

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОСЬМОГО СОЗЫВА

ВЫПИСКА ИЗ ПРОТОКОЛА от 13.12.2023 № 144
ЗАСЕДАНИЯ СОВЕТА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

13 декабря 2023 г.

65. О проекте федерального закона № 486679-8 "О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" (в части требований к размещению на упаковке информации о весе (объеме) продуктов питания) - вносят депутаты Государственной Думы А.С.Аксёненко, Ю.И.Григорьев, Т.Б.Канок, Я.В.Лантратова, Н.В.Новичков, А.В.Терентьев, Ф.С.Тумусов

Принято решение:

1. Назначить Комитет Государственной Думы по промышленности и торговле ответственным по законопроекту.
2. Включить указанный проект федерального закона в проект примерной программы законопроектной работы Государственной Думы в период весенней сессии (апрель) 2024 года в части программы законопроектной работы комитета.
3. Направить законопроект и материалы к нему в комитеты и комиссии Государственной Думы, во фракции в Государственной Думе, Президенту Российской Федерации, в Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Правительство Российской Федерации, Счетную палату Российской Федерации, Общественную палату Российской Федерации, законодательные органы субъектов Российской Федерации и высшим должностным лицам субъектов Российской Федерации, Верховный Суд Российской Федерации для подготовки отзывов, предложений и замечаний, а также в Правовое управление Аппарата Государственной Думы для подготовки заключения.
4. Установить срок представления в Комитет Государственной Думы по промышленности и торговле отзывов, предложений и замечаний, а также заключения Правового управления Аппарата Государственной Думы до 11 января 2024 года.

Председатель Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации



В.В.Володин

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОСЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ



Государственная Дума ФС РФ
Дата 15.11.2023 16:29
№486679-8; 1.1

15 ноября 2023 г.

№ _____

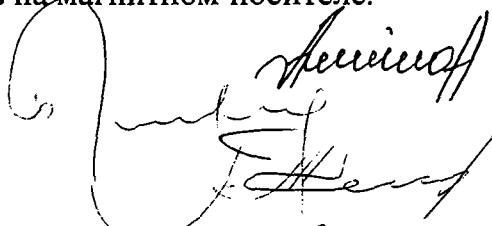






Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

В.В. ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации направляю проект федерального закона О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», вносимый в Государственную Думу в порядке реализации права законодательной инициативы.

- Приложения: 1. Проект федерального закона О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» на 1 л. в 1 экз.
2. Пояснительная записка к проекту Федерального закона на 3 л. в 1 экз.
3. Перечень актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию в связи с принятием федерального закона, на 1 л. в 1 экз.
4. Финансово-экономическое обоснование к проекту федерального закона на 1 л. в 1 экз.
5. Копия текста законопроекта и сопроводительных документов на магнитном носителе.

 А.С. АКСЕНЕНКО
 Ю.И. ГРИГОРЬЕВ
 Т.Б. КАНОКОВ
 Я.В. ЛАНТРАТОВА
 Н.В. НОВИЧКОВ
 А.В. ТЕРЕНТЬЕВ
 Ф.С. ТУМУСОВ

Вх. № 1.1- 9891
15 НОЯ 2023

Копия
Ишимова. № 3

Вносится депутатами Государственной Думы

А.С. АКСЕНЕНКО
Ю.И. ГРИГОРЬЕВ
Т.Б. КАНОКОВ
Я.В. ЛАНТРАТОВА
Н.В. НОВИЧКОВ
А.В. ТЕРЕНТЬЕВ
Ф.С. ТУМУСОВ

Проект

№ 486649-8

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»

Статья 1

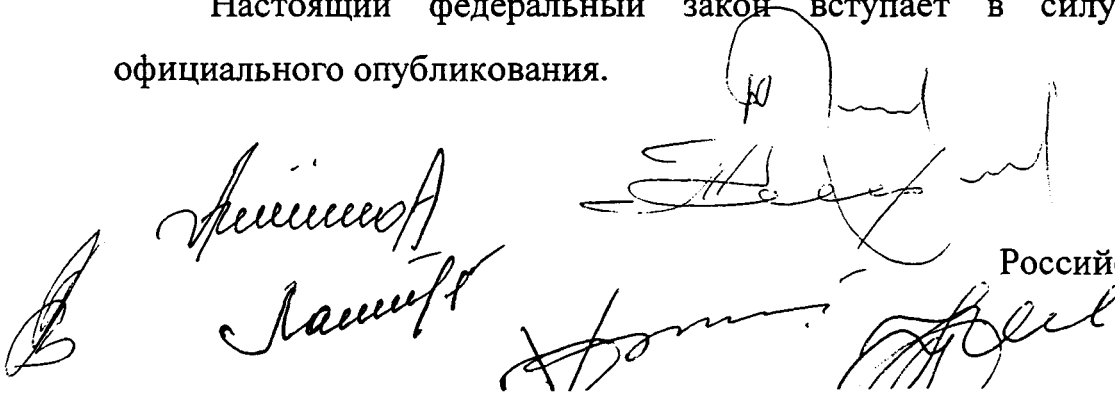
Пункт 3 статьи 10 дополнить абзацем третьим следующего содержания: «Информация о весе (объеме) продуктов питания должна быть ясно видимой и занимать не менее 15 процентов от площади (объема) потребительской упаковки (этикетки). Данная информация должна быть помещена на лицевой поверхности (с указанием вида и товарного знака продукции) потребительской упаковки. Под потребительской упаковкой следует понимать упаковку, предназначенную для первичной упаковки пищевой продукции или образующую вместе с размещенной пищевой продукцией товарную единицу, реализуемую конечному потребителю.».

