

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРАХ

1. Информация о товаре. Средства и виды товарной информации
2. Маркировка. Сущность и способы
3. Информация о продовольственных товарах

Имеем право

- ▶ Право потребителя на информацию регулируется нормами закона РФ "О защите прав потребителей" и Гражданским кодексом РФ, а требования к содержанию и способам предоставления информации о товарах установлены указами президента и постановлениями правительства РФ, соответствующими решениями уполномоченных органов исполнительной власти и нормативными документами на конкретные группы и виды товаров.



1. Товарная информация

- ▶ – сведения о товаре, предназначенные для пользователей – субъектов коммерческой деятельности.
- ▶ Первичными источниками товарной информации и одновременно исполнителями услуг по информированию продавцов и потребителей о продаваемых товарах являются производители.
- ▶ Производственную информацию может дополнять продавец.
- ▶ В зависимости от назначения товарную информацию подразделяют на три вида:
 - ▶ основополагающую;
 - ▶ коммерческую;
 - ▶ потребительскую.



Виды информации

- ▶ **Основополагающая товарная информация** - основные сведения о товаре, имеющие решающее значение для идентификации и предназначенные для всех субъектов рыночных отношений (вид и наименование товара, его сорт, масса нетто, наименование предприятия-изготовителя, дата выпуска, срок хранения или годности).
 - ▶ **Коммерческая товарная информация** - сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, поставщиков и продавцов, но малодоступные потребителю (данные о предприятиях-посредниках, НДС о качестве товаров, ассортиментных номерах продукции по ОКП,) - штриховое кодирование.
 - ▶ **Потребительская товарная информация** - сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений, показывающие выгоды вследствие применения конкретного товара и нацеленные в конечном счете на потребителей (пищевая ценность, состав, функциональное назначение, способ использования и эксплуатации, безопасности, надежности и др.
-

Формы товарной информации

- ▶ применяют многообразные формы товарной информации: словесную; цифровую; изобразительную; символическую; штриховую.
- ▶ Словесная информация наиболее доступна для грамотного населения. Недостатки - громоздкость (для размещения ее требуется значительная площадь на упаковке и/или товаре), для ее восприятия необходимо время.
- ▶ Цифровая информация применяется чаще всего для дополнения словесной и в тех случаях, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре (например, порядковые номера продукции, предприятия, масса нетто, объем, длина, даты и сроки).
- ▶ Цифровую информацию отличают четкость и единообразие, но иногда она доступна лишь профессионалам и непонятна потребителям (например, ассортиментные номера продукции, порядковые номера предприятий требуют расшифровки с помощью ОКП и ОКПО).



Назначение и средства товарной информации

- ▶ Основная функция информации о товаре – это доведение до сведения потребителя (поставщика, продавца и др.) сведений о потребительских свойствах товара, об условиях и режимах правильного хранения, транспортирования, выбора, использования и утилизации товара.
- ▶ Изготовитель и/или продавец несет ответственность за полное соответствие товара заявленной о нем информации.
- ▶ Информация о товаре доводится до сведения потребителя с помощью маркировки, технической документации, прилагаемой к товару, или иным способом, принятым для отдельных видов товаров.



2. Маркировка

- ▶ - это часть информации, которая наносится изготовителем (продавцом) непосредственно на товар, тару, упаковку, этикетки, ярлыки, листки-вкладыши и пр.
- ▶ Содержание и способы нанесения маркировки для каждого вида товара указываются в стандартах.
- ▶ Маркировка в зависимости от характера наносимых знаков и символов может содержать текстовую и цифровую информацию, а также штрих-коды, пиктограммы, объемно-пространственные изображения.



Носители товарной информации

- ▶ **этикетка** – элемент упаковки, представляющий собой (до нанесения на упаковку) самостоятельное изделие небольших размеров с комплексом текстов и изобразительной информации.
- ▶ В зависимости от назначения выделяют основные фирменные этикетки – их располагают в зоне оптимальной видимости.
 - ▶ Дополнительные шрифтовые этикетки – это чаще всего контрэтикетки (наносятся с противоположной стороны от основных этикеток и содержат основной объем информации), субконтрэтикетки (располагаются ниже контрэтикеток, меньше по размеру), кольеретки (имеют особую форму и наклеиваются на горлышки бутылок, не несут большой информационной нагрузки).
- ▶ Упаковочные этикетки – выполняют все функции этикеток, но превосходят их по размерам и, следовательно, имеют преимущества в возможностях художественного оформления.



