



ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ
ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И БЛАГОПОЛУ-
ЧИЯ ЧЕЛОВЕКА

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И БЛАГОПОЛУЧИЯ ЧЕ-
ЛОВЕКА ПО ЧУВАШСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ-
ЧУВАШИИ**

Территориальный отдел Управления Федеральной
службы по надзору в сфере защиты прав потреби-
телей и благополучия человека по Чувашской Рес-
публике-Чувашии
в городе Новочебоксарск

ул. Строителей, д. 56а, г. Новочебоксарск,
Чувашская Республика, 429960
Тел./факс (8352) 77-06-92
E-mail: ncheb@21.rosпотребнадзор.ru

Начальнику Управления образова-
ния администрации города Новоче-
боксарска Чувашской Республики

Начальнику отдела образования мо-
лодежной политики, физической
культуры и спорта администрации
Моргаушского района Чувашской
Республики

Начальнику Управления образования
администрации Чебоксарского рай-
она Чувашской Республики
rouognov@edu.cap.ru
priem@morgau.cap.ru
chobrazov@cap.ru

10.11.2022

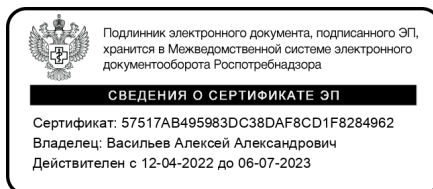
21-13-00/23-1389-2022

Об информировании граждан

Территориальный отдел Управления Роспотребнадзора по Чувашской Республике-Чувашии в г.Новочебоксарск просит разместить статьи на Вашем сайте и на сайтах образовательных и дошкольных учреждений «О Всемирном дне качества», «Верховный Суд Российской Федерации продолжает обобщать практику и формировать подходы в защиту прав потребителей», «О маркировке товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации», «Территориальный отдел Управления Роспотребнадзора по Чувашской республике-Чувашии в г.Новочебоксарск информирует участников оборота товаров подлежащих обязательной маркировке», «Что делать, если обувь испортилась в течение гарантийного срока», «Об информации, доводимой до сведения потребителей организациями, осуществляющими торговую деятельность», «Об информации, доводимой до сведения потребителей организациями, осуществляющими торговую деятельность», «Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товара», «Обязательные требования законодательства, предъявляемые к маркировке средствами идентификации духов и туалетной воды», «Какую информацию должен предоставить оператор электронных денежных средств до заключения договора с клиентом», «Сиропы и топпинги для кофе: критерии выбора», «Рекомендации потребителям по выбору шин».

Приложение: на 17 л. в 1 экз.

Начальник отдела



А.А.Васильев

Наталья Александровна Петрова, 784419



О Всемирном дне качества

Всемирный день качества (World Quality Day) проводится ежегодно во второй четверг ноября по инициативе ведущих международных организаций по качеству. Инициатором учреждения этого дня является Европейская организация качества (ЕОК) (European Organization for Quality, EOQ) при поддержке Организации Объединенных Наций (ООН). Впервые праздник отмечался в 1989 году. В этом году Всемирный день качества отмечается 10 ноября.

Проблема качества — одна из самых приоритетных проблем в экономике ведущих стран мира, поскольку качество – это не только безопасность продуктов питания и товаров широкого потребления для здоровья человека и окружающей среды, но и степень удовлетворенности ожиданий потребителей.

Роспотребнадзор контролирует качество и безопасность товаров и услуг, а также обеспечивает защиту прав потребителей от рисков и последствий приобретения товаров и услуг, не соответствующих обязательным требованиям.

Качество продукции, как следует из положений статьи 4 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», представляет собой совокупность свойств, которые придают ей способность удовлетворять потребности потребителей, то есть продукция должна соответствовать обязательным требованиям, условиям договора, быть пригодной для использования в приобретаемых целях, соответствовать образцу или описанию.

Целью дня качества является привлечение внимания общественности к проблемам качества, поскольку качество продукции непосредственно влияет не только на качество жизни населения, но и на окружающую среду.

Поэтому вопросам качества со стороны государства уделяется особое внимание.

Роспотребнадзор (его территориальные органы) в постоянном режиме контролирует безопасность и качество потребительской продукции осуществляя проверки соблюдения требований технических регламентов, а также посредством оказания гражданам необходимой практической, консультативной помощи и защиты их прав в судебном порядке, в случае приобретения ими товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества. На официальном сайте Роспотребнадзора регулярно публикуются памятки о том, как выбирать качественную и безопасную продукцию в разделе «Рекомендации гражданам».

Обратиться с вопросами качества продукции потребители могут по телефонам горячих линий в территориальные органы Роспотребнадзора, а также в консультационные центры по защите прав потребителей.

В целях обеспечения населения Российской Федерации актуальной информацией по вопросам качества и безопасности товаров (работ, услуг) [действует государственный информационный ресурс](#).

На данном портале каждый потребитель может ознакомиться с многочисленными памятками, обучающими видеороликами, образцами претензионных и исковых заявлений, а также с информацией о судебной практике Роспотребнадзора в сфере защиты прав потребителей.

Верховный Суд Российской Федерации продолжает обобщать практику и формировать подходы в защиту прав потребителей

Президиумом Верховного Суда Российской Федерации, утвержден "Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей" (далее – Обзор), в котором изложены наиболее актуальные вопросы, возникшие при рассмотрении споров о защите прав потребителей в 2021 - 2022 годах. Высоко оценивая вклад судейского сообщества и Президиума Верховного Суда Российской Федерации в формирование надежной правовой основы защиты интересов миллионов россиян, обращаем особое внимание на следующие выводы.

1. Продавцы автосалонов несут ответственность за продажу автомобиля, который находится в залоге. Потребитель должен знать об особенностях товара или услуги, которые могут повлиять на его выбор.

В п. 2 ст. 10 закона «О защите прав потребителей» изложен перечень информации, которую продавец (или исполнитель) обязан раскрыть потребителю: цена, потребительские свойства товара



или услуги, правила их безопасного использования, установленный гарантийный срок и др. Верховный Суд Российской Федерации обратил внимание нижестоящих судов, что этот список не исчерпывающий. Так, продавец должен еще сообщить об обременении товара.

Например, при покупке автомобиля продавец до заключения договора купли-продажи обязан предоставлять потребителю информацию об уже имеющемся залоге автомобиля. Поскольку наличие залога на приобретаемый автомобиль имеет существенное значение при принятии решения о его покупке, то сведения об этом продавец обязан своевременно.

Роспотребнадзор напоминает, что подобные подходы, о недопустимости сознательного сокрытия ключевой информации о товарах и услугах, должны распространяться на все сделки, а предпринимательское сообщество должно помнить, что потребитель не обладает специальными познаниями в тех или иных сферах, может не знать о рисках, которые сопровождают сделку и имеет полное право рассчитывать на добросовестность своего контрагента.

Продавец или исполнитель услуг несет ответственность по договору за любое несоответствие товара (услуги), которое существует в момент перехода риска на покупателя, даже если это несоответствие становится очевидным только позднее. При этом такое несоответствие товара должно быть связано с фактами, о которых продавец/исполнитель знал или не мог не знать и о которых он не сообщил покупателю.

