

Светлана Комарова, Надежда Гуськова, Диана Павлова

Svetlana Komarova, Nadezhda Guskova, Diana Pavlova

**НОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К МАРКИРОВКЕ ПАРФЮМЕРНО-
КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ**

**NEW REQUIREMENTS FOR THE MARKING OF PERFUMERY-COSMETIC
PRODUCTS**

Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева, г. Москва

Mendeleev University of Chemical Technology of Russia, Moscow

В статье представлены требования Федерального закона №53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», их влияние на маркировку парфюмерно-косметической продукции, трудности внедрения с учетом комментариев Роспотребнадзора и Федеральной антимонопольной службы.

In the article, the requirements of the Federal Law No. 53-FZ "On the language of the Russian Federation", their influence on the labeling of perfume and cosmetic products, implementation difficulties, taking into account the comments of Rospotrebnadzor and the Federal Antimonopoly Service are presented.

Ключевые слова: маркировка, федеральный закон, парфюмерно-косметическая продукция, Роспотребнадзор (РПН), Федеральная антимонопольная служба (ФАС).

Key words: marking, federal law, perfumery and cosmetic production, Rospotrebnadzor (РПН), Federal antimonopoly service (FAS).

В Федеральный закон от 01.06.2005 №53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (53-ФЗ) 28 февраля 2023 года внесены изменения Федеральным законом от 28.02.2023 №52-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» [1]. Закон обязывает использовать русский литературный язык. При использовании русского языка, как государственного, не допускается употребление слов и выражений, не соответствующих современным литературным нормам. Слова и фразы на иностранном языке, у которых нет общеупотребительных аналогов в русском языке, являются исключениями. Использовать слова и фразы, являющиеся исключениями, можно при условии включения их в нормативные выражения. Перечень «разрешённых» иностранных слов будет разработан к середине 2025 года. Для этого будут переработаны

содержания словарей, грамматик и справочников. Слова и фразы на иностранном языке, у которых нет общеупотребительных аналогов в русском языке, являются исключениями [1].

Изменения устанавливают обязательность использования русского языка в сферах, определенных статьей 3. В расширение сферы действия закона внесен, в том числе, пункт: в информации, предназначенной для потребителей товаров (работ, услуг). К такой информации относится как обязательная маркировка парфюмерно-косметической продукции (ПКП) в соответствии с требованиями Технического регламента ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» (ТР ТС 009/2011), так и дополнительная информация. В маркировке, согласно ТР ТС 009/2011, информация для потребителя – это вся маркировка парфюмерно-косметической продукции в виде надписей, цифровых, цветовых и графических обозначений, наносимая на потребительскую тару, этикетку, ярлык [2].

Также, пунктом 6 статьи 1 №53-ФЗ уточняется, что не допускается употребление слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, которые не имеют общеупотребительных аналогов в русском языке и перечень которых содержится в нормативных словарях, предусмотренных частью 3 статьи 1[1].

Таким образом, в закон заложена норма, позволяющая одобрять использование иностранных слов, через включение их в специальные словари. На данный момент таких словарей нет.

В то же время подпункт 1.1. статьи 3 №53-ФЗ предусматривает использование русского языка в информации для потребителей товаров и услуг с учетом особенностей осуществления деятельности в этой сфере [1].

Обязательные особенности в части информации о ПКП для потребителя установлены в ТР ТС 009/2011. В маркировке ПКП должны соблюдаться требования пункта 9 статьи 5 Технического регламента, которые допускают в ряде случаев использование букв латинского алфавита: состав продукции при использовании INCI, наименование изготовителя, местонахождения изготовителя, название продукции, название цвета, тона (для декоративной косметики и окрашивающих средств), название линии (серии), единицы измерения объема (ml, L) или массы (g, kg) [2].

№53-ФЗ устанавливает обязанность (в случаях использования наряду с русским языком иностранного языка, если иное не установлено законодательством РФ), для текстов на иностранном языке наносить дублирующие тексты на русском языке, при этом тексты на русском языке должны быть идентичными по содержанию, равнозначными по размещению

и техническому оформлению (иметь одинаковые параметры - цвет, тип и размер шрифта), выполнены разборчиво [1].