Носители товарной информации

- ▶ **бирки и ярлыки** – носители маркировки, которые приклеиваются, прикладываются или подвешиваются к товару. Они выполняют идентификационную функцию относительно товаров и производителей. Они содержат преимущественно регламентированный минимальный комплекс сведений. Ярлыки чаще применяются для изделий легкой промышленности, а также в оформлении упаковок сувенирного типа.
- ▶ **вкладыши** – выполняют информационную функцию. Их выпускают для качественно новых товаров, обращение с которыми требует навыков или опасно при неправильном использовании; для товаров сложного устройства. Наносимая информация должна быть объективной и достоверной.
- ▶ **контрольные ленты** – это носители краткой дублирующей товарной информации, выполняемой на небольшой ленте и предназначенной для контроля или восстановления сведений о товаре в случае утраты этикетки.
- ▶ **клейма и штампы** – носители информации, предназначенные для нанесения идентифицирующих условных обозначений на товары, упаковку, этикетки с помощью специальных приспособлений установленной формы.



Пиктограммы (символы, информационные знаки)

- ▶ в образной форме представляют определенную информацию о товаре, его свойствах, способах ухода и пр.
- ▶ С учетом все возрастающих объемов международной торговли такая маркировка особенно удобна, так как пиктограммы в сжатой образной форме способны представлять определенную информацию о товаре.
- ▶ В целом пиктограммы (символы) маркировки делятся на товарные знаки, знаки соответствия, манипуляционные знаки, экологические знаки, знаки безопасности и пр.



Товарный знак

- ▶ – это обозначения (словесные, изобразительные, объемные, а также их комбинации), позволяющие отличить товары одних изготовителей от однородных товаров других изготовителей.
- ▶ Товарный знак – это визитная карточка предприятия



Товарный знак – интеллектуальная собственность

- ▶ Товарный знак регистрируется Агентством по патентам и товарным знакам, где осуществляется проверка их охраноспособности и новизны.
- ▶ На зарегистрированный товарный знак выдается документ – свидетельство.
- ▶ Регистрация товарного знака действует в течение 10 лет, считая со дня поступления заявки в Агентство.
- ▶ Срок действия регистрации может быть продлен по заявлению владельца товарного знака каждый раз на 10 лет.
- ▶ Право на использование товарного знака охраняется законом Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения».

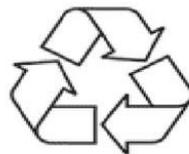


Знак соответствия

- ▶ Знаки соответствия – это обозначения, которые наносятся на товар и (или) упаковку для подтверждения соответствия качества товара требованиям нормативных или технических документов.
- ▶ Знаки соответствия классифицируются на международные, региональные и национальные.



«Зеленая точка» — символ того, что производство данного продукта экологически чистое, а упаковка подлежит вторичной переработке.



«Ресайлинг» — символ того, что данный товар подлежит переработке или уже получен в результате переработки.



«РСТ» — в России широко известен как знак соответствия Российскому стандарту.



Знак обращения на рынке (соответствие продукции требованиям технических регламентов).

Единый знак обращения продукции на
рынке Таможенного Союза

Euras



Манипуляционные знаки

- ▶ наносят в основном на транспортную тару или упаковку.
- ▶ Эти знаки дают указания по выполнению погрузочно-разгрузочных работ, хранению товаров и др.



МЗ 01
Хрупкое,
осторожно!



МЗ 02
Груз следует защищать
от солнечных лучей



МЗ 03
Груз следует
защитить от влаги



МЗ 04
Любое излучение влияет
на свойства груза



МЗ 05
Указывает на диапазон температур,
при которых следует хранить груз
или манипулировать им



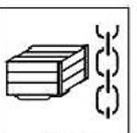
МЗ 06
Груз требует специальной
защиты от высокой
или низкой температуры



МЗ 07
При транспортировании,
перегрузке и хранении
открывать упаковку запрещается



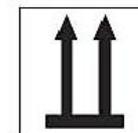
МЗ 08
Запрещается применять крюк
при поднятии груза



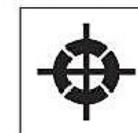
МЗ 09
Указывает на место, где следует
располагать канаты или цепи
для подъема груза



МЗ 10
Указывает места, где нельзя
применять тельню
при подъеме груза



МЗ 11
Указывает на правильное
вертикальное положение груза



МЗ 12
Место центра тяжести груза,
если оно не совпадает
с геометрическим центром



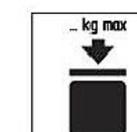
МЗ 14
На груз при транспортировке
и упаковке запрещается
класть другие грузы