2. Суды еще раз подтвердили право потребителя взыскать расходы по обслуживанию кредита, оформленного на покупку некачественного товара, не только на продавца, но и на изготовителя

Законом установлена возможность взыскания уплаченных процентов по потребительским кредитам, оформленных при заключении договоров купли-продажи. Если потребитель при покупке товара оформил договор потребительского кредита на приобретение конкретного товара и в том случае, если товар оказался некачественным, то изготовитель обязан будет возместить не только убытки в полном объеме, но и уплаченные банку проценты.

В случае, если обнаружен брак или иные недостатки в товаре, купленном в кредит, рекомендуется не прекращая обслуживание кредита обратиться с претензией в адрес продавца (изготовителя), обозначив необходимость урегулирования вопроса, связанного с переплатой по кредиту.

3. Приобретение апартаментов само по себе не свидетельствует о том, что такой объект будет иметь коммерческое использование, а его покупатель не является потребителем.

Приобретатель апартаментов в туристическом комплексе по договору инвестирования также может обладать правами потребителя. Тот факт, что объект (апартаменты) являются нежилыми помещениями, которые могут быть использованы для проживания людей и находятся в туристическом комплексе, само по себе не говорит о намерении покупателя использовать объект в предпринимательских целях.

Если застройщик нарушил срок передачи такого объекта, то с него может быть взыскана неустойка, компенсация морального вреда и штраф за неурегулированные споры в досудебном порядке (если подтвердится, что права потребителя нарушены).

4. Компании не вправе брать согласие клиента на изменение условий договора такими способами, которые не свидетельствуют явно о воле потребителя.

С ненадлежащей практикой Верховный Суд Российской Федерации разобрался на примере крупного банка. Зачастую возникает ситуация, когда банк сообщает об изменении условий кредитного договора (в том числе по замене тарифа) и просит подтвердить согласие потребителя с внесенными изменениями какими-либо действиями (например, совершить операцию с использованием кредитной карты). Однако, банк, не вправе принимать в качестве согласия обычные действия потребителя, более того, такие действия, которые потребитель должен совершить под страхом ответственности за неисполнение обязательств. Следовательно, действия по пополнению счета карты в целях погашения задолженности по кредиту через банкомат не могут расцениваться как согласие с новыми условиями банка.

5. Бонусные, скидочные и иные программы лояльности регулируются законом «О защите прав потребителей».



Верховный Суд Российской Федерации отметил, что бонусная программа организации является маркетинговым мероприятием, направленным на выявление и удовлетворение потребностей неопределенной группы потребителей путем создания, продвижения и представления продукта или услуги покупателям, а также управления взаимоотношениями с ними с целью получения прибыли. Исходя из этого обязанность ответчика по правильному и своевременному начислению миль (баллов) должна соблюдаться в отношении всех участников программы, а если будут установлены факты неправильного начисления баллов, то в отношении организации может быть подан иск в защиту неопределенного круга потребителей или групповой иск.

6. Если в результате перевыпуска мошенниками сим-карты по доверенности совершено хищение денежных средств с банковской карты потребителя, он вправе взыскать убытки с оператора связи.

При этом Верховный Суд Российской Федерации занял принципиальную позицию в поддержку потребителей, отметив, что посредством выдачи сим-карты осуществляется предоставление доступа к услугам связи с определенного абонентского номера, который выделен потребителю услуг связи и относится к существенным условиям договора на оказание услуг связи. При выдаче сим-карты (ее дубликата) постороннему лицу данное лицо получает возможность передавать сообщения от имени этого абонента и получать предназначенные для этого абонента сообщения, что нарушает тайну телефонных сообщений.

При рассмотрении дел, в которых у потребителя возникли убытки в связи с ненадлежащим исполнением договора об оказании услуг связи, необходимо учитывать, что обязанность доказать умысел или неосторожность потребителя относительно причиненных ему убытков, принятие им разумных мер должна быть возложена на лицо, допустившее нарушение при исполнении обязательства (оператора связи). Это означает, что оператор связи не должен относиться формально к идентификации гражданина, предъявляющего доверенность на выдачу дубликата сим-карты.

Роспотребнадзор продолжает последовательно защищать права потребителей как в административном, так и в судебном порядке. При этом Федеральная служба обладает уникальным опытом идентификации нарушений прав потребителей во всех сегментах потребительских рынков, применения мер административного реагирования и профилактического характера. На основе формируемых подходов специалисты Роспотребнадзора ежегодно принимают участие более чем в 15 тысячах судебных заседаний в судах общей юрисдикции, добиваясь защиты имущественных интересов граждан и формирования единообразной правоприменительной практики.

О маркировке товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации

Территориальный отдел Управления Роспотребнадзора по Чувашской Республике-Чувашии в г.Новочебоксарск напоминает, что постановлением Правительства Российской Федерации от 26.04.2019 № 515 утверждены Правила маркировки товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации.

Указанным нормативным правовым актом определены правила формирования и нанесения средств идентификации и порядок представления участниками оборота товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, оператору государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, информации об обороте товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, для ее включения в информационную систему мониторинга.

Также, распоряжением Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р утвержден перечень отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации (Data Matrix коды), который на сегодня включает:

- молоко и молочную продукцию;
- упакованную воду;
- -лекарства;
- табак;
- товары легкой промышленности;
- обувь;



- шубы из натурального меха;
- духи и туалетную воду;
- шины и покрышки;
- фотоаппараты и лампы-вспышки.

Почему важно маркировать товар?

По данным Минпромторга, на Российском рынке с начала 2018 года выявлено свыше 6 миллионов единиц контрафактной продукции, что является серьезной проблемой как для самих потребителей, которые за свои деньги получают товар сомнительного качества, так и для владельцев продукции. Это негативно сказывается на репутации последних и влечёт финансовые убытки.



Нанесение цифровой маркировки позволяет получить всю информацию о товаре: название предприятия-изготовителя, место, дату и время производства или продажи, срок годности, артикул, номер стандарта.

Данные хранятся в государственной информационной системе.

Маркировка снижает распространение всех видов нелегальной продукции: контрафакта, фальсификата, контрабанды и проч.

Национальной системой цифровой маркировки и прослеживаемости товаров является система «Честный знак», гарантирующая потребителям подлинность и качество приобретаемой продукции. Основная задача системы — повышение уровня безопасности россиян, борьба с контрафактом и некачественными аналогами. Официальный сайт системы: честныйзнак.рф.

Мобильное приложение «Честный знак» для потребителей доступно в приложениях App Store, Google Play и RuStore.

Если товары из перечня маркируемых больше не могут продаваться без Data Matrix кода, но вы не находите код на упаковке, или не можете считать его в приложении Честный ЗНАК, нужно сообщить о нарушении. Это можно сделать сразу через свое мобильное приложение.

Сначала сообщение о нарушении попадает в модерацию, а затем отправляется в контрольно-надзорные органы. Они уходят в обезличенном виде, и никто не увидит персональные данные заявителя.

Кроме того, в случае выявления товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, без должной и достоверной маркировки или вообще без маркировки Data Matrix кодами, в целях пресечения нарушения установленных требований необходимо обращаться с жалобой в Управление Роспотребнадзора по Кировской области (610027, г. Киров, ул. Красноармейская, д. 45) любым удобным способом (как в письменном виде, так и в форме электронного документа с авторизацией в ЕСИА) с приложением подтверждающих документов.

