дискриминации в сравнении с такими продуктами, как кофе и чай, а также жевательной резинкой и БАД содержащими кофеин. Введение ограничений субъектов предпринимательской деятельности и физических лиц в правах должно обосновываться научно установленными и подтвержденными данными об отрицательном и необратимом влиянии на здоровье людей напитков содержащих тонизирующие компоненты. Ограничение оборота не запрещенного товара на территории отдельного субъекта Российской Федерации может привести к ограничению конкуренции, а вопрос регулирования реализации безалкогольных тонизирующих напитков решать исключительно на федеральном уровне. | Не учтено |
| 4.9. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Применение данного законодательного акта ведет к существенному снижению оборота предприятий розничной торговли и общественного питания, в том числе субъектов малого и среднего бизнеса. Значительная часть оборота приходится на объекты нестационарной торговли – киоски и павильоны, традиционно являющиеся сферой деятельности малого бизнеса. Доля товарооборота, приходящаяся на безалкогольные напитки, в т.ч. тонизирующие, в теплое время года в объектах нестационарной торговли составляет от 40 % до 60 %. Запрет или ограничения реализации БТН негативно сказывается на производителях, вызывает падение общего товарооборота и налоговой базы региона, и, следовательно, сокращает финансовую базу для выполнения местных социальных программ (зарплата учителей, врачей, работников культуры и т.д.) | Не учтено |
| 4.10. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Применение данного законодательного акта ведет к существенному снижению оборота предприятий розничной торговли и общественного питания, в том числе субъектов малого и среднего бизнеса. Значительная часть оборота приходится на объекты нестационарной торговли – киоски и павильоны, традиционно являющиеся сферой деятельности малого бизнеса. Доля товарооборота, приходящаяся на безалкогольные напитки, в т.ч. тонизирующие, в теплое время года в объектах нестационарной торговли составляет от 40 % до 60 %. Запрет или ограничения реализации БТН негативно сказывается на производителях, вызывает падение общего товарооборота и налоговой базы региона, и, следовательно, сокращает финансовую базу для выполнения местных социальных программ (зарплата учителей, врачей, работников культуры и т.д.) | Не учтено |
| 4.11. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Присутствуют трудности в исполнении требований нормативного правового акта, а также фактического отсутствия контроля за реализацией требований законодательного акта, нет методов и средств контроля, по факту единственным контролером является кассир осуществляющий отпуск товара покупателям. В связи с отсутствием прописанных конкретных мер и способов контроля может расти коррупционная составляющая. | Не учтено |
| 4.12. | Новиков Максим Николаевич Союз производителей соков, воды и напитков (СОЮЗНАПИТКИ) (sycheva.souznapitki@gmail.com) | Предлагаем не вводить ограничения в реализации БТН на территории ХМАО, ввиду отсутствия вреда здоровью, достаточности действующего регулирования и обязательных требований к обороту безалкогольных тонизирующих напитков. В 2019 году члены союза подписали Кодекс добровольных обязательств производителей безалкогольных напитков нацеленный на продвижение ответственного потребления, выработки единообразных требований к составу, маркировке и маркетингу безалкогольных напитков, более строгих по сравнению с требованиями в нормативно-правовых актах принятых на территории Российской Федерации., а также 11 июня 2021г. членами СОЮЗНАПИТКИ подписан Кодекс ответственного производителя безалкогольных тонизирующих напитков. Эти шаги направлены на развитие культуры рационального потребления и информирования населения о составе и свойствах напитков. | Не учтено |
| 5. | Ангел Татьяна angelts@hmrn.ru (angelts@hmrn.ru) | Считаю, что переходный период требуется, но не более 3-х месяцев. | Учтено частично |
| 6. | Кобенко Виталий (kobenkovv@lgfortuna.ru) | Переходный период не более 3-х месяцев. | Учтено частично |
| 7.1.  | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | Предложение не актуально. Нет подтвержденных медицинских исследований о вреде энергетических напитков. в 16 лет уже студенты колледжей , могут вступать в супружеские отношения. Почему им нельзя будет купить? | Не учтено |
| 8.2. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | нет объективных обоснований. Есть желание вводить еще большие ограничения . Может достаточно ограничений уже создано в Российской Федерации??? | Не учтено |
| 8.3. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | На здоровье детей влияют не энергетики, витамины, а образ жизни и правильное питание. Не нужно прикрывать основные проблемы сомнительными. | Не учтено |