МЗ 15
Поднимать груз за упаковку
запрещается (только
непосредственно за груз)



МЗ 16
Упаковку открывать
только здесь



МЗ 16
Ограничена возможность
штабелирования груза



МЗ 17
Защищать от радиации



МЗ 18
Груз нельзя
подвергать качанию



Предупредительные знаки (надписи)

- ▶ наносятся на ярлыки, упаковку или транспортную тару тех товаров, которые способны причинить вред человеку.
- ▶ Они уведомляют потребителя об опасности при эксплуатации (потреблении), транспортировании и хранении товара.
- ▶ Наиболее распространены системы маркировки, используемые при транспортировке опасных веществ и материалов и основанные на рекомендациях ООН.
- ▶ Для краткой характеристики опасности и описания советов по безопасному обращению с веществом рекомендуется использовать основные выражения и соответствующие им коды (R-фразы с соответствующими R-кодами) и (S-фразы с соответствующими S-кодами).
- ▶ Например:
 - ▶ R29 – при контакте с водой выделяется токсичный газ;
 - ▶ S30 – избегать контакта содержимого с водой.



Предупредительные знаки (надписи)

- ▶ Если малые размеры упаковки с веществом не позволяют разместить на этикетке всю предупредительную информацию, то на ярлыке помещаются:
 - ▶ наименование вещества;
 - ▶ сигнальное слово;
 - ▶ символы опасности;
 - ▶ R- и S-коды и, если позволяют размеры этикетки, то еще и стандартные R- и S-фразы;
 - ▶ данные поставщика;
 - ▶ обозначение партии продукции; указание о том, где можно найти более полную информацию по безопасному обращению с веществом.
- ▶ Материалы, содержащие некоторые опасные вещества (свинец, кадмий, хлор и др.), должны маркироваться дополнительными данными.
- ▶ Например, для материалов, содержащих кадмий или его сплавы, надо дать следующее предостережение:
 - ▶ "Осторожно! Содержит кадмий. При использовании образуются опасные пары. Использовать с соблюдением требований безопасности".



Экологические знаки

- ▶ Экологические знаки наносятся на те товары, которые могут нанести вред окружающей среде при производстве, использовании, утилизации и захоронении товара.
- ▶ Экологический знак "Зеленая точка" применяется в системе мероприятий по предотвращению загрязнения окружающей среды отходами. Такой знак на упаковке указывает на возможность ее переработки или возврата.
- ▶ Продукция, маркированная знаком "Голубой ангел", соответствует установленным требованиям, выполнение которых гарантирует экологическую безопасность.
 - ▶ Например, автомобиль, имеющий такой знак, оборудован надежной системой очистки выхлопных газов.
- ▶ Другие экологические знаки информируют потребителя о различных показателях экологических свойств реализуемых товаров, что нередко служит основным критерием их выбора.



Важный элемент маркировки – штриховой код

- ▶ Наличие штрихового кода является обязательным при проведении внешнеторговых операций, при сертификации импортных товаров.
- ▶ Его отсутствие может стать причиной снижения конкурентоспособности товаров.
- ▶ Штриховой код представляет собой комбинацию темных (штрихов) и светлых (пробелов) полос различной толщины, а также букв и/или цифр.
- ▶ Штриховое кодирование призвано обеспечить быстрый и максимально корректный ввод больших объемов информации.
- ▶ Существует несколько видов стандартов товарной нумерации EAN-13, EAN-8, DUN-14, UPC, которые служат для кодирования товаров.



Требования по обязательной маркировке товара с 2019 года

- ▶ Цифровая «маркировка товара» - это прикрепление к каждому продаваемому в рознице изделию специального кода, который позволяет проследить:
 - ▶ то, кем был произведен товар (или откуда импортирован);
 - ▶ то, каким образом он перемещался на пути от производителя (таможни) до магазина, который его продает.
- ▶ Проверить соответствующим образом товар может любое заинтересованное лицо - предполагается, что им будет, прежде всего, конечный потребитель. Но зачем ему это нужно? Какова цель маркировки товаров?
- ▶ Основная декларируемая законодателем цель внедрения маркировки товаров - защита рынка от контрафактной продукции.
- ▶ Маркировка на товаре будет удостоверяет факт его оригинального происхождения.
- ▶ Предполагается, что маркировка будет настолько защищенной, что поставщики контрафактной продукции не смогут ее воспроизвести на своих изделиях (по крайней мере, не смогут это сделать незаметно для проверяющих структур - которые, обнаружив такие действия, инициируют в отношении поставщика самые строгие санкции по закону).