Территориальный отдел Управления Роспотребнадзора по Чувашской республике-Чувашии в г.Новочебоксарск информирует участников оборота товаров подлежащих обязательной маркировке

В 2022 году большое количество товаров подлежит обязательной маркировке. Это закреплено на законодательном уровне. Поэтому предпринимателям необходимо внедриться в данный процесс маркировки. Для увеличения эффективности мер направленных на борьбу с фальсификатом 31 декабря 2017 г. Президент Российской Федерации В.В.Путин подписал закон, с которого началась обязательная маркировка товаров в России. Изменились правила торговли и учета про-



дукции. По состоянию на конец 2022 года маркировке и мониторингу подлежат 11 товарных групп. Список будут постепенно расширяться к 2024 году. Планируется, что данная система, внедренная государством, защитит интересы потребителей и бизнеса. Что означает маркировка товаров Обязательная маркировка товаров — это система, внедренная государством для мониторинга движения каждого товара и выявления контрафакта посредством нанесения цифровых средств идентификации, запрета оборота без идентификаторов и передачи сведений бизнесом о движении товара. Теперь производителям и импортерам необходимо заказывать коды маркировки на продукцию. Нужно заносить информацию о широкой группе изделий в национальную систему «Честный Знак» от оператора «ЦРПТ» или ГИИС ДМДК от оператора «Гознак», для государственного учета и возможности продавать их легально в магазине населению или в секторе B2B. Каждый участник логистической цепочки обязан регистрировать свои действия (вводить в оборот, выводить, передавать и другое), сканируя этикетку со специальным кодом на упаковке. Условия придется выполнять оффлайн магазину (рознице), интернет-магазинам, аптекам, оптовым продавцам, производителям и импортерам духов и другой продукции. К сведению: с самого начала было внедрено только чипирование шуб (с момента старта прошло уже 4 года). Маркировка — это идентификационный знак (средство идентификации), наносимый на упаковку, ярлык, товар, этикетку, палет или тару в виде RFID (метки радиочастотной идентификации), DataMatrix, КИТУ (код идентификации транспортной упаковки) или АТК (агрегированный таможенный код). Маркировка товаров — это процесс нанесения средств идентификации, содержащие код маркировки выданный оператором, на товары подлежащие отслеживанию обращения и сбыта. Код маркировки — это последовательность символов подразделяющиеся на группы данных, которые кодируются в штрих-код DataMatrix, в нём зашифрована информация о товаре. Его можно отсканировать например 2D сканером или приложением для населения «Честный Знак», благодаря которому происходит идентификация каждой единицы. Внешне метка похожа на QR-код, но обладает более высокой степенью защиты. QR-код чаще используют для коммерческих целей, например, для размещения на рекламных баннерах. ДатаМатрикс генерируется в виде квадрата с черными и белыми элементами, в котором закодирована последовательность символов позволяющая получить информацию о том, кто, где и когда произвел товар, а также некоторые его характеристики. Подделать их не получится и повторно использовать тоже нельзя. Чтобы зашифровать эти данные в Дата Матрикс, необходимо зарегистрироваться в системе «Честный Знак», внести туда данные из товарной номенклатуры и получить эти графические идентификаторы для печати. При маркировке по упрощенной схеме нужно указать 4 показателя, а для полной — 16. Сканирует Data Matrix сотрудник организации при продаже покупателю или поступлении, а также физическое лицо для проверки подлинности. В России его начали использовать с 01.07.2018 для марок системы прослеживания ЕГАИС, а затем и ЦРПТ переняла данную технологию. Конец формы Перечень товаров подлежащих маркировке По планам правительства РФ, к 2024 году обязательной маркировке и прослеживанию будут подлежать большинство товарных групп. В этом разделе вы сможете посмотреть таблицу и список уже отслеживаемых категорий на 2021 год. Старт маркировки в 2022 году На данный момент известна информация о маркировке для двух товарных групп. Никотинсодержащая продукция. В данную группу включены товары с кодом ТН ВЭД 2403 99 900 9: Табак, табачные изделия и изделия с никотином, которые употребляют путем нагревания: нагревательные системы типа IQOS. Курительные смеси для кальяна, не содержащие табака, но содержащие никотин: чайные смеси для кальяна и кальянные пасты. Сроки: 1 марта 2022 года. Производители, импортеры и розничные продавцы никотинсодержащей продукции должны зарегистрироваться в системе «Честный ЗНАК». 15 марта 2022 года. Информацию о движении никотинсодержащей продукции нужно передавать в систему «Честный ЗНАК». Это значит, что нужно фиксировать ввод продукции в оборот, передачу ее другому владельцу и выбытие из оборота после продажи. Велосипеды. Маркировке подлежат: Велосипеды с установленным вспомогательным двигателем, с колясками или без них. ТН ВЭД 8711. Велосипеды двухколесные и прочие велосипеды (включая трехколесные велосипеды для доставки грузов) без двигателя. ТН ВЭД 8712 00. Трехколесные велосипеды. ТН ВЭД 9503 00 100 9. Рамы велосипедов. ТН ВЭД 8714 91 100. Сроки: 1 марта 2022 года. Производители обязаны маркировать велосипеды и велосипедные рамы. Требования к передаче информации в «Честный ЗНАК» пока



нет. Новые этапы маркировки в 2022 году Молоко и упакованная вода подлежат обязательной маркировке с 2021 года. Но в 2022 году для производителей и продавцов начинают действовать новые правила. Молоко: 31 марта 2022 года. Продавцы обязаны фиксировать на кассе выбытие маркированной продукции сроком годности 40 дней и менее. То есть сканировать коды маркировки такой продукции на кассе и передавать данные через ОФД в «Честный ЗНАК». 1 июня 2022 года. Продавцы обязаны фиксировать на кассе выбытие маркированной продукции сроком годности более 40 дней. 1 сентября 2022 года. Становится обязательным объемно-сортовой учет. При передаче продукции от поставщика к продавцу нужно пользоваться электронным документооборотом. Пока упрощенным — передавать полный код маркировки не нужно. 1 сентября 2022 года. Производители и продавцы обязаны передавать в «Честный ЗНАК» информацию о выбытии молочной продукции не через кассу. Например, если ее списывают из-за порчи. 1 декабря 2022 года. Колхозно-фермерские хозяйства, которые сами производят и продают молочную продукцию, обязаны ее маркировать. Упакованная вода: 1 марта 2022 года. Маркировка становится обязательной для прочих категорий воды: с кодами ТН ВЭД 2201 и ОКПД2 11.07.11.120, 11.07.11.130, 11.07.11.140. Теперь производители такой воды обязаны ее маркировать, а оборот любой немаркированной упакованной воды запрещен. 1 сентября 2022 года. Продавцы обязаны фиксировать на кассе выбытие любой маркированной воды. То есть сканировать коды маркировки такой продукции на кассе и передавать данные через ОФД в «Честный ЗНАК». 1 ноября 2022 года. Становится обязательным объемно-сортовой учет. При передаче продукции от поставщика к продавцу нужно пользоваться электронным документооборотом. Пока упрощенным — передавать полный код маркировки не нужно. Список маркируемых товаров с 2021 года Для того, чтобы было вам понятнее мы приведем отдельно список продукции, на который также необходимо наносить средства идентификации в этом году. Определен следующий перечень товаров подлежащих обязательной маркировке на 2022 год: Кожаная одежда; Блузки (в том числе детские); Женские и мужские (в том числе детские): куртки, пальто, ветровки, анораки, плащи; Постельное белье; Столовое белье; Кухонное и туалетное белье; Мороженое и сыры; Ювелирные изделия и драгоценные металлы (не входит в систему Честный ЗНАК, учитывают в ГИИС ДМДК); Отдельные виды молочной продукции. Товары маркируемые ранее — до 21-го года Не первый год работает государственный цифровой учет. Приведем перечень товаров отслеживание которых началось до 2021 года: Одежда из меха; Лекарства; Табачная продукция; Обувь; Лекарства; Фотоаппараты и лампы-вспышки; Парфюмерная продукция; Шины и покрышки; В экспериментальном режиме уже можно начать маркировать БАДы, пиво и пивные напитки. Завершены эксперименты с креслами-колясками, бутилированной водой, минералкой, велосипедами и рамами от них. Установленные сроки и даты Часто бизнес не успевает к установленным срокам из-за сложности в наладке новых процессов. Поэтому этого Правительству приходится идти на встречу предприятиям и отодвигать установленные ключевые даты. Мы решили опубликовать свежие даты, в том числе и отдельно по переносам сроков. Этапы маркировки товаров Вступают в силу новые нормативные акты изданные государственными органами. Необходимо знать про установленные сроки маркировки товаров, поэтому приведем этапы. Перечисленная выше продукция должна быть промаркирована неукоснительно в следующем порядке до указанных дат. Этап №1. Изделия маркирующиеся на 2021 год: Изделий из натурального меха — с 12 августа 2016; Табачной продукции — с 1 марта 2019; Лекарств и обуви — с 1 июля 2020; Фотоаппаратуры и ламп-вспышек — с 1 октября 2020; Парфюмерии — с 1 октября 2020 (с 1.10.2020 по 30.09.2021 разрешено реализовывать немаркированные духи и туалетную воду только те, что были приобретены до 1 октября 2020); Шины и покрышки — с 1 ноября 2020 (право реализовывать немаркированные только до 15 декабря 2020); Одежда и белье — с 1 января 2021 года (читайте подробнее в статье "Обязательная маркировка товаров легкой промышленности с 2021"); Сыр и мороженое — с 1 июня 2021 года. Этап №2. Обязательная маркировка товаров введена для следующих категорий: с 1 июля 2021 — ювелирные изделия (с 1.01.2021 начать регистрироваться в системе ГИИС ДМДК); с 1 сентября 2021 — молочные продукты сроком более 40 суток; с 1 декабря 2021 — молочные продукты сроком менее 40 суток включительно; с 1 марта 2022 года — упакованная вода. Этап №3. На стадии эксперимента: Велосипеды — по 31 мая 2020 года (завершён); Антисептик — по 28 февраля 2023года; Кресла-коляски — по 1 июня 2021 года (завершён);



