

КИЗ-МАРКИРОВКА ДЛЯ БИЗНЕСА: МИФЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

Мария Келембет,

Старший управляющий по взаимодействию

с органами государственной власти и общественными организациями,

Соса-Сола НВС Россия

+

•

○

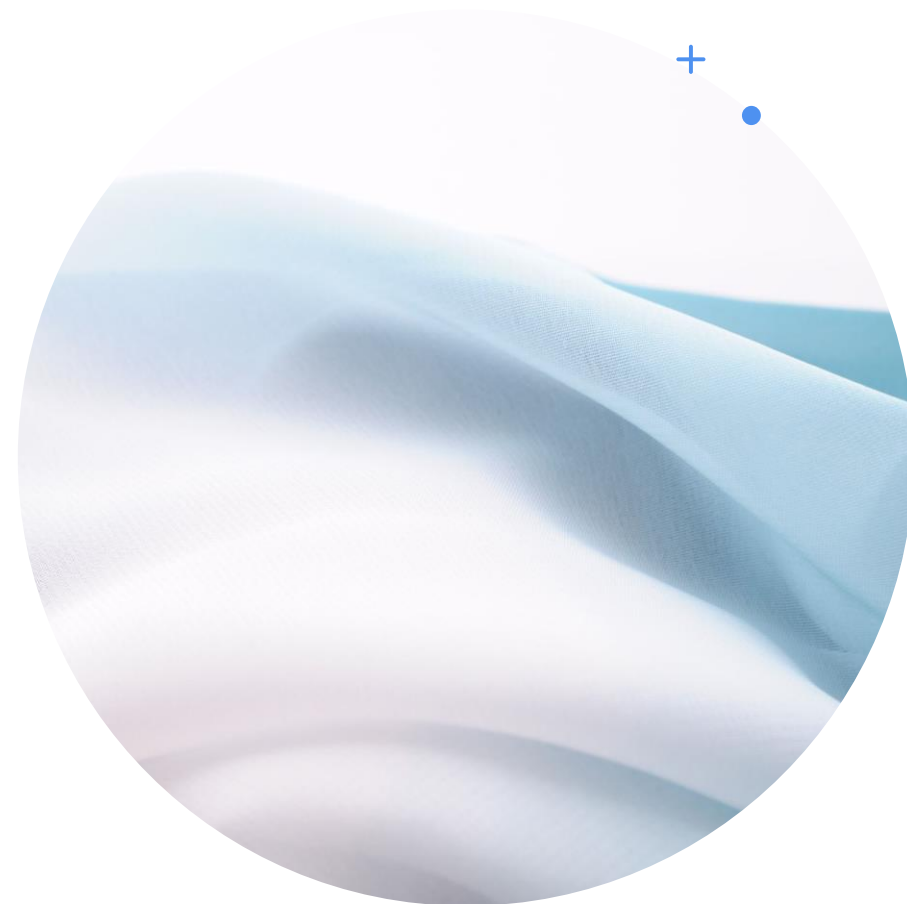
МИФ #1: КИЗ-МАРКИРОВКА НАПРАВЛЕНА НА СНИЖЕНИЕ ОБЪЕМА КОНТРАФАКТА НА РЫНКЕ

- **1,6%** контрафакта на рынке питьевой и минеральной воды в 2019 году (по данным Роспотребнадзора)
- Механика маркировки не затрагивает «серых» игроков – она влияет именно на ответственных производителей
- Цели по борьбе с контрафактом не отражены ни в каких документах (Методика оценки целесообразности, Методические рекомендации и т.д.)
- Целевых объемов снижения нет

РЕАЛЬНАЯ ЦЕЛЬ МАРКИРОВКИ:

обеспечить **полную прослеживаемость** всего товарооборота на рынке, чтобы государство имело всю информацию о товаропотоках для использования в своих целях:

- регулирование цен
- ограничения торговли
- налоги/квази-налоги



+

•

○

**МИФ #2:
УЧАСТИЕ В
ЭКСПЕРИМЕНТЕ
ПОЗВОЛИТ ВАМ
ПОДГОТОВИТЬСЯ
И БЫТЬ В
ЛУЧШЕМ
ПОЛОЖЕНИИ ПО
СРАВНЕНИЮ С
КОНКУРЕНТАМИ**

**Эксперимент – исключительно
формальная часть**

- Для его проведения достаточно отмаркировать партию продукции у нескольких производителей
- Полной отстройки системы на предприятии не произойдет- для эксперимента это не требуется
- Технические сложности возникнут обязательно - все требования появятся ближе к концу эксперимента
- Результат эксперимента всегда будет объявлен **положительным**

НА САМОМ ДЕЛЕ:

1. Проведение эксперимента позволит отчитаться **о максимальном количестве** вовлеченных производителей и успехе.

2. Это также даст доступ к предприятиям и **полное понимание внутреннего устройства** – важную информацию для оператора Системы

Мы станем на 1 шаг ближе к внедрению обязательной системы



+

•

○

**МИФ #3:
КИЗ-МАРКИРОВКУ
ДЛЯ ВСЕХ ТОВАРОВ
НЕЛЬЗЯ ИЗБЕЖАТЬ –
ПОЭТОМУ ЛУЧШЕ
РАНЬШЕ, ЧЕМ
ПОЗЖЕ**

**Наш опыт и опыт других категорий
показывает, что все возможно**

ВОДА:

С 2018 года – идея о маркировке воды

Август 2019 – появление первого проекта
Постановления

Апрель 2020 – старт эксперимента (без
обязательной маркировки!)

МОЛОКО:

Июль 2019 – февраль 2020 – эксперимент

Май 2020 – срок обязательной
маркировки перенесен на январь 2021

МЫ ЗНАЕМ НА СВОЕМ ОПЫТЕ, ЧТО:

1. Есть возможность вести диалог с органами власти
2. Технические сложности, неотлаженность системы, отсутствие целесообразности – пространство для работы
3. **Лучше быть последними, чем первыми**



ВЫВОДЫ:

1. Мы не идем в эксперимент по маркировке

2. Верим, что обязательную систему маркировки для воды **можно отложить/доказать ее нецелесообразность**

3. У нас есть **все необходимые ресурсы**, чтобы это сделать

СПАСИБО!

Мария Келембет,
Старший управляющий по взаимодействию
с органами государственной власти
и общественными организациями,
Coca-Cola HBC Россия

**Председатель Комитета по саморегулированию,
СПБН**

Maria.Kelembet@cchellenic.com

8 915 094 06 04