

22.03.2024

# ПродЭксперт



**Самое важное и интересное для специалистов пищевой промышленности**

---

## Уточнены требования к производителям алкогольной продукции

*Источник изображения [freepik.com](https://www.freepik.com)*

Президент подписал Федеральный закон от 11.03.2024 № 46-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон „О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции“».

Этот закон направлен на совершенствование правового регулирования отношений в сфере производства алкогольной продукции, относящейся к спиртным напиткам. Он вводит новые требования для обеспечения прозрачности работы организаций — производителей этилового спирта и алкогольной продукции, повышения качества продукции, а также противодействия её нелегальному производству и обороту.

### **Изменения включают в себя:**

- увеличение размера уставного капитала отдельных организаций, осуществляющих производство этилового спирта, с 10 миллионов рублей до 100 миллионов рублей;
- введение ряда требований к деловой репутации физических лиц, являющихся лицами, контролирующими организации, членами коллегиальных органов управления,

коллегиальных исполнительных органов или осуществляющих функции единоличных исполнительных органов, главных бухгалтеров организаций;

- обязанность организаций — производителей этилового спирта и алкогольной продукции, относящейся к спиртным напиткам, по предоставлению федеральному органу исполнительной власти, уполномоченному по контролю (надзору) в области производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции, информации об указанных физических лицах;
- наделение названного федерального органа исполнительной власти полномочием по формированию перечня лиц с неудовлетворительной деловой репутацией.

Источник:  
<http://kremlin.ru/>

А знаете ли вы?

## Роспотребнадзор усиливает контроль за маркировкой товаров

5 марта на совещании с руководителями территориальных органов и учреждений Роспотребнадзора руководитель Службы Анна Попова обсудила контрольно-надзорные мероприятия за соблюдением требований в сфере обязательной маркировки товаров. В розничной торговле существует 33 индикатора риска по 9 группам товаров, подлежащих обязательной маркировке. Этот механизм дает возможность территориальным органам Роспотребнадзора оценивать риски причинения вреда или ущерба для потребителей, не влияя на деятельность добросовестного бизнеса.

Например, Управлением Роспотребнадзора по г.Санкт-Петербургу проведена проверка в отношении магазина одежды, где на реализации находилось более 36 тыс. единиц продукции легкой промышленности без документов о подтверждении ее безопасности. Также на товарах отсутствовала маркировка средствами идентификации. По результатам экспертизы изъятого образца подтвердился факт нахождения в обороте опасного для здоровья товара. Вся продукция изъята из оборота.

Анализ данных из системы маркировки помогает также выявлять нарушения сроков хранения пищевой продукции.

Так, в Тюменской области в сетевом продуктовом магазине с помощью системы индикаторов риска выявлены большие объемы просроченной молочной продукции. В ходе проверки из 15 тыс. единиц продукции, находящейся на полках в магазине, выявлено и снято с реализации почти 500 единиц продукции с истекшим сроком годности.

Всего по результатам контрольно-надзорных мероприятий начиная с сентября 2023 года прекращена реализация более 150 тыс. единиц потенциально небезопасной продукции, незаконно находящейся в обороте. В организациях торговли пресечено около 1,4 тыс. нарушений, более 270 материалов по итогам проверок передано в суд.

Источник:  
<http://www.rospotrebnadzor.ru>

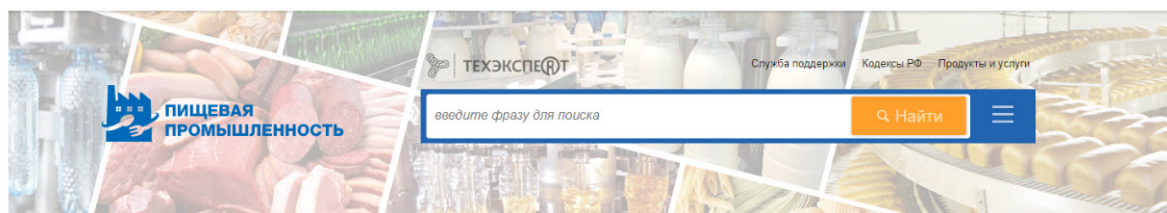
Фальсификация характерна для многих предприятий пищевой отрасли. Чаще всего фальсифицируют молочную и колбасную продукцию, консервы, алкогольные и безалкогольные напитки. Однако, единого определения и подхода к этому явлению как на российском, так и на международном уровне до сих пор нет.

Лучше понять проблематику, а также получить практические рекомендации и инструменты для эффективной борьбы с фальсификацией поможет справочный материал «Фальсификация пищевой продукции» в отраслевом комплекте систем **«Техэксперт: Пищевая промышленность»**

**В нем можно узнать:**

- о различных типах фальсификации продукции;
- об одной из самых популярных схем сертификации FSSC 22000;
- о требованиях к продовольственной защите и снижению рисков фальсификации;
- о необходимых документах для борьбы с продовольственным мошенничеством.

Материал будет полезен специалистам, занимающимся производством и сертификацией пищевой продукции.