Пиво и пивные напитки — по 28 февраля 2023 года; Биологически активные добавки к пище (БА-Ды) — по 28 февраля 2023 года. Законы о маркировке товаров Данная тема не простая. Существует множество документов (законы, распоряжения и постановления) которые регулируют все процессы, этапы, условия, сроки, требования и виды товаров подлежащих маркированию в России, а также правила торговли. Поэтому далее подробно расскажем существует ли специальный регулирующий документ и об остальных самых важных моментах. Все стандарты, терминологию и условия по которым работает система, вводят перечисленные ниже по тексту документы: внимательно изучите их, чтобы узнать, что требуется от вашей фирмы и не получить штраф. Правительство утвердило следующий список актов. Федеральные законы РФ о маркировке товаров и мониторинге: 487-ФЗ от 31.12.2017 — регламентирует все действия с маркируемой продукцией. Этот основополагающий закон об обязательной маркировке вносит изменения в более ранние нормативные акты о кассах и торговле. 487-ФЗ предусматривает ответственность за нарушения; после вступления в юридическую силу запрещается продавать и вводить в оборот продукцию, которая не отвечает специальным требованиям о маркировке. 488-ФЗ от 25.12.2018 — дает основу регулирования в торговой деятельности, определяет терминологию, цели и базовые правила функционирования системы маркировки. Распоряжения Правительства РФ: 791-р от 28.04.2018 — устанавливает принципы и модель работы системы; 792-р от 28.04.2018 — утверждает список товаров, для которых вводится маркировка; 2963-р от 28.12.2018 — распоряжение утверждает концепцию системы; 515 от 26.04.19 — постановление устанавливает систему мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации; № 577 от 08 мая 2019 — изменения касаются цены генерации кодов, с 1.07.2019 года она платная без срока действия кодов и стоит по 50 копеек без учета НДС за каждый идентификатор. Нормативные акты о маркировке товарных групп РФ: Меха — № 105-ФЗ, № 787 (вступил в силу взамен старого Постановления Правительства от 24 марта 2016 № 235), № 270; Табак — № 224, № 1433; Обувь — № 860, № 216 от 29.02.2020, № 620; Лекарства — № 61-ФЗ, № 425-ФЗ, № 1556, № 1557, № 62; Парфюмерия — № 814, № 1957; Шины — № 753, № 1958; Одежда и текстиль — № 790, № 1956, № 343; Фотоаппаратура — № 589, № 1953; Ювелирные изделия — № 188-ФЗ, ПП РФ от 26.02.2021 № 270; Молочная продукция — № 1533-р, Постановление № 836, №2099. Нормативные акты об экспериментальной маркировке: Велосипеды — № 1183; Кресла-коляски — № 1028. Требования к маркировке продукции Продукция любого назначения должна иметь правильные и считываемые идентификаторы. С 2021 года добавились новые категории и действует новое правило торговли для розницы, производителей и импортеров; поэтому предпринимателям приходится проводить специальные мероприятия по настройке дополнительных функций учета. Основные требования к обязательной маркировке прописаны в законе «О защите прав потребителей» и других нормативных актах которые мы уже перечислили. А ответственность за нарушения указаны в КоАП и УК РФ. Расположение наносимой этикетки В 2021 ЦРПТ не устанавливает (и пока не планирует), где именно на этикетке должен располагаться штрихкод маркировки для учета. Важно, чтобы код DataMatrix был хорошего качества, считывался 2D сканером и был размещен в установленные сроки. Поэтому если вас интересовало куда наносить маркировку, то ответом будет: на саму продукцию, бирку-ценник или упаковку. Для справки: центр развития перспективных технологий занимается крупными проектами в области цифровой экономики в России, является важным звеном и формирует необходимую экспертную и технологическую инфраструктуру, чтобы создаваемая отвечала современным вызовам и была прозрачнее. Распоряжение правительства № 791-р от 28.04.18 утвердило исполнителя проекта ЦРПТ в качестве оператора, основные принципы и модель функционирования цифровой маркировки товаров и учет средствами идентификации. Содержание этикетки и данные Содержание этикетки и состав необходимой информации в рамках каждой отрасли регламентируется ГОСТ и техническими регламентами. Их размер и форма строго не регламентируются. На упаковке (на каждой единице) необходимо размещать: название товара и его состав; масса или размеры; как хранить, и в какие сроки он годен; кто произвел (название и адрес организации); номер серии или партии. Перечень сведений зависит от категории — у каждого он индивидуален. А конкретные требования перед экспериментом к ним «Честный Знак» прописывает не только в Постановлении, но и в методических рекомендациях для каждой отрасли; А автоматизация долж-



