* новых производителей и импортеров, которые в условиях высокого спроса выпускают некачественную продукцию и без разрешения на производство антисептиков. Введение маркировки в таких условиях, как показывает опыт других товарных групп, ведет к снижению доли контрафакта.

Вся необходимая информация для участников эксперимента размещена на портале честныйзнак .рф по ссылке : <https://xn--80ajghhoc2aj1c8b.xn--p1ai/business/projects/antiseptic/instructions/>

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ РЕСУРС <http://zpp.rospotrebnadzor.ru/>



**На данном портале размещено:**

* нормативная правовая база в сфере защите прав потребителей;
* сведения о случаях нарушений требований технических регламентов с указанием конкретных фактов несоответствия продукции обязательным требованиям;
* результаты проверок,
* решения судов по делам в сфере защиты прав потребителей;
* новости в сфере защиты прав потребителей;
* тематические памятки по защите прав потребителей и обучающие видеоролики;
* образцы претензий и исковых заявлений;
* ВИРТУАЛЬНАЯ ПРИЕМНАЯ, где можно задать интересующий вопрос;
* ВЕРСИЯ ДЛЯ СЛАБОВИДЯЩИХ.

 **Консультационный центр по защите прав потребителей: 8 (4112) 446158. zpp@fbuz14.ru**

****

**ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Республике Саха (Якутия)**

**Консультационный центр**



# Информационный буклет

**О проведении эксперимента маркировки антисептиков**

**г. Якутск**

Согласно  Постановлению Правительства РФ от 21 июля 2021 года № 1240 эксперимент продлится с 1 августа 2021 по 31 августа 2022 года. Маркировка коснется следующих товаров по коду ОКПД2:

* 20.20.14.000 – антисептики;
* 20.42.15 – парфюмерно-косметическая продукция.

Цели эксперимента:

* определить и согласовать с уполномоченными органами, производителями, импортерами, оптовыми и розничными продавцами перечень сведений о товаре, которые однозначно могут определить каждую единицу товара;
* протестировать возможность наносить маркировку на антисептики и гигиенические средства, а также состава содержащийся в коде маркировки информации.
* проверить эффективность маркировки в борьбе с незаконным ввозом, производством и распространением гигиенических средств и антисептиков, а также повысить собираемость налогов и таможенных сборов;
* организовать эффективное взаимодействие органов власти, включая контролирующие органы с участниками оборота;
* оценить эффективность информационной системы маркировки, оценить возможность ее интеграции с государственными информационными системами;
* провести первоначальное наполнение национального каталога данными о товарах, участвующих в эксперименте.

По завершению эксперимента будут разработаны предложения с изменениями в законодательство, регламентирующее оборот антисептиков и гигиенических средств. Также будет проведена оценка целесообразности обязательной маркировки этих товаров, исходя из имеющихся технических решений.

Участники маркировки:

* Уполномоченные органы: Министерство промышленности и торговли, Минцифры, Министерство здравоохранения, Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения, Федеральная налоговая и таможенные службы, Федеральная служба по защиты прав потребителей, Федеральная служба по аккредитации. Уполномоченные органы должны обеспечить взаимодействия собственных информационных систем с системой маркировки. Также они должны учитывать сведения, которые передают участники эксперимента в ИС маркировки, в том числе по информации размещаемой в национальном каталоге.
* Оператор информационной системы (ЦРПТ) .
* Минпромторг – координирует создание и функционирование информационной системы маркировки.
* Участники оборота участвуют в эксперименте добровольно. Производителям на время участия в эксперименте будет бесплатно предоставлено оборудование для нанесения кодов маркировки на продукцию.

**Для чего нужна маркировка антисептиков**

Рост объемов продаж, а следовательно производства и импорта связан с появлением коронавирусной инфекции и вводом требований по санитарно-эпидемиологической безопасности для организаций. При этом почти половина оборота этих изделий приходится на долю нелегального оборота. Это связано с приходом на рынок