Статья 2

Настоящий федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

Президент

Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона

«О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации

«О защите прав потребителей»

На протяжении последних нескольких лет на прилавках магазинов можно наблюдать упаковку в 950 мл молока вместо привычного 1 л или пачку риса в 900 г вместо положенных 1000 г. В недалеком 2012-м году литр пастеризованного молока в среднем стоил 33 руб., а сегодня, по данным Росстата, – 73,81 руб.

Уменьшая объем или вес товара, переходя от цен на вес (объем), производители создают у покупателей мнимую видимость низкой цены на товар. Данное явление получило название шринкфляция, то есть снижение производителем количества, объема или веса товара в упаковке при сохранении или непропорционально малом снижении отпускной цены. Иными словами – намеренное снижение количества или массы товара в упаковке с целью скрытия подорожания его стоимости.

Согласно п. 1 ст. 8 Закона «О защите прав потребителей» потребитель вправе потребовать у изготовителя (исполнителя, продавца) необходимую и достоверную информацию о реализуемых им товарах (работах, услугах).

В свою очередь изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. Такая информация указывается в том числе на этикетках и с помощью маркировки (п. п. 1, 3 ст. 10 Закона от 07.02.1992 N 2300-1; п. 2 ст. 18 Закона от 02.01.2000 N 29-ФЗ).

Чтобы сохранить видимость ценовой стабильности, производители идут на уловку – цену оставляют прежней, а товара кладут меньше. Раньше за ту же сумму покупатель получал килограмм продукта, а теперь 950 грамм, а то и меньше. И хотя вес (объем) товара заявлен на упаковке, потребитель зачастую не обращает на это внимания, поскольку привык к тому, что,

например, традиционный объем гречки 1 кг. Как результат – скрытый рост цен.

Необходимость принятия данного федерального закона обусловлена текущим социально-экономическим положением в стране. Не секрет, что цены на продукты стабильно повышаются несколько раз в год, на некоторые – весьма ощутимо, в числе таковых и продукты первой необходимости, при этом реальные располагаемые денежные доходы населения за последние 8 лет не росли.

Согласно данным Росстата число россиян, живущих за чертой бедности, исходя из новой методики расчета по итогам I квартала 2023 года составило 19,6 млн человек (13,5% населения).

При этом величина МРОТ на 01.05.2018 года составила 11 163 руб., с 01.01.2019 значение федерального МРОТ составляло 11 280 руб., в 2020 году МРОТ был равен 12 130 руб., с 01.01.2021 МРОТ был равен медианной зарплате, рассчитываемой статистикой, - 12 792 руб., в 2022 году МРОТ был установлен в размере 15 279 руб. в месяц. А с 01.01.2023 МРОТ установлен на уровне 16 242 руб.

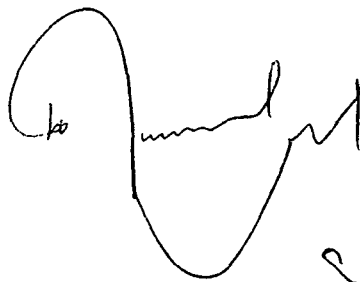
Таким образом, шринкфляция крайне негативно влияет на покупательную способность, может породить значительное снижение доходов, повышение себестоимости продукции и сильный дальнейший рост цен.

Минусы шринкфляции для потребителя очевидны: он получает меньше товара, а расходы все равно постоянно растут. Ощущение, что получаешь меньше, а платишь больше.

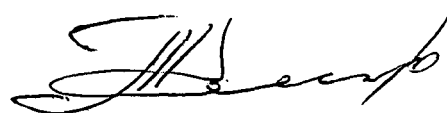
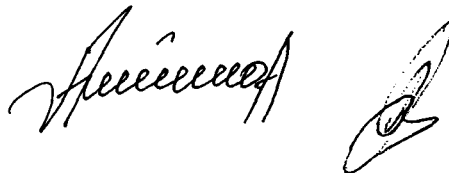
Продуктовый рынок характеризуется «гиперконкуренцией», потребители могут выбрать товар из множества аналогов, и маркетологи часто практикуют уменьшение веса товара при сохранении цены, чтобы сохранить благосклонность клиентов и прибыль. Продавцы же полагают, что указания веса (объема) на упаковке достаточно для того, чтобы покупатели могли сделать осознанный выбор, но как показывают исследования,

потребители не всегда читают мелкие надписи на упаковках, а полагаются на визуальное впечатление от продукта.