Важные ссылки   Информационные системы   Новости   Новые документы

- |   |  |  |
|---|--|--|
| К вам пришла проверка                           | Пищевая промышленность: вопрос-ответ                     | Технические регламенты: вопрос-ответ                                   |
| Охрана труда при производстве пищевой продукции | Пожарная безопасность на объектах пищевой промышленности | Требования промышленной безопасности к объектам пищевой промышленности |
| Гид. Экология в пищевой промышленности          | Эксплуатация зданий пищевой промышленности               | Плакаты по безопасности и охране труда на пищевом производстве         |
| ОПО пищевой и масложировой промышленности       | Проверочные и оценочные листы Россельхознадзора          | Разъяснения по фасовке товаров первой необходимости                    |

Материал актуален на 18.03.2024

### Фальсификация пищевой продукции

**Внимание!**  
С 1 апреля 2021 года действует новая версия 5.1 схемы сертификации FSSC 22000. Новый высосемнар. Переход на версию 5.1 FSSC 22000 и декларирование соответствия пищевой продукции в 2021 году - советы предприятиям

#### Общие положения о фальсификации

##### Определение фальсификации

Фальсификация характерна для многих предприятий пищевой отрасли. Чаще всего фальсифицируют молочную и колбасную продукцию, консервы, алкогольные и безалкогольные напитки.

В мире есть много подходов к фальсификации пищевой продукции. Рассмотрим эти подходы на примере международных организаций и российского законодательства.

Международное определение фальсификации дает Глобальная инициатива пищевой безопасности (GFSI).

GFSI называет фальсификацию продовольственным мошенничеством (food fraud), которое включает:

- умышленную замену;
- дополнение;
- подделку;
- искажение качества пищевых продуктов, ингредиентов, упаковки, маркировки, информации о продукте.

Цель этих действий - получение экономической выгоды, которая может повлиять на здоровье потребителей.

Ссылки ведут на документы в системе «Техэксперт».

Если ссылки не активны или при переходе возникает ошибка, вероятно, вы не являетесь пользователем «Техэксперт» или у вас не настроена утилита «КАссист».

Обратитесь к представителю «Техэксперт» в вашем регионе.

## Вопрос-ответ



Лисицкая Ольга  
Сергеевна

### Вопрос:

Как правильно писать название пищевой продукции: сначала русскими буквами, а в скобках английскими, или же допустимо писать наоборот сначала английскими, а в скобках русскими? Как пример, «RUSSIAN SHICK ORGANIC (русский шик органик)» или «русский шик органик (Russian shick organic)»?

### Ответ:

Да, поскольку речь идет о придуманном названии пищевой продукции, допустимо использовать английский язык, если рядом (например, в скобках) есть идентичный и равнозначный перевод на русский язык.

### Обоснование:

Исходя из условий вопроса словосочетания «Russian shick organic (русский шик органик)» или «Русский шик органик (Russian shick organic)» представляют собой придуманное название пищевой продукции.

В терминологии Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» (статья 2) придуманное название пищевой продукции — слово или словосочетание, которые могут дополнять наименование пищевой продукции. Придуманное название пищевой продукции может не отражать ее потребительские свойства и не должно заменять собой наименование пищевой продукции.

Заметим, что придуманное (фантазийное) название пищевой продукции не является наименованием пищевой продукции и не заменяет его. В этом смысле придуманное название пищевой продукции не является обязательным реквизитом маркировки продукции, а отнесено к дополнительным сведениям, которые могут быть (но не должны быть) указаны в маркировке упакованной пищевой продукции (подпункт 1 пункта 1, пункт 3 части 4.1 статьи 4 ТР ТС 022/2011).

В силу пункта 2 части 4.1 статьи 4 ТР ТС 022/2011 предусмотренная пунктом 1 части 4.1 данной статьи и нанесенная в виде надписей маркировка упакованной пищевой продукции должна быть нанесена на русском языке и на государственном(ых) языке(ах) государства — члена Таможенного союза при наличии соответствующих требований в законодательстве(ах) государства(в) — члена(ов) Таможенного союза, за исключением случаев, указанных в пункте 3 части 4.8 данной статьи.

То есть наименование пищевой продукции, как обязательная информация в составе маркировки, обязательно должна быть нанесена на русском языке. А поскольку придуманное (фантазийное) название пищевой продукции наименованием пищевой продукции не является, получается, что обязательное требование пункта 2 части 4.1 статьи 4 ТР ТС 022/2011 на него не распространяется.

Поэтому придуманное название пищевой продукции может быть записано латиницей или на языке производителя-импортера.

Кроме того, использование иностранного языка в деятельности организаций регламентируют Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации».

В силу общего требования, установленного пунктом 9.4 части 1 статьи 3 Закона № 53-ФЗ, государственный язык РФ подлежит обязательному использованию в информации, предназначенной для потребителей товаров (работ, услуг).

В соответствии с частью 2 статьи 3 Закона № 53-ФЗ в случаях использования организациями всех форм собственности, наряду с государственным языком РФ, в частности, иностранного языка (в указанной информации) тексты на русском языке

и иностранном языке, если иное не установлено законодательством РФ, должны быть идентичными по содержанию, равнозначными по размещению и техническому оформлению (иметь одинаковые параметры — цвет, тип и размер шрифта), выполнены разборчиво.

Следовательно, информация, предназначенная для потребителей товаров, на иностранном языке должна быть выполнена с переводом на русский язык, причем, русскоязычная часть и часть на иностранном языке должны быть идентичными по содержанию, равнозначными по размещению и техническому оформлению.

Тем самым, в приведенной в вопросе ситуации не является нарушением ни первый, ни второй вариант.

**Ссылки ведут на документы в системе «Техэксперт».**

**Если ссылки не активны или при переходе возникает ошибка, вероятно, вы не являетесь пользователем «Техэксперт» или у вас не настроена утилита «КАссист».**

**Обратитесь к представителю «Техэксперт» в вашем регионе.**

© АО «Кодекс», 2024

*Исключительные авторские и смежные права принадлежат АО «Кодекс».*

*Политика конфиденциальности персональных данных*