на проходить учитывая все необходимые параметры, которые нужно передавать. Важно, чтобы код Data Matrix наносился в виде двумерного штрихового кода: без повреждений, лишней информации, и мог считываться 2D сканер. Товар с нечитаемой этикеткой приравнивается к немаркированному. А отсутствие марок является нарушением ФЗ-487. Такая партия подлежит изъятию. Требования к принтеру и ККТ Формально, любой принтер подойдет для печати этикетки с кодом DataMatrix. Но этикетка клеится один раз на все время реализации изделия. Значит, её качество — важный момент. Долгий срок службы имеет специальная этикетка, напечатанная на термотрансферном принтере. Не забывайте также про ККТ (контрольно-кассовая техника), она должна поддерживать работу с маркированным товаром: принимать и передавать данные в ОИСМ (оператор информационных систем маркировки) через ОФД (оператор фискальных данных). Это тоже защищает от подделки, так как фиксируется продажа. Желательно приобрести сразу онлайн-кассу с постоянным доступом в интернет. 2D сканер кода DataMatrix Для сканирования при приемке или продаже покупателю (физическому или юридическому лицу), понадобится: специальное бесплатное приложение на телефон или классические сканеры с поддержкой считывания 2D штрихкодов и ТСД (терминал сбора данных). Зачем нужно маркировать и для чего нужна цифровая маркировка Основная цель нововведения — прозрачность товарооборота на Российском рынке. Система цифровой маркировки и прослеживаемости товаров выгодна государству, потребителю, участникам рынка и открывает новые возможности. Основана она на прозрачности: использовании онлайн-касс и учета каждого произведенного или импортируемого изделия, передавая данные через интернет на каждой ступени цепочки продаж. Как вы уже поняли производителям и импортерам теперь необходимо наносить на каждую единицу уникальный шифр идентификации, то есть код маркировки. Благодаря ему можно отследить весь путь изделия от производителя до покупателя и минимизировать процент контрафакта на рынке. Данное новшество довольно полезное не только для юридических лиц и ИП, вы сами можете убедиться прочитав далее. Польза для покупателя уверенность в легальности купленного изделия или продукта (защита от подделки); безопасность для жизни и здоровья; возможность сообщить о контрафакте через приложение на телефон. Благодаря системе «Честный Знак» потребитель в одно касание получает полные данные о конкретной единице: где и когда произведена; какой имеет срок годности; как и где была продана; полный путь перемещения от собственника к собственнику; номер серии или партии. Выгода для бизнеса оздоровление конкуренции, из-за вымывания торговцев контрафактом, неплательщиков налогов и акцизов продавать станет легче; анализ логистической цепочки и работа над оптимизацией поставок, сокращение складских запасов; работа со статистикой отгрузок и продаж: сезонность, география и объем реализации; данные о движении продукции позволят планировать производственные циклы и увеличить его оборачиваемость. Польза для государства борьба с теневым сектором; рост налоговых и таможенных отчислений; правительства стран в которых внедрена данная система контроль работы рынка онлайн (в режиме реального времени). Наказание и штрафы за нарушение правил маркировки товаров Обойти цифровую систему мониторинга не получится, вдобавок нарушителей ждут штрафы ведь подключение к системе прослеживания установлено на законодательном уровне. Нарушение правил маркировки в России, в том числе работа в обход, влечет за собой административную и уголовную ответственность, поэтому нужно помнить и соблюдать не только сроки маркировки, но и остальные требования. Согласно статье 15.12 КоАП, за распространение немаркированных изделий предполагается административное наказание в виде штрафа с конфискацией: от 2 000 до 4 000 рублей — для физических лиц; от 50 тысяч до 100 тысяч рублей — для компаний; от 5 000 до 10 000 рублей — для предпринимателей. В том случае, если стоимость немаркированной продукции превышает 1,5 млн рублей, то, в соответствии со статьей 171.1 УК РФ, нарушителю грозит уголовное заключение на срок до 3 лет, а также штраф 80 000 рублей. За нарушение порядка применения касс предусмотрено частью 4 статьи 14.5 КоАП РФ: предупреждение или штраф на юридических лиц — от 5 до 10 тысяч рублей, на должностных лиц от 1500 до 3000 рублей.

Что делать, если обувь испортилась в течение гарантийного срока



К покупке обуви следует относиться с вниманием: тщательно осмотреть внешний вид, детали, форму, размер. Возможна ли замена обуви надлежащего качества? Согласно ст. 25 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации.

К покупке обуви следует относиться с вниманием: тщательно осмотреть внешний вид, детали, форму, размер. Возможна ли замена обуви надлежащего качества? Согласно ст. 25 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный товар у продавца, у которого этот товар был приобретен, если указанный товар не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации. Потребитель имеет право на обмен непродовольственного товара надлежащего качества в течение 14 дней, не считая дня его покупки.

Обмен непродовольственного товара надлежащего качества проводится, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также имеется товарный чек (кассовый чек) либо иной, подтверждающий оплату указанного товара документ.

В случае если в день обращения потребителя к продавцу аналогичный товар отсутствует в продаже, потребитель вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за указанный товар денежной суммы. Требование потребителя о возврате уплаченной за указанный товар денежной суммы подлежит удовлетворению в течение трех дней со дня возврата указанного товара.

По соглашению потребителя с продавцом обмен товара может быть предусмотрен при поступлении аналогичного товара в продажу. Продавец обязан незамедлительно сообщить потребителю о поступлении аналогичного товара в продажу.

Права потребителя при обнаружении недостатков в обуви. В соответствии с Законом РФ №2300-1 от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей» (п. 1 ст. 18) в случае обнаружения в товаре недостатков потребитель по своему выбору вправе потребовать:

- замены на товар этой же марки (этой же модели);
 - замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
 - соразмерного уменьшения покупной цены;
 - незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;
 - расторжения договора купли-продажи с возвратом уплаченных денежных средств за товар.
- При этом потребитель вправе потребовать также возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества.

По общему правилу данные требования можно предъявить, если недостаток обнаружен во время гарантийного срока, а если такой срок не установлен, то в пределах 2 лет со дня покупки. Необходимо обратиться к продавцу товара (изготовителю, уполномоченной организации) с письменной претензией с четко сформулированными требованиями, составленной в двух экземплярах. Один экземпляр претензии необходимо лично вручить продавцу либо направить письмом. В случае вручения претензии на втором экземпляре продавец должен указать дату, должность, свои фамилию, имя, отчество и поставить подпись.

Об информации, доводимой до сведения потребителей организациями, осуществляющими торговую деятельность

Территориальный отдел Управления Роспотребнадзора по Чувашской Республике-Чувашии в г.Новочебоксарск (далее – территориальный отдел), в связи с поступающими обращениями хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, о перечне документов, необходимых для размещения в «уголке потребителя», разъясняет.



Отношения, возникающие между потребителями и продавцами при продаже товаров, регулируются Законом РФ от 07.02.1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее - Закон РФ «О защите прав потребителей»), «Правилами продажи товаров по договору розничной купли-продажи», утвержденными Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020г. № 2463 (далее – Правила продажи).

Указанными нормативными правовыми актами в области защиты прав потребителей законодательно понятие «уголок потребителя» не закреплено, а также не установлен перечень документов, необходимых для размещения в указанном уголке. Вместе с тем, данные нормативные правовые акты содержат обязательные требования в области защиты прав потребителей, предъявляемые к объему информации доводимой продавцами до сведения потребителей и способам ее предоставления.

Нормами ст. 9 Закона РФ «О защите прав потребителей» установлен объем информации о продавце и порядок ее доведения до сведения потребителя.

Так, в частности, согласно ст. 9 Закона РФ «О защите прав потребителей» продавец обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец размещает указанную информацию на вывеске.