Предлагаемый законопроект даст возможность покупателям сравнивать стоимость товаров, что на сегодняшний день не всегда удается делать, так как упаковки имеют разный вес или объем, а также повысить уровень эффективной конкурентной борьбы.

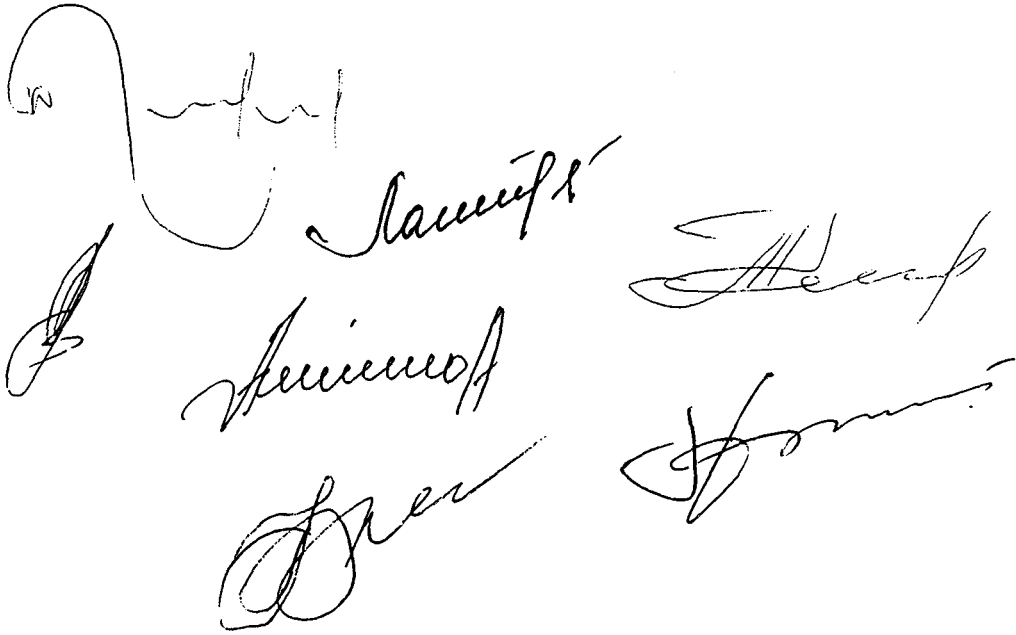


Владимир



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 10
Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»

Реализация проекта федерального закона О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не потребует дополнительных расходов федерального бюджета.

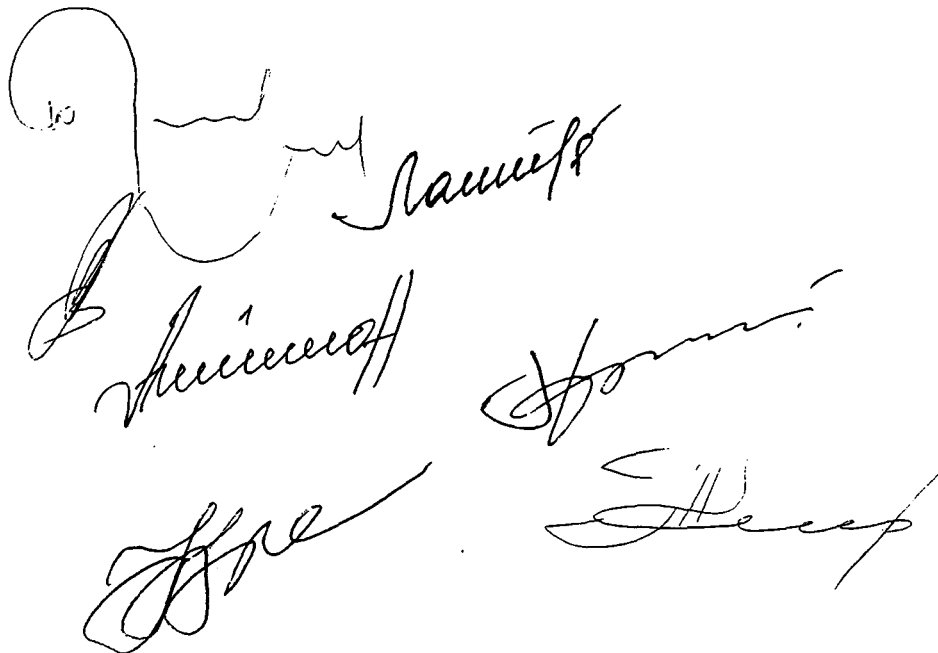


Handwritten signatures in cursive script, including names such as "Лавинский", "Климов", "Смирнов", "Шевченко", and "Смирнов".

ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»

Принятие проекта федерального закона О внесении изменений в статью 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия актов федерального законодательства.



Лашин
Мейсман
Гре
Фомин
Евсеев