

О рекомендациях Управления Роспотребнадзора по Московской области при приобретении парфюмерной продукции

Согласно ГОСТ 31678-2012 «Продукция парфюмерная жидкая. Общие технические условия» парфюмерные жидкости подразделяют на духи, парфюмерные, туалетные и душистые воды и одеколоны, которые отличаются значениями физико-химических показателей: суммой массовых долей душистых веществ, объемной долей этилового спирта, стойкостью запаха и прозрачностью жидкости.

Парфюмерная продукция должна соответствовать требованиям Технического регламента ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» (далее ТР ТС № 009/2011). Указанный технический регламент распространяется на выпускаемую в обращение на территории государств - членов ТС (Таможенного союза) парфюмерно-косметическую продукцию в потребительской таре.

При продаже парфюмерной продукции продавец должен соблюдать требования Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон РФ №2300-1), Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (далее Правила № 2463).

Безопасность парфюмерной продукции - совокупность свойств и характеристик парфюмерной продукции, которые обеспечивают отсутствие вредного воздействия парфюмерной продукции на потребителя при ее использовании в соответствии с назначением и способом применения в течение срока годности.

При приобретении парфюмерной продукции рекомендуем:

1.Изучить внешний вид упаковки товара.

Упаковка, то есть потребительская тара (*первичная или совокупность первичной и вторичной упаковки, поступающая к потребителю с парфюмерной продукцией и не выполняющая функцию транспортной тары*), должна обеспечивать безопасность и сохранность парфюмерной продукции в течение срока годности продукции.

2.Ознакомится с информацией, нанесенной на потребительскую тару.

Она (информация) может быть в виде надписей, цифровых, цветовых и графических обозначений на потребительской таре, этикетке, ярлыке и должна быть несмываемой, четкой, сохраняться на потребительской таре при хранении, транспортировании, реализации и использовании продукции в течение срока годности.

В соответствии с Законом РФ № 2300-1 потребителю должна быть своевременно предоставлена необходимая и достоверная информация о товаре, обеспечивающая возможность его правильного выбора

Согласно требованиям ТР ТС 009/2011 маркировка парфюмерной продукции должна содержать следующую информацию:

1. наименование, название (при наличии) парфюмерной продукции;
2. назначение парфюмерной продукции, если это не следует из наименования продукции;
3. наименование изготовителя и его местонахождение (юридический адрес, включая страну);
4. страна происхождения парфюмерной продукции (если страна, где расположено производство продукции, не совпадает с юридическим адресом изготовителя);
5. наименование и местонахождение организации (юридический адрес), уполномоченной изготовителем на принятие претензий от потребителя (уполномоченный представитель изготовителя или импортер), если изготовитель не принимает претензии сам на территории государства - члена ТС;
6. номинальное количество продукции в потребительской таре (объем, и (или) масса, и (или) штуки);
7. срок годности;
8. описание условий хранения в случае, если эти условия отличаются от стандартных;
9. особые меры предосторожности (при необходимости) при применении продукции, в том числе информация о предупреждениях;
10. номер партии или специальный код, позволяющие идентифицировать партию парфюмерной продукции;
11. сведения о способах применения парфюмерной продукции, отсутствие которых может привести к неправильному использованию потребителем парфюмерно-косметической продукции;
12. список ингредиентов, который может быть представлен либо на русском языке, либо в соответствии с международной номенклатурой косметических ингредиентов (INCI) с использованием букв латинского алфавита.

Также допускается буквами латинского алфавита указывать наименование изготовителя, местонахождение изготовителя и название продукции, название линии (серии), единицы измерения объема (ml, L) или массы (g, kg). Страна происхождения парфюмерной продукции приводится на русском языке.

Для аэрозольной продукции с пропеллентом должны приводиться предупредительные надписи: о защите от воздействия прямых солнечных лучей и нагревания баллона; о правилах использования детьми; об огнеопасности и опасности распыления вблизи открытого огня и

раскаленных предметов (при необходимости), в глаза или на раздраженную кожу (при необходимости); о невозможности распыления продукции в аэрозольной упаковке головкой вниз (для изделий в аэрозольной упаковке, содержащих в качестве пропеллента углекислый газ или сжатый воздух) (при необходимости); о запрете нарушения целостности аэрозольной упаковки.

Отсутствие выше указанной информации ставит под сомнение происхождение товара, его качество и безопасность.

3. Проверьте соответствие парфюмерной продукции требованиям ТР ТС 009/2011.

Оценка соответствия парфюмерной продукции требованиям настоящего технического регламента ТС проводится в форме декларирования соответствия.

Парфюмерная продукция, соответствующая требованиям ТР ТС 009/2011 и прошедшая процедуру оценки соответствия настоящему техническому регламенту должна иметь маркировку единым знаком обращения продукции на рынке государств - членов Таможенного союза (ЕАС).

