**Духи, шины, легпром и фотоаппараты готовы к обязательной маркировке**

1 Декабря 2019

В конце ноября успешно завершились пилотные проекты по цифровой маркировке парфюмерии, шин и покрышек, нескольких групп товаров легкой промышленности и фотоаппаратов. Отрасли, переходящие к обязательной маркировке, вместе с оператором ЦРПТ и Минпромторгом определили правила функционирования процесса, оптимальные способы нанесения и прослеживания цифровых кодов DataMatrix.

«С 1 декабря мы переходим к запуску обязательной маркировки по широкому ряду товаров. Но это не означает, что мы одномоментно запретим оборот всей непромаркированной на 1 декабря продукции. Совместно с участниками рынка и заинтересованными ведомствами мы разработали сроки поэтапного вступления в силу требований об обязательной маркировке этих товаров. Сроки учитывают готовность отраслей, а также особенности товарооборота и сложившиеся бизнес-процессы. Проекты постановлений, которые утверждают правила маркировки товаров, разработаны Минпромторгом России совместно с заинтересованными ведомствами, бизнесом и оператором системы и уже внесены в Правительство», - заявил министр промышленности и торговли РФ Денис Мантуров.

Работа с отраслями изначально велась в едином личном кабинете, созданном для удобства компаний. В первую очередь его преимущества оценят представители ритейла, которые работают с разными группами товаров на едином портале.

После того, как маркированная продукция начнет поступать в магазины, покупатели получат возможность с помощью смартфона получить полную достоверную информацию о товаре. Все четыре товарные группы уже интегрированы в приложение Честный ЗНАК, которым ежедневно пользуются тысячи покупателей.

«ЦРПТ уже разработано готовое решение, которое может быть быстро адаптировано к новым отраслям. Система функционирует, в ней прослеживается более 6 млрд кодов сигарет, лекарств, обуви и шуб. Технология готова к многократному росту регистраций и количества участников», - прокомментировал председатель совета директоров ЦРПТ Михаил Дубин.

Пилотный проект по маркировке духов проходил с 1 июля 2019 года и был поддержан 720 компаниями, среди которых Летуаль, Новая заря, Рив Гош, Брокард. В пилоте было выпущено более 560 тысяч кодов, описано 4800 товаров. В ходе тестирований удалось найти компромиссы по ряду важных для отраслей вопросов. Среди них, например, маркировка пробников, наборов и комплектов. Пробники, предназначенные не для продажи, не будут подлежать маркировке, а работа с комплектами и наборами будет осуществляться через описание в национальном каталоге, что позволит осуществлять продажу без дополнительного вскрытия собранных товаров.

Эксперимент по маркировке фотоаппаратов стартовал 16 мая 2019 года. В нем участвовало более 130 компаний, среди них Canon, Nikon, Sony, Яндекс Маркет, УК «Ситилинк», Fujifilm, а также крупнейшие ассоциации РАТЭК, АКОРТ и Союз участников потребительского рынка. Для удобства участников отрасли в данные кода, помимо стандартных, может заноситься информация о серийном номере продукции. Это была одна из просьб участников пилотного проекта.

В шинной отрасли, в рамках начавшегося 20 июня 2019 года эксперимента были протестированы различные технологии маркировки, по результатам которых определены оптимальные методы маркировки - DataMatrix код на этикетке как обязательное, и RFID-метка как опциональное, дополнительное средство идентификации. В ходе пилота сгенерировано более 10 000 кодов. В число лидеров эксперимента вошли такие производители продукции как Bridgestone, Continental, Cordiant, Yokohama, АО “Петрошина" и другие. Всего в эксперименте приняло участие более 530 отраслевых компаний, крупнейшие импортеры, оптовые и розничные дистрибьюторы, представители компаний малого и среднего бизнеса, представители автопроизводителей. В ходе эксперимента отраслью сформированы ряд предложений, в числе которых - исключение требований из маркировки велосипедных, авиационных и восстановленных шин.

В тестовом режиме велась работа с представителями легкой промышленности. В пилоте участвовало почти 5 тысяч участников, сгенерировано 400 тысяч цифровых кодов, осуществлено полное прослеживание продукции с продажей в розничных магазинах. Среди участников пилота, такие компании как «Фактор» (бренд Zolla), «Мэлон Фешн Груп» (бренды Beefree, ZARINA, LOVE REPUBLIC), «БНС Груп» (бренды Calvin Klein Jeans, Calvin Kein Underwear, Michael Kors и др ), Детский Мир и другие.

Руководитель рабочей группы по маркировке и прослеживаемости товаров АКОРТ Анна Орлова:
«Представители рынка должны понимать, что переход на маркировку по четырем группам, которые определены с 1 декабря 2019, будет плавным. Вначале все должны пройти регистрацию в системе, затем начать маркировку продукции : как остатков, так и вновь произведенной продукции , а запрет оборота немаркированной продукции наступит гораздо позднее. Решение об адаптационном периоде обсуждалось во время пилотных проектов и согласовывалось с участниками эксперимента, регулятором и отраслевыми ассоциациями. Это позволит снизить нагрузку на участников и спокойно войти в обязательный период».

<https://честныйзнак.рф/info/news/dukhi-shiny-legprom-i-fotoapparaty-gotovy-k-obyazatelnoy-markirovke/>