Продавец - индивидуальный предприниматель - должен предоставить потребителю информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

Продавец обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование), место нахождения (адрес) и режим работы уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя.

Если вид деятельности, осуществляемый продавцом, подлежит лицензированию, до сведения потребителя должна быть доведена информация о виде деятельности продавца, номере лицензии, сроках действия лицензии, а также информация об органе, выдавшем указанную лицензию.

Порядок доведения информации о товарах закреплен ст. 10 Закона РФ «О защите прав потребителей», согласно требованиям которой продавец обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах, обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Также данной статьей установлен перечень обязательной информации о товарах и способах ее доведения до сведения потребителей.

Требованиями пункта 3 и пункта 11 Правил продажи установлена обязанность продавца соответственно обеспечить наличие ценников на реализуемые товары с указанием наименования товара, цены за единицу товара или за единицу измерения товара (вес (масса нетто), длина и др.) и в наглядной и доступной форме довести до сведения потребителей Правила продажи.

Кроме того, Правилами продажи установлены обязательные требования к порядку предоставления продавцами информации при дистанционном способе продажи товара по договору розничной купли-продажи, продажи товаров по договору розничной купли-продажи с использованием автоматов, продажи непродовольственных товаров, бывших в употреблении, продажи непродовольственных товаров, принятых на комиссию, а также при продаже отдельных видов товаров по договору розничной купли-продажи (продовольственные товары, сложные товары бытового назначения, автомобили, мототехника, прицепы и номерные агрегаты, ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, животные и растения, экземпляры аудиовизуальных произведений и фонограмм, программ для электронных вычислительных машин и баз данных, строительные материалы и изделия и иные виды товаров).

Защита прав потребителей при дистанционном способе продажи товара

В настоящее время среди потребителей актуальность приобретает продажа товаров дистанционным способом. При приобретении товара дистанционным способом необходимо знать про условия и особенности такого способа продажи товаров. Что же такое продажа товара дистанционным способом? Продажа товаров дистанционным способом – это продажа товаров по договору розничной купли – продажи заключенному на основании ознакомления покупателя с предложен-



ным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (п. 2 ст. 497 ГК РФ, ст. 26.1 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон «О защите прав потребителей»)). Основные положения дистанционной торговли регулируются ст. 26.1 Закона РФ «О защите прав потребителей» и п.п. 12-27 «Правил продажи товаров по договору розничной купли – продажи» утвержденных постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (далее – Правила № 2463). Потребителю до заключения договора купли-продажи при дистанционном способе продажи товара должна быть предоставлена информация об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора. В соответствии со ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей» потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - в течение семи дней. В случае, если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, потребитель вправе отказаться от товара в течение трех месяцев с момента передачи товара. Возврат товара надлежащего качества возможен в случае, если сохранены его товарный вид, потребительские свойства, а также документ, подтверждающий факт и условия покупки указанного товара. Отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт и условия покупки товара, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца. Потребитель не вправе отказаться от товара надлежащего качества, имеющего индивидуально-определенные свойства, если указанный товар может быть использован исключительно приобретающим его потребителем. При отказе потребителя от товара продавец должен вернуть ему денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку от потребителя возвращенного товара, не позднее чем через десять дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования. Расходы на осуществление возврата суммы, уплаченной потребителем в соответствии с договором розничной купли-продажи за товар ненадлежащего качества, несет продавец. В других случаях распределение указанных расходов определяется офертой (п. 23 Правил № 2463). Оплата товара потребителем путем перевода средств на счет третьего лица, указанного продавцом, не освобождает продавца от обязанности осуществить возврат уплаченной потребителем суммы при возврате потребителем товара как надлежащего, так и ненадлежащего качества (п. 24 Правил № 2463). В случае, если в приобретенном дистанционным способом товаре имеются недостатки потребитель вправе предъявить к продавцу все предусмотренные законодательством требования, что и при обычной покупке товара (п.5 ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей»)). Согласно ст. 18 Закона «О защите прав потребителей» потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе: - потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула); - потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены; - потребовать соразмерного уменьшения покупной цены; - потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом; - отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. При этом потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Убытки возмещаются в сроки, установленные настоящим Законом для удовлетворения соответствующих требований потребителя. В случае, если продавец откажется добровольно удовлетворить требования потребителя в отношении некачественного товара приобретенного дистанционным способом, то в соответствии с п. 2 ст. 17 Закона «О защите прав потребителей» потребитель вправе предъявить иск в суд. Иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены по выбору истца в суд по месту: - нахождения организации-ответчика; - жительства или пребывания истца; - заключения или исполнения договора. В соответствии с п. 3 ст. 17 Закона



«О защите прав потребителей» при обращении с иском в суд потребители освобождаются от уплаты государственной пошлины по делам, связанным с нарушением их прав.

Обязательные требования законодательства, предъявляемые к маркировке средствами идентификации духов и туалетной воды

Требования к обязательной маркировке духов и туалетной воды (в новом электронном формате) установлены Правилами маркировки духов и туалетной воды средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении духов и туалетной воды, утв. постановлением Правительства РФ от 31.12.2019 N 1957 (далее – Правила маркировки средствами идентификации).

Обязательная маркировка парфюмерной продукции средствами идентификации в системе «Честный ЗНАК»

В целях соблюдения прав потребителей и пресечения распространения в Российской Федерации контрафактной и фальсифицированной парфюмерной продукции Правительством Российской Федерации введена обязательная маркировка духов и туалетной воды средствами идентификации в виде кодировки в формате Data Matrix.

Введение маркировки означает, что с 1 октября 2021 г. в розничной торговле продавец не имеет права предлагать к продаже немаркированные средствами идентификации духи и туалетную воду.

Какая парфюмерия попадает под обязательную маркировку?

Согласно Распоряжению Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р необходимо промаркировать средствами идентификации парфюмерию, соответствующую кодам ТН ВЭД ЕАЭС – 3303 00 и ОКПД 2 группы 20.42.11 (духи, вода туалетная, одеколоны). Наборы товаров, включающих парфюмерную продукцию, также подпадают под указанное требование.

Не требуется маркировать:

- выставочные и экспериментальные образцы парфюмерной продукции, демонстрируемые в рамках международных выставок и ярмарок, и не предназначенные для продажи;
- рекламные и маркетинговые образцы парфюмерной продукции, не предназначенные для продажи;
- тестеры и пробники парфюмерной продукции, не предназначенные для продажи;
- образцы парфюмерной продукции объемом до 3 миллилитров включительно.

"Маркированная парфюмерная продукция" – это парфюмерная продукция, на которую нанесены средства идентификации с соблюдением требований Правил маркировки средствами идентификации и достоверные сведения о которой (в том числе сведения о нанесенных на нее средствах идентификации) содержатся в информационной системе мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации (далее – ГИС МТ).

"Участники оборота парфюмерной продукции" (далее – Участники оборота) - юридические лица и индивидуальные предприниматели, а также аккредитованные филиалы иностранных юридических лиц в Российской Федерации, являющиеся налоговыми резидентами Российской Федерации, которые осуществляют ввод парфюмерной продукции в оборот, оборот и (или) вывод из оборота парфюмерной продукции, **за исключением** юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, приобретающих парфюмерную продукцию для использования в целях, не связанных с ее последующей реализацией (продажей), а также оказывающих услуги в рамках агентских договоров, и (или) договоров комиссии, и (или) почтовые услуги по доставке парфюмерной продукции при ее продаже по образцам или дистанционным способам продажи или связанные с ними услуги, включая логистические услуги, предпродажную подготовку товара, сборку и упаковку, организацию доставки товара конечным потребителям от имени продавца с одновременным принятием денежных средств за выданный товар или наложенный платеж, приобретающих либо продающих (реализующих) парфюмерную продукцию по сделке, сведения о которой составляют государственную тайну (кроме лиц, осуществляющих вывод парфюмерной продукции из оборота по таким сделкам).