| 8.4 | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | ИП снизят свои доходы, не будут увеличивать зп своим сотрудникам Появятся теневые онлайн рынки доставки напитков | Не учтено |
| 8.5. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | Да. Увеличится теневой сектор | Не учтено |
| 8.6. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | понятно, но перегружено. Такие меры крайне не популярны в других регионах | Не учтено |
| 8.7. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | Как будут предприниматели отслеживать???? паспорт просить??? получим очереди и недовольство на кассах | Учтено |
| 8.8. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | Да, если примут, то как минимум 6 месяцев | Учтено частично |
| 8.9. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | студенты должны иметь возможность купить энергетические напитки | Учтено |
| 8.10. | Иванов Максим (dennis\_usue@mail.ru) | сделайте запрос в Минздрав и экспертные сообщества о влиянии на здоровье этих напитков. Получите отрицательный либо неоднозначный ответ | Не учтено |
| 9.1. | Селиванова Елена (dinarum@amtorgrf.ru) | Любое регулирование должно быть обоснованным, в противном случае для бизнес-сообщества оно представляется как очередное ограничение и воспринимается критически. Безалкогольные тонизирующие напитки полностью соответствуют техническому регламенту Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» и «Пищевая продукция в части ее маркировки»». И производятся в соответствии с Российским законодательством. Отсутствие научно подтвержденных данных о вреде безалкогольных тонизирующих напитков на здоровье населения, делает данное ограничение необоснованным и избыточным | Не учтено |
| 9.2. | Селиванова Елена (dinarum@amtorgrf.ru) | Отсутствие научно подтвержденных данных о вреде безалкогольных тонизирующих напитков на здоровье населения, делает данное ограничение необоснованным. Происходит дискриминация отдельной категории товара (по сравнению с другими категориями, также имеющими в своем составе кофеин), при полном соответствии выпускаемой продукции российскому законодательству. | Не учтено |
| 9.3. | Селиванова Елена (dinarum@amtorgrf.ru) | Оптимальные меры регуляции уже приняты федеральным законодательством. Действующее законодательство РФ уже регулирует вопросы оборота безалкогольных тонизирующих напитков: Техническим регламентом Таможенного Союза «О безопасности пищевой продукции», утвержденным 9 декабря 2011 года, в котором определен максимальный уровень содержания кофеина в БТН (400мг/л), установлены требования к источникам кофеина и разрешено использование только нескольких их известных и уже изученных. | Не учтено |
| 9.4. | Селиванова Елена (dinarum@amtorgrf.ru) | Данное регулирование затрагивает всю торгово-проводящую цепочку – производителей безалкогольных тонизирующих напитков, розничную торговлю, точки общественного питания, а также субъектов МСП, которыми являются также и нестационарные торговые объекты (павильоны и киоски), для которых оборот по данной категории товара является значительной. Данное регулирование ведет к снижению оборота у всех участников малого и среднего бизнеса: в точках общественного питания, на предприятиях розничной торговли, а в особенности, в нестационарных торговых объектах, где доля оборота безалкогольных напитков, учитывая и тонизирующие напитки, оказывается очень существенной и составляет от 40% -60% в сезон. | Учтено |
| 9.5. | Селиванова Елена (dinarum@amtorgrf.ru) | Ограничение реализации БТН вызовет снижение товарооборота у очень чувствительной и востребованной сферы рынка (малые торговые предприятия, предприятия общественного питания и НТО), где доля оборота безалкогольных напитков, учитывая и тонизирующие напитки, оказывается очень существенной и составляет от 40% -60% в сезон. | Не учтено |
| 9.6. | Селиванова Елена (dinarum@amtorgrf.ru) | При принятии данного регулирования основные затраты лягут на предприятия торговли: специальная выкладка товара, обучение, консультирование и контроль персонала. Учитывая другие существующие административные обязательства торговых объектов, еще одно ограничение - это существенная нагрузка для МСП. Со стороны контролирующих органов, возможно, потребуется расширение штата контролеров в рамках исполнения предлагаемых норм. Причем, по сравнению с табаком и алкоголем, зона контроля представляется более широкой. | Не учтено |
| 9.7. | Селиванова Елена (dinarum@amtorgrf.ru) | Данное регулирование противоречит Правилам продаж (Постановление Правительства РФ об утверждении Правил продажи товаров) от 31.12.2020 №2463, где в пункте 10 указано, что «введение ограничений и запретов на продажу товаров допускается только в случаях, предусмотренных федеральными законами». | Не учтено |