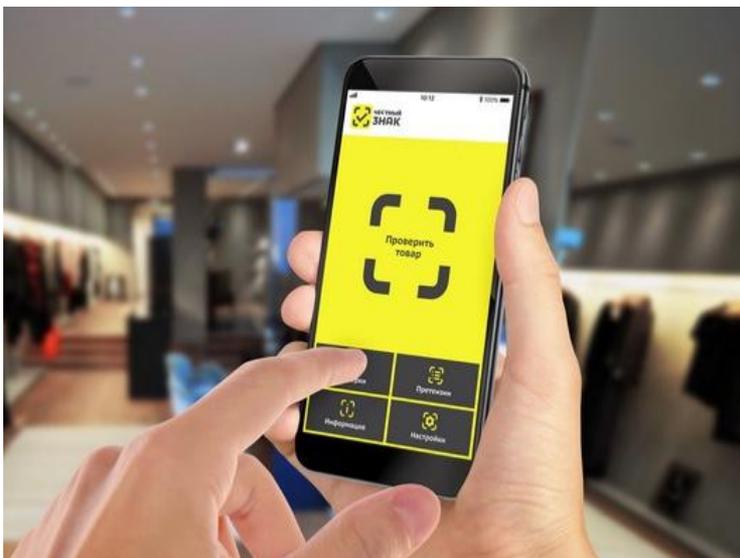
Алгоритм использования товарной маркировки

- ▶ Производитель (или импортер) товара подключается к специальной государственной информационной системе (ГИС), которая выдает ему для каждого выпускаемого изделия маркировку специальный цифровой код в формате DataMatrix (возможно, впоследствии перечень типов кодов будет расширен).
- ▶ Затем производитель в установленном порядке прикрепляет, «наклеивает» маркировку на свой товар (то, каким образом это делается на практике, зависит от конкретного типа товара).
- ▶ Оптовая организация - первый (в общем случае) контрагент производителя, сканирует маркировку по каждому товару и передает отсканированные данные в ту же ГИС. Оттуда получает подтверждение о подлинности товара.
- ▶ Розничный продавец - контрагент оптовика, также проверяет код, удостоверяет, что товар подлинный, а затем выкладывает товар, прошедший проверку в ГИС, в открытую продажу.
- ▶ После оплаты товара покупателем его маркировка в установленном порядке переносится на кассовый чек.
- ▶ Получивший товар покупатель получает возможность проверить маркировку, которая по-прежнему «наклеена» на нем, в ГИС.



Как маркировка работает

- ▶ Если поставщик контрафактного товара попросту перехватит прошедшие проверку коды у кого-либо из розничных поставщиков, «наклеит» их на товары и выставит в продажу, то первый же заинтересовавшийся проверкой кода покупатель, обнаружив нестыковку в «цепочке» перемещения товара - в виде несовпадающего наименования «разрешенного» и фактического продавца, скорее всего, сообщит об этом в правоохранительные органы.



Теоретически, производитель контрафакта может организовать полностью свою цепочку сверки кода от производства до розницы.

Но в этом случае он не сможет выдать товар за «чужой» бренд, поскольку бренд «привязывается» к марке, которая может быть применена только его правообладателем.

Сведения о бренде при этом прописываются в составе кода DataMatrix, их нельзя исключить при проверке подлинности товара.