Регистрация парфюмерной продукции осуществляется в подсистеме национального каталога маркированных товаров Российской Федерации следующими участниками оборота парфюмерной продукции:

- а) при производстве парфюмерной продукции на территории Российской Федерации - **производителями** (включая случаи контрактного производства);
- б) при производстве парфюмерной продукции за пределами территории Российской Федерации - **импортером** (до пересечения парфюмерной продукцией границы Российской Федерации);
- в) при получении Участниками оборота от физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями, парфюмерной продукции в рамках договоров комиссии на территории Российской Федерации - **комиссионером**;
- г) при возврате парфюмерной продукции, приобретенной Участниками оборота в целях, не связанных с ее последующей реализацией (продажей) на территории Российской Федерации, - **Участником оборота, осуществляющим ввод парфюмерной продукции в оборот**;
- д) при наличии у Участника оборота немаркированной средствами идентификации парфюмерной продукции, находящейся в обороте на дату начала обязательной маркировки парфюмерной продукции, подлежащей реализации (продаже), - **Участником оборота, осуществляющим оборот данной парфюмерной продукции**;
- е) при реализации (продаже) парфюмерной продукции, приобретенной по сделке, сведения о которой составляют государственную тайну, - **юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, который приобрел парфюмерную продукцию и принял решение о ее дальнейшей реализации (продаже) по сделке, сведения о которой не составляют государственную тайну**.

Для регистрации парфюмерной продукции в ГИС МТ Участник оборота вносит следующие сведения:

- а) идентификационный номер налогоплательщика;
- б) код товара (при наличии);
- в) наименование парфюмерной продукции;
- г) 4-значный код [ТН ВЭД ЕАЭС](#) (начиная с 1 января 2021 г. - 10-значный код [ТН ВЭД ЕАЭС](#));
- д) товарный знак (при наличии);
- е) страна производства парфюмерной продукции в соответствии с Общероссийским [классификатором](#) стран мира;
- ж) тип парфюмерной продукции;
- з) заявленный объем парфюмерной продукции (л, мл);
- и) тип упаковки (упаковок);
- к) материал упаковки (упаковок);
- л) номер технического регламента (стандарта);
- м) фотоизображения парфюмерной продукции в разных ракурсах (вносятся по желанию).

Для регистрации наборов товаров в ГИС МТ Участник оборота вносит следующие сведения:

- а) код товара (при наличии);
- б) наименование парфюмерной продукции;
- в) товарный знак (при наличии);
- г) коды товаров и количество парфюмерной продукции, входящей в состав набора товаров и подлежащей обязательной маркировке средствами идентификации;
- д) наименование товаров, входящих в состав набора товаров, но не подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации (при наличии).

ВАЖНО! Участники оборота товаров несут ответственность за достоверность представляемых в ГИС МТ сведений.

Участники оборота обязаны зарегистрироваться в ГИС МТ, ввести достоверные сведения о маркировке парфюмерной продукции, а также о вводе продукции в оборот, ее обороте и выводе из оборота.

В ГИС МТ предусмотрены следующие статусы кода идентификации, кода идентификации набора, кода идентификации транспортной упаковки, агрегированного таможенного кода:



- для кода идентификации, кода идентификации набора:

статус "эмитирован" - статус, при котором код маркировки оператором предоставлен Участнику оборота, подтверждающий, что парфюмерная продукция не введена в оборот и может быть ввезена на территорию Российской Федерации;

статус "в обороте" - статус, при котором маркированная парфюмерная продукция находится в обороте. Для парфюмерной продукции, произведенной вне территории Российской Федерации (за исключением парфюмерной продукции, ввозимой из государств - членов Евразийского экономического союза), статус "в обороте" устанавливается после выпуска таможенными органами для внутреннего потребления парфюмерной продукции, ввозимой в Российскую Федерацию;

статус "выбыл" - статус, при котором парфюмерная продукция с соответствующим кодом маркировки выведена из оборота;

- для кода идентификации транспортной упаковки, агрегированного таможенного кода:

статус "сформирован" - статус, который присваивается автоматически после подачи сведений Участником оборота с описанным составом кода идентификации транспортной упаковки, агрегированного таможенного кода;

статус "расформирован" - статус, который присваивается автоматически в процессе расформирования транспортной упаковки, агрегированного таможенного кода.

ВАЖНО! Реализованный товар должен быть обязательно выведен из оборота (статус «выбыл» в ГИС МТ).

Участники оборота, осуществляющие розничную (в том числе комиссионную) торговлю парфюмерной продукцией, должны иметь:

- сопряженные с контрольно-кассовой техникой средства сканирования и распознавания средств идентификации;
- заключенный с организацией, созданной и находящейся на территории Российской Федерации, получившей в соответствии с законодательством о применении контрольно-кассовой техники разрешение на обработку фискальных данных (далее - оператор фискальных данных), договор на обработку и передачу от имени Участника оборота в ГИС МТ сведений о выводе из оборота маркированной парфюмерной продукции с использованием контрольно-кассовой техники по каждой реализованной единице парфюмерной продукции в случаях, предусмотренных налоговым законодательством Российской Федерации.

См. более подробно о порядке вывода товара из оборота п.п. 66-74 Правил маркировки средствами идентификации.

Код маркировки (средство идентификации) наносится на потребительскую упаковку или этикетку парфюмерной продукции, методом, не допускающим его отделения от упаковки (допускается размещение на прозрачной оберточной пленке или каком-либо другом внешнем оберточном материале, при этом средство идентификации не должно перекрываться другой информацией).

В случае формирования набора товаров средство идентификации наносится на потребительскую упаковку или этикетку набора, а также на потребительскую упаковку или этикетку парфюмерной продукции, входящей в состав данного набора.

Нанесение средств идентификации на потребительскую упаковку или этикетку осуществляется в случае:

- производства парфюмерной продукции на территории Российской Федерации, в том числе из иностранного сырья;
- ввоза парфюмерной продукции (включая наборы товаров) на территорию Российской Федерации с территории государств - членов Евразийского экономического союза в рамках трансграничной торговли - до фактического пересечения государственной границы Российской Федерации;
- ввоза парфюмерной продукции (включая наборы товаров) на территорию Российской Федерации с территории государств, не являющихся членами Евразийского экономического союза, а также в случае ввоза на остальную часть территории Российской Федерации парфюмерной продукции, изготовленной на территории особых (свободных) экономических зон или приравненных к ним территорий из иностранного сырья;



Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, принявшие решение о реализации парфюмерной продукции, приобретенной ранее в целях, не связанных с ее последующей реализацией (продажей), а также ранее изъятой, арестованной, конфискованной или обращенной в доход государства иным способом, и парфюмерной продукции, взыскание на которую обращено в счет неисполненных обязательств, должны обеспечить маркировку немаркированной парфюмерной продукции до ее реализации (продажи) третьим лицам.