Единый знак обращения продукции (ЕАС) наносится на каждую единицу продукции (потребительскую тару, ярлык, этикетку) и/или товаросопроводительную документацию.

4. Проверьте легальность парфюмерной продукции с помощью специального приложения.

В целях соблюдения прав потребителей и пресечения распространения в Российской Федерации контрафактной и фальсифицированной парфюмерной продукции с 1 октября 2020 года Правительством Российской Федерации введена обязательная маркировка духов и туалетной воды контрольными идентификационными знаками (КИЗ).

Под обязательную маркировку средствами идентификации попадает парфюмерная продукция соответствующая кодам ТН ВЭД ЕАЭС – 3303 00 и ОКПД 2 группы 20.42.11 (духи, вода туалетная, одеколоны), согласно Распоряжению Правительства Российской Федерации от 28 апреля 2018 года № 792.

Не требуется маркировать:

1. выставочные и экспериментальные образцы парфюмерной продукции, демонстрируемые в рамках международных выставок и ярмарок, и не предназначенные для продажи;
2. рекламные и маркетинговые образцы парфюмерной продукции, не предназначенные для продажи;

3. тестеры и пробники парфюмерной продукции, не предназначенные для продажи;
4. образцы парфюмерной продукции объемом до 3 миллилитров.

Чтобы узнать, прослеживается ли товар в системе маркировки, необходимо установить на мобильное устройство приложение «Честный ЗНАК» и с его помощью отсканировать код маркировки товара. Данное действие позволяет покупателю самостоятельно удостовериться в легальности происхождения товара, а также получить данные, как о самом товаре, так и о его изготовителе.

5. Ознакомьтесь с потребительскими свойствами товара до его приобретения.

Если вы приобретаете парфюмерные изделия непосредственно у продавца в магазине (не онлайн), по возможности ознакомьтесь с основными свойствами, характеризующими выбранный товар до того, как совершите покупку.

При продаже парфюмерных товаров покупателю должна быть предоставлена возможность ознакомиться с запахом духов, одеколонов, туалетной воды, а также иной парфюмерной продукции с использованием для этого бумажных листков, лакмусовых бумажек, пропитанных душистой жидкостью, образцов-понюшек, предоставляемых изготовителями товаров, и другими доступными способами, а также с иными свойствами и характеристиками предлагаемых к продаже товаров (п.67 Правил № 2463).

Выбирайте парфюмерную продукцию с особой осмотрительностью в отношении её потребительских свойств, поскольку предусмотренное статьей 25 Закона РФ № 2300-1 право на обмен товара надлежащего качества на парфюмерные изделия не распространяется.

6. Выбирайте места покупки сознательно.

Во избежание рисков, связанных с причинением вреда своему здоровью, финансам и настроению, не приобретайте парфюмерную продукцию у случайных лиц, уличных торговцев, а также вне стационарных мест торговли или в павильонах, где до покупателя не доведены достоверные сведения об организации (продавце), адресе и режиме работы.

7. Контролируйте продавца, совершая покупку дистанционно.

Продавец или уполномоченное им лицо вправе ознакомить потребителя, заключившего договор розничной купли-продажи дистанционным способом продажи товара, с приобретаемым товаром до его передачи потребителю (п.15 Правил № 2463).

Однако, в любом случае, приобретая товар дистанционным способом (например, через Интернет), потребитель (после получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи) должен получить от продавца подтверждение заключения такого договора на условиях оферты, содержащей все существенные условия договора.

При дистанционном способе продажи товара продавец предоставляет потребителю полную и достоверную информацию, характеризующую предлагаемый товар, посредством ее размещения на сайте и (или) странице сайта в сети Интернет, и (или) в программе для электронных вычислительных машин, и (или) в средствах связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.), и (или) в каталогах, буклетах, проспектах, на фотографиях или в других информационных материалах.

Кроме того, на сегодняшний день законодательством Российской Федерации в области защиты прав потребителей прямо установлена обязанность продавца указывать полное фирменное наименование (наименование) организации (если это юридическое лицо), фамилию, имя, отчество (при наличии) (если это индивидуальный предприниматель), а также основной государственный регистрационный номер, адрес и место нахождения, адрес электронной почты и (или) номер телефона.

Указанная информация доводится до потребителя посредством ее размещения на сайте (при его наличии) и (или) странице сайта в сети Интернет (при его наличии), а также в программе для электронных вычислительных машин (при ее наличии) (п.п.14,18,19 Правил № 2463).

Воздержитесь от дистанционной покупки товаров (парфюмерных) у продавца, не предоставившего потребителю сведения о себе.