

На прилавок с пометкой

С 1 июля этого года молоко и молочные продукты без содержания заменителей молочного жира поставят на прилавках отдельно от другой продукции и обозначат соответствующим образом. Такой порядок установлен в подписанном главой правительства [постановлении](#), уточняющем правила розничной торговли.

"Такая информация нужна, поскольку покупатель имеет право знать, что он приобретает, а в последнее время в нашей промышленности активно используются растительные жиры", - заявил премьер-министр Дмитрий Медведев. Эта технология имеет свои положительные стороны - позволяет снизить себестоимость, увеличить срок хранения, но не всегда об этом пишется на упаковке. И не все граждане хотят такие продукты покупать. Как считает Медведев, новые требования будут полезны малым и средним предприятиям, которые занимаются производством молока. Им не так просто наладить сбыт своей продукции из-за конкуренции с крупными производителями, особенно если они поставляют натуральное молоко и молочные продукты, у которых, как правило, короткий срок реализации. Теперь производители, работающие без заменителя молочного жира, смогут привлечь внимание потребителей.

В торговом зале или ином месте продажи размещение молочных, молочных составных и молкосодержащих продуктов должно осуществляться способом, позволяющим визуально отделить указанные продукты от иных пищевых продуктов, и сопровождаться информационной надписью "Продукты без заменителя молочного жира", гласит постановление. "Чтобы у ретейлеров было время на подготовку, новые правила будут действовать с середины года - с 1 июля", - добавил премьер.

Но и те, кто использует, например, пальмовое масло, тоже не будут в убытке. Они и так должны указывать состав товара на упаковке. Учитывая, что продукты с заменителями дешевле, их продажи не должны упасть, полагает эксперт. "Каждый продукт имеет своего покупателя", - говорит она. И уточняет: товар на "пальме" производят не только крупные компании, но и средние, и малые.

Зато некоторым торговым предприятиям, позиционирующим себя как магазины натуральной, полезной еды, придется понервничать. Им, вероятно, потребуются очистить свои полки от "фермерских" или "органических" товаров на заменителях. "Это был бы самый правильный шаг, так как некорректно вводить потребителя в заблуждение. К тому же тут есть и элемент недобросовестной конкуренции по отношению к другим сетям", - отмечает исполнительный директор Ассоциации экспертов рынка ретейла Андрей Карпов. "Информировать покупателей о составе продуктов нужно через подобную градацию их размещения на полке. Далеко не всегда потребитель четко понимает, из чего сделан товар", - добавляет он.

Больших расходов у торговых сетей выкладка молочной продукции на разные полки не вызовет, считает эксперт. Эта норма больше повлияет на маркетинг производителей. Каждому из них придется правильно позиционировать свой товар.