Комиссионер должен обеспечить маркировку немаркированной парфюмерной продукции (включая наборы товаров), принимаемой на реализацию от физических лиц, не являющихся индивидуальными предпринимателями в рамках договоров комиссии, до предложения этой парфюмерной продукции для реализации (продажи).

Участники оборота, осуществляющие дистанционные продажи парфюмерии, вправе до момента ввода парфюмерной продукции в оборот размещать информацию о ней, в т.ч. ее описание, изображение и стоимость, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (интернет-магазинах), каталогах, буклетах и иных электронных и печатных материалах, содержащих публичную оферту для дистанционной продажи парфюмерной продукции (места продажи), а также заключать договоры розничной купли-продажи дистанционным способом с конечными потребителями с принятием авансовых платежей или предоплаты за парфюмерную продукцию. При этом **доставка парфюмерной продукции конечному потребителю на основании договора розничной купли-продажи дистанционным способом, заключенного до ввода парфюмерной продукции в оборот, допускается только после ввода её в оборот.**

ВАЖНО! Не допускается внесение в ГИС МТ изменений, касающихся ранее представленных Участником оборота в ГИС МТ сведений о вводе парфюмерной продукции в оборот, обороте парфюмерной продукции и ее выводе из оборота, **в соответствующий период проведения уполномоченным федеральным органом исполнительной власти проверки деятельности Участника оборота**, направившего уведомление об изменении таких сведений.

Несоблюдение вышеуказанных положений Правил маркировки средствами идентификации является административно-наказуемым деянием с предусмотренной административной ответственностью по ст. 15.12 КоАП РФ – «Производство, ввод в оборот или продажа товаров и продукции, в отношении которых установлены требования по маркировке и (или) нанесению информации, без соответствующей маркировки и (или) информации, а также с нарушением установленного порядка нанесения такой маркировки и (или) информации», и влечёт наложение административных штрафов с конфискацией предметов административного правонарушения в судебном порядке.

Официальный сайт Честный ЗНАК (<https://честныйзнак.пф/>) даёт владельцам бизнеса полное представление о современной маркировке и ответственности за её несоблюдение.

Пройдя по ссылке <https://честныйзнак.пф/business/projects/perfumes/>, можно пройти регистрацию в системе Честный ЗНАК, как необходимое требование для всех участников оборота маркированной продукции.

Оператор ГИС МТ - ООО "Оператор-ЦРПТ" (Центр развития перспективных технологий). Интернет сайт: <https://crpt.ru/>.

Чтобы узнать, прослеживается ли товар в системе маркировки, на мобильное устройство устанавливается [приложение «Честный ЗНАК»](#) и с его помощью сканируется код маркировки товара. Данное действие позволяет удостовериться в легальности происхождения товара, а также получить данные как о самом товаре, так и о его производителе.

Если при проверке через приложение «Честный ЗНАК» выявлена ошибка кода, информация о товаре отсутствует, либо товар не соответствует описанию в приложении, то потребитель вправе сообщить о таком нарушении.

По общим положениям законодательства о защите прав потребителей ответственность продавца за ненадлежащую информацию о товаре установлена положениями, предусмотренными [ст. 12](#) Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», и закрепляет право потребителя в разумный срок отказаться от такого товара и потребовать возврата уплаченной за товар суммы и возмещения других убытков.



Какую информацию должен предоставить оператор электронных денежных средств до заключения договора с клиентом

В соответствии п. 25 ст. 7 Федерального Закона Российской Федерации «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 № 161-ФЗ оператор электронных денежных средств до заключения договора с клиентом обязан предоставить ему следующую информацию: о наименовании и месте нахождения оператора электронных денежных средств, а также о номере его лицензии на осуществление банковских операций; об условиях использования электронного средства платежа, в том числе в автономном режиме; о способах и местах осуществления перевода электронных денежных средств; о способах и местах предоставления денежных средств клиентом оператору электронных денежных средств; о размере и порядке взимания оператором электронных денежных средств вознаграждения с клиента в случае взимания вознаграждения; о способах подачи претензий и порядке их рассмотрения, включая информацию для связи с оператором электронных денежных средств.

Сиропы и топпинги для кофе: критерии выбора

Сиропы – это добавки к кофе, которые маскируют кофейную горечь и добавляют необычный вкус. По составу сиропы могут различаться: бывают низкокалорийные варианты, наполнители без сахара, добавки на спирту и растительных маслах. Топпинг же отличается от сиропа густой консистенцией. Его наносят на пенную кофейную шапочку красивым узором. Сироп содержит в своем составе большое количество сахара, поэтому не рекомендуется к употреблению лицам с нарушением уровня сахара в крови и склонностью к ожирению. Не стоит применять продукт в пищу при проблемах с кишечником, ферменты сиропа создадут высокую нагрузку на органы пищеварения. На что обращать внимание при выборе сиропов. Качественные ингредиенты. Это могут быть сахарозаменители, изготовленные из натурального сырья с минимальным добавлением искусственных консервантов. Вкус, аромат, количество сахара (личные предпочтения). Материал тары. Рекомендуется выбирать товар в стеклянных бутылках. При должном хранении жидкость не густеет, остается свежей долгое время. Хранить продукт можно и при комнатной температуре, и на полке холодильника. Важное условие – тара должна быть герметически закрыта.

Рекомендации потребителям по выбору шин

В связи с приближением сезона устойчиво отрицательных температур воздуха Управление Роспотребнадзора по Тюменской области рекомендует автомобилистам внимательно отнестись к выбору зимней резины.

Согласно ст. 7 Закона РФ от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей», потребитель имеет право на то, чтобы товар при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя.

В соответствии со ст. 8, 10 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах на русском языке (на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Информация доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров. Информация об обязательном подтверждении соответствия товаров представляется в порядке и способами, которые установлены законодательством Российской Федерации о техническом регулировании, и включает в себя сведения о номере документа, подтверждающего такое соответствие, о сроке его действия и об организации, его выдавшей.

Кроме того, постановлением Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2019 г. №1958 утверждены «Правила маркировки шин средствами идентификации».

Процессу маркировки подлежат следующие товары:



- шины и покрышки пневматические резиновые новые для легковых автомобилей;
- шины и покрышки пневматические резиновые новые для автобусов или моторных транспортных средств для перевозки грузов (с индексом нагрузки не более 121; с индексом нагрузки более 121);
- шины и покрышки пневматические резиновые новые для мотоциклов;
- шины и покрышки пневматические резиновые новые для сельскохозяйственных или лесохозяйственных транспортных средств и машин;
- шины и покрышки пневматические резиновые новые для транспортных средств и машин, используемых в строительстве, горном деле или промышленности.

Покупатели могут самостоятельно проверить маркировку шин. Для этого необходимо найти на шине код DataMatrix, поднести к нему мобильное устройство с приложением «Честный ЗНАК».

Благодаря данному приложению у потребителя имеется возможность получить сведения о легальности, законности нахождения товара в обороте. Если ваши права как потребителя нарушены (при проверке через мобильное приложение выявлена ошибка кода или информация о товаре в системе честный знак отсутствует либо товар не соответствует описанию в приложении), вы вправе подать обращение в приложении «честный ЗНАК» или через сайт управления, приложив к обращению документы, содержащие информацию о нарушении (например, видеофиксацию фактов с привязкой к адресу конкретного торгового объекта, документы, подтверждающие реализацию товаров, сведения о продавце товара).

Ведущий специалист-эксперт территориального отдела Управления Роспотребнадзора по Чувашской Республике-Чувашии в г.Новочебоксарск Петрова Наталия Александровна

