**Более 50% участников эксперимента по маркировке пива – малые и микропредприятия**

Эксперимент по маркировке пива и пивных напитков проходит с 1 апреля 2021 года до 31 августа 2022 года. К пилотному проекту уже подключились 99 участников, среди них – 39 микропредприятий и 12 малых, рассказал руководитель управления подакцизных товарных групп ЦРПТ Ян Витров.

«На российский рынок регулярно попадают нелегальные пиво, пивные напитки и слабоалкогольная продукция, которые не имеют фиксации в ЕГАИС и документов, подтверждающих законность производства и оборота. Маркировка может стать эффективным инструментом обеления рынка пива и защиты потребителей от некачественной продукции. Благодаря «Честному знаку» и контролирующие органы, и потребители могут идентифицировать каждую единицу продукции, а недобросовестный бизнес лишается возможности реализовывать продукцию через легальную розницу. Стоит отметить, что на данный момент из 99 участников эксперимента более 50% – малый бизнес. В пилотном проекте участвуют 39 микропредприятий и 12 малых», – прокомментировал Ян Витров.

Компании поддерживают инициативу по проведению эксперимента пива, потому что для них это возможность получить честную конкуренцию и снизить долю контрафакта в сегменте.

«Первый этап эксперимента по внедрению маркировки на производстве мы завершили в конце апреля. Следующий шаг – работа с торговыми сетями, стартуем ориентировочно в сентябре-октябре, – говорит Андрей Астапов, генеральный директор костромского пивного производства «Пирна». – Система маркировки позволит сформировать честную конкурентную среду и обелить рынок, это определенно является преимуществом проекта».

Генеральный директор калининградской компании «Блондер Бир» Владислав Шилов рассказал: «Мы приняли решение участвовать в эксперименте по маркировке, чтобы заранее понимать весь процесс и в спокойном режиме настраивать систему. В конце июня поступит оборудование, начнем проводить испытания на производстве. В целом надеемся, что система сможет повлиять на объем контрафакта и снизить его объем».

В Башкирской ассоциации участников алкогольного рынка заявили, что систему маркировки внедряют пять производителей региона. Стадия подключения у всех разная – от оформления документов до выбора интегратора и ведения переговоров.

«Мы поддерживаем данную инициативу и активно участвуем в информационной кампании, чтобы производители могли лучше подготовиться к введению обязательной маркировки, – отметили в ассоциации. – Эксперимент позволяет определить техническое решение непосредственно для каждого предприятия, протестировать оборудование, опробовать технологии нанесения и сканирования кодов Data Matrix, получить коды маркировки в рамках эксперимента на бесплатной основе, постепенно разобраться с работой по новым правилам, получив поддержку экспертов». В объединении также добавили, что производители имеют возможность участвовать в заседаниях рабочих групп, где смогут вносить свои предложения и рекомендации.