

## 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.



## Маркировка духов и туалетной воды



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.рф/>) даёт владельцам бизнеса полное представление о современной маркировке и ответственности за её несоблюдение.

Пройдя по ссылке <https://честныйзнак.рф/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.

**За дополнительной консультацией можно обратиться** в Управление Роспотребнадзора по Кемеровской области – Кузбассу (г. Кемерово, пр. Кузнецкий, д. 24):

- по номерам телефонов для получения консультации см. ссылку <https://42.rospotrebnadzor.ru/profilaktika-riskov-prichineniya-vreda-ushcherba-ohranyaemym-zakonom-cennostyam/konsultirovanie-yuridicheskikh-lic-i-individualnyh-predprinimatelej/>
- с письменным или электронным обращением. Обращения в форме электронных сообщений направляются в Роспотребнадзор путем заполнения специальной электронной формы на Едином портале Роспотребнадзора для подачи обращений граждан, которая размещен на официальном сайте Роспотребнадзора в разделе «Для граждан», подраздел «Обращения граждан» (<http://petition.rospotrebnadzor.ru>) или на официальном сайте Управления Роспотребнадзора по Кемеровской области - Кузбассу в разделе «Виртуальная служба», подраздел «Форма обращений граждан».

Отдел защиты прав потребителей

Управления Роспотребнадзора по Кемеровской области – Кузбассу