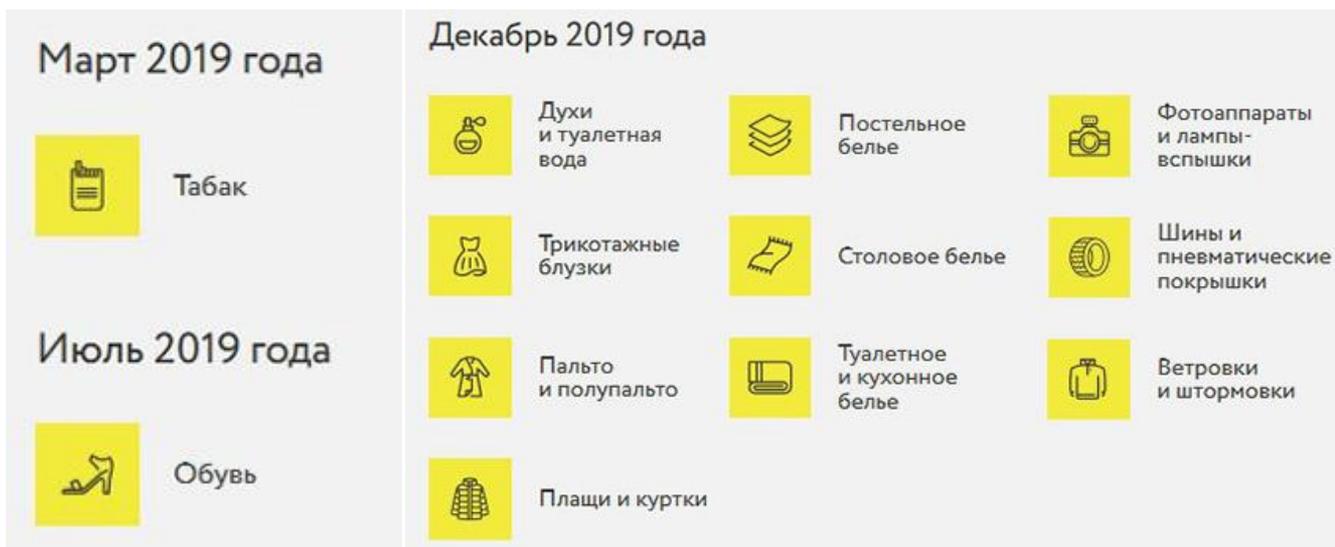
Эксперимент себя оправдал

- ▶ Маркировка товаров как способ их идентификации в целях предупреждения фальсификата практикуется в России уже давно.
- ▶ Уже много лет применяются акцизные марки. Маркируются также товары, подлежащие сертификации в соответствии с постановлением Правительства России от 01.12.2009 № 982.
- ▶ Основной принцип, на котором базируется новая схема - идентификация по принципу «одно изделие — одна марка». Она позволяет, с учетом преимуществ применяемых технологий шифрования и подтверждения подлинности данных, практически исключить «включение» в товарооборот фальсификата даже на уровне отдельных единиц товаров.
- ▶ Изначально маркировка с применением обновленной технологии коснулась только одного сегмента розницы - меховых изделий. В пилотном режиме маркировка применяется с 2016 года.
- ▶ В 2017 году в эксперименте начали участвовать производители лекарств, до конца 2018 года марки будут проставляться на всех лекарственных препаратах, реализуемых в России.



Товары с обязательной маркировкой в 2019 году

- ▶ Определенные новшества, направленные на повышение эффективности идентификации товаров от оригинальных поставщиков, были внедрены и в систему ЕГАИС.
- ▶ С 1 июля 2018 года введена в действие система ЕГАИС 3.0, в которой применяется защищенный механизм маркировки по указанному выше принципу, практически исключающий дублирование марок.
- ▶ К 2024 года предполагается развертывание маркировки на все типы продаваемых в России товаров. Ожидается, что аналогичный механизм будет запущен и в других странах ЕАЭС.



3. Информация о продовольственных товарах должна содержать такие сведения, как:

- ▶ наименование продукта;
 - ▶ наименование, местонахождение (адрес) изготовителя, упаковщика, экспортера и импортера продукта, наименование страны и места происхождения;
 - ▶ товарный знак изготовителя (при наличии);
 - ▶ массу нетто, объем и количество продукции;
 - ▶ состав продукта;
 - ▶ пищевая ценность;
 - ▶ условия хранения;
 - ▶ срок годности; срок хранения; срок реализации;
 - ▶ обозначение нормативного или технического документа;
 - ▶ информация о сертификации пищевых продуктов.
-



Особенности информации

- ▶ Наименование может включать название группы, подгруппы, вида продукта, приведенных в любой последовательности.
- ▶ В наименовании возможно указание отличительных особенностей продукта,
 - ▶ например, концентрированный, восстановленный, сублимированный, пастеризованный, охлажденный и пр.
- ▶ Пищевые продукты, которые не являются традиционными для России (джин, виски, лечо и пр.) и поступают по импорту, должны иметь наименования, соответствующие международным, региональным и национальным нормативным документам.



Не допускается:

- ▶ в наименованиях аналогов пищевых продуктов указывать, что они являются продуктами типа другого известного продукта
 - ▶ Например, вино типа Ркацители, минеральная вода типа Боржоми и т. п.;
- ▶ давать пищевым продуктам наименования, вводящие потребителей в заблуждение относительно природы пищевого продукта.
 - ▶ Например, промышленно вырабатываемым аналогам натуральных пищевых продуктов давать наименования, близкие к натуральным продуктам (белковой икре название "Икра зернистая черная", палочкам, вырабатываемым из рыбы и другого сырья название «Крабовые палочки» и др.
- ▶ использовать термины "приближенное к женскому молоку", "адаптированное" в названии молочных продуктов, предназначенных для питания детей первого года жизни.