В то же время ФЗ уточняет, что данное требование не распространяется на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания.

Роспотребнадзор (РПН) учитывает подпункт 1.1. статьи 3 №53-ФЗ об использовании русского языка в информации для потребителей товаров и услуг с учетом особенностей осуществления деятельности в определенной сфере.

РПН под особенностью применения №53-ФЗ определяет, как возможность указания буквами латинского алфавита состава продукции при использовании INCI, наименования изготовителя, местонахождения изготовителя, названия продукции, названия цвета, тона (для декоративной косметики и окрашивающих средств), названия линии (серии), единиц измерения объема (ml, L) или массы (g, kg), установленную в ТР ТС 009/2011 так и требования, установленные применительно к отношениям между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами, владельцами маркетплейсов при продаже товара, а именно, право потребителя на получение информации о товаре согласно Закону РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (Закон 2300-1) [2], [3].

В свою очередь Закон 2300–1 устанавливает, что потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе и реализуемых им товарах способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке в объеме обязательной информации, указанной в п.2 статьи 10 Закона 2300-1 [3]. Также РПН уточняет, что ПКП является объектом технического регулирования и требования к маркировке товаров, указываются в объеме и согласно требованиям регламентов. ТР ТС 009/2011 обязывает указывать на русском языке только обязательную информацию (п.п. 9.2 статьи 5), к дополнительной информации требований по использованию только русского языка не выдвигается.

Также РПН разъясняет, что при осуществлении государственного контроля на соблюдение обязательных требований к маркировке товаров рамки контроля ограничены требованиями Закона 2300–1 и технических регламентов и в перечень нормативно-правовых актов (НПА), содержащих обязательные требования, которые являются предметом государственного контроля в области защиты прав потребителей, не входит №53-ФЗ.

Из ответа РПН следует, что РПН не предполагает при осуществлении государственного контроля в рамках установленных полномочий проверять соблюдение требований, установленных в №53-ФЗ. Также в компетенции РПН входит контроль только за соблюдением обязательного объема информации, для ПКП – это п.п. 9.2 статьи 5 ТР ТС 009/2011 и п.2 статьи 10 Закона 2300–1 [3].

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) разъясняет применение №53-ФЗ в рамках своих компетенций – только в отношении рекламы (определение термина установлено в №38-ФЗ) и уточняет какая информация по мнению ФАС не относится к рекламной. Следуя разъяснению ФАС можно заключить, что информация о продукции на сайтах интернет-магазинов, а также в каталогах на сайте бренда не является рекламой [4].

На текущий момент с учетом разъяснений ФАС и РПН, а также отсутствия на 14 августа 2023 судебной практики в части разбирательств по норме ФЗ-№53 о применении русского языка в информации о продукции и отсутствия ответственности (санкции, штрафы) за прямое нарушение требований ФЗ-№53 (за исключением использования брани) можно заключить следующее

1. Вся обязательная маркировка ПКП должна быть на русском языке, за возможными исключениями: состав продукции при использовании INCI, наименование изготовителя, местонахождение изготовителя, название продукции, название цвета, тона (для декоративной косметики и окрашивающих средств), название линии (серии), единицы измерения объема (ml, L) или массы (g, kg) [2].

2. Дополнительная информация в маркировке ПКП, с одной стороны, согласно №53-ФЗ, должна быть приведена на русском языке. В случае использования иностранного языка в дополнительной информации в маркировке, такая информация должна дублироваться на русский язык идентичным по содержанию текстом, русский вариант должен быть равнозначным по размещению и техническому оформлению (иметь одинаковые параметры - цвет, тип и размер шрифта) иностранному и выполнена разборчиво.

В то же время, учитывая отсутствие установленного в рамках национального законодательства единого определения «информация для потребителя товаров, услуг» и полноты ее объема, для целей применения требований №53-ФЗ представляется логичным руководствоваться необходимым минимальным объемом информации для потребителя, установленным в Законе 2300-1 п.2 статьи 10 и требованиями ТР ТС 009/2011 к маркировке, т.к. в требования к информации в указанных нормативных актах не входят требования к так называемой дополнительной информации в маркировке ПКП.