О происхождении товара

- ▶ Наименование места происхождения указывается в том случае, если особые свойства продукта определяются характерными природными условиями географического объекта (страны, населенного пункта, местности и пр.) и/или людскими факторами.
- ▶ Если название географического объекта не вошло во всеобщее употребление на территории России, то оно не признается наименованием места происхождения продукта.
- ▶ Если продукт (сырье, полуфабрикат), изготовленный в одной стране, проходит в другой стране технологическую обработку, которая изменяет его свойства или превращает в готовое изделие, то другая страна рассматривается как страна происхождения.



Состав продукта

- ▶ Слово "состав" должно предшествовать перечню ингредиентов, которые указываются в порядке уменьшения массовой доли в рецептуре продукта.
 - ▶ К ингредиентам относятся не только вещества растительного, животного или минерального происхождения, но также природные или синтезированные пищевые добавки, используемые при подготовке или производстве пищевого продукта и присутствующие в готовом продукте в исходном или измененном виде.
 - ▶ При указании пищевых добавок применяют их групповое наименование и индекс согласно Международной цифровой системе (INS) или Европейской цифровой системе (E). Например, желеобразователь – агар E 406.
 - ▶ При применении усилителей вкуса или запаха слова "ароматизатор", "пищевкусовая добавка" должны сопровождаться прилагательными: "натуральный", "идентичный натуральному" или "искусственный", в зависимости от того, какими они являются.
-



Информация о полезных свойствах и противопоказаниях

- ▶ Информацию о противопоказаниях для применения при отдельных видах заболеваний доводят до сведения потребителя на этикетке, контрэтикетке, ярлыке, листе-вкладыше, прилагаемом к каждой единице упаковки, или маркировкой.
 - ▶ Любая информация о специальных питательных свойствах, лечебном или профилактическом назначении продукта, наличии в нем биологически активных веществ, отсутствии вредных веществ или других особых его характеристиках может быть нанесена на этикетку только с разрешения компетентных органов Минздрава России или при соответствии продукта нормативному документу Минздрава России, регулиющему решение данных вопросов.
-



Срок годности и пищевая ценность

- ▶ Пищевую ценность указывают как массу углеводов, белков, жиров и других компонентов в 100 г или 100 мл съедобной части продукта. Энергетическую ценность продукта определяют в расчете на 100 г или 100 мл продукта и указывают в килокалориях.
 - ▶ Условия хранения указывают для продуктов, имеющих ограниченные сроки годности (хранения, реализации) и/или требующих специальных условий хранения (пониженной температуры, определенной влажности воздуха, светового режима и пр.).
 - ▶ Для продуктов (например, продуктов детского питания), качество которых изменяется после вскрытия герметичной упаковки, защищавшей продукт от порчи, рекомендуется указывать условия хранения после вскрытия упаковки.
 - ▶ Срок годности пищевых продуктов исчисляется с даты изготовления. Срок годности может быть указан следующим образом: "Годен в течение ... (часов, дней, месяцев или лет)", "Годен до ... (дата)", "Использовать до ... (дата)". Дату окончания срока годности указывают так: "час, день и месяц" – для скоропортящихся продуктов; "день и месяц" – если срок годности продукта не превышает трех месяцев; "месяц и год" – если срок годности продукта превышает три месяца.
-

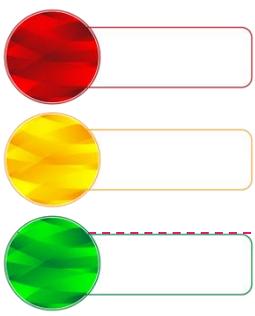


Светофор – путь к правильному питанию?



- ▶ Проект под названием «Светофор» инициировал Роспотребнадзор.
- ▶ Его первым участником стала компания Unilever.
- ▶ Присоединилась компания Danon





Светофор

- ▶ Маркировка начнется с мороженого.
- ▶ Планируется, что дальше к эксперименту подключатся производители молочной продукции и мяса птицы.
- ▶ Правильные с диетической точки зрения продукты будут маркировать **зеленым**.
- ▶ **Желтым** - те, в которых содержание соли, сахара и вредных жиров умеренное, **красным** - высокое.