3. Товарный знак, фирменное наименование, знак обслуживания могут быть нанесены только на иностранном языке.

4. Оригинальная маркировка импортного товара в разъяснениях обоих ведомств исключается, как не являющаяся рекламой (компетенции ФАС), так и не являющаяся в полном объеме обязательной частью маркировки для ПКП (компетенции РПН). Для применения требований НПА к такой информации в отсутствии четких правил для

идентификации информации в виде оригинальной маркировки импортного товара ее можно отнести к дополнительной информации.

5. Информация, кроме объема обязательной информации о товаре, изготовителе, продавце при продаже товара на фирменных сайтах, на сайтах интернет-магазинов и маркетплейсов, а также информация о товаре на справочно-каталожных сайтах или в социальных сетях и изданиях такого же характера, в фирменных социальных сетях не является рекламной по мнению ФАС и не подлежит изложению с учетом требования №53-ФЗ.

6. Информация о продукции, производителе, бренде в виде статей, постов и в других форматах, размещенная в различных информационных и медиа источниках, признаваемая рекламой или являющаяся продуктом средств массовой информации должна быть представлена с учетом требований №53-ФЗ.

Разъяснения, представленные в статье, об отсутствии официального мнения государственных уполномоченных органов по некоторым деталям применения требований №53-ФЗ являются лишь помощью в понимании одной из возможных позиций применения требований №53-ФЗ и снабжены аргументами в виде возможной трактовки НПА для защиты позиции компаний перед контрагентами в случае принятия решения не дублировать дополнительную информацию в маркировке, нанесенной на латинице на русский язык [1].

Принимая решение дублировать или не дублировать дополнительную информацию в маркировке на русский язык, следует учитывать, что действующие формулировки НПА и уход официальных органов от четких разъяснений в случае активации контрольных мероприятий по соблюдению требований №53-ФЗ могут позволить признать отсутствие дублирующего текста на русском языке при наличии латиницы в маркировке нарушением №53-ФЗ. При отсутствии санкций за нарушения №53-ФЗ такие нарушения могут быть переквалифицированы в нарушение требований законодательства о праве потребителя на информацию о товаре, услуге [1].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/ (Дата обращения:25.05.2024).
2. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» // URL: <https://docs.cntd.ru/document/902303206> (Дата обращения:26.05.2024).
3. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «Закон Российской Федерации О защите прав потребителей» // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (Дата обращения:25.05.2024).

4. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 № 38-ФЗ // URL: https://consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (Дата обращения:25.05.2024).

Сведения об авторах

Комарова Светлана Григорьевна	Доцент кафедры	Кандидат технических наук, доцент
Гуськова Надежда Юрьевна	Студент магистратуры	
Павлова Диана Владимировна	Студент магистратуры	

Анна Марциохо, Светлана Комарова

Anna Marziokho, Svetlana Komarova

ДОБРОВОЛЬНАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ НА ПРИМЕРЕ ДЕРЕВЯННЫХ ПЛЕЧИКОВ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ОДЕЖДЫ

VOLUNTARY CERTIFICATION BASED ON THE EXAMPLE OF WOODEN HANGERS FOR STORING CLOTHES

Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева, г. Москва

Mendeleev University of Chemical Technology of Russia, Moscow

В данной статье рассматривается важность добровольной сертификации на примере сертификации деревянных плечиков для одежды. Авторы рассматривают объект с разных сторон и выделяют наиболее важные показатели, по которым необходимо сертифицировать продукцию, чтобы повысить уровень доверия к ней со стороны потребителей. Успешное прохождение процесса добровольной сертификации говорит о том, что производитель обладает надежными и профессиональными процессами производства, что отражается на качестве и безопасности продукции.

This article discusses the importance of voluntary certification using the example of certification of wooden hangers for clothes. The authors consider the object from different angles and identify the most important indicators that need to be certified in order to increase the level of trust on the part of consumers. Successful completion of the certification process indicates that the manufacturer has reliable and professional production processes, which affects the quality and safety of products.

Ключевые слова: добровольная сертификация, плечики, сертификат, требования, протокол испытаний.