
**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«РОССИЙСКАЯ СИСТЕМА КАЧЕСТВА»**



**СТАНДАРТ
ОРГАНИЗАЦИИ**

**СТО 46429990-
244-2025**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель Руководителя
Роскачества



Е. А. Саратцева

Российская система качества

«ДНИ ПИВА РОССИИ»

**Рекомендации по выкладке и продвижению в
организациях розничной торговли**

Москва

2025

Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Автономной некоммерческой организацией «Российская система качества» (Роскачество).

2 УТВЕРЖДЕН Автономной некоммерческой организацией «Российская система качества» (Роскачество).

3 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ.

4 Действует до утверждения и введения в действие аналогичного национального стандарта.

Правила применения настоящего стандарта организации установлены в статье 21 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». Текст настоящего стандарта организации размещается в информационной системе общего пользования – на официальном сайте Автономной некоммерческой организации «Российская система качества» в сети Интернет (<https://roskachestvo.gov.ru/>).

СТАНДАРТ ОРГАНИЗАЦИИ

Российская система качества**«ДНИ ПИВА РОССИИ»****Рекомендации по выкладке и продвижению в организациях
розничной торговли**

Russian quality system. «Russian beer days». Requirements for layout and promotion
in retail organizations

Дата введения - 2025-10-13**1 Область применения**

Настоящий стандарт устанавливает рекомендации к проведению акции «Дни Пива России» (далее - акция), в том числе по выкладке и продвижению в организациях розничной торговли при проведении акции.

Настоящий стандарт могут применять юридические лица и индивидуальные предприниматели в сфере производства пива и торговли.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы нормативные ссылки на следующие стандарты:

ГОСТ 29018 Пивоваренная продукция. Термины и определения.

ГОСТ 31711 Пиво. Общие технические условия.

ГОСТ Р 51074 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования.

ГОСТ Р 51303—2023 Торговля. Термины и определения.

ГОСТ Р 56876.1 Руководство по добросовестным практикам взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров. Часть 1. Термины и определения.

ГОСТ Р 57853 Услуги торговли. Дегустация пищевой продукции на предприятиях розничной торговли. Общие требования.

ГОСТ Р 58147.1—2018 Торговля. Услуги торговых организаций для поставщиков товаров. Часть 1. Услуги по продвижению продовольственных товаров.

Примечание – При пользовании настоящего стандарта целесообразно проверить действие ссылочных стандартов в информационной системе общего пользования – на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет или по ежегодному информационному указателю «Национальные стандарты», который опубликован по состоянию на 1 января текущего года, и по выпускам ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты» за текущий год. Если заменен ссылочный стандарт, на который дана недатированная ссылка, то рекомендуется использовать действующую версию стандарта с учетом всех внесенных в данную версию изменений. Если заменен ссылочный стандарт, на который дана датированная ссылка, то рекомендуется использовать версию этого стандарта с указанным выше годом утверждения (принятия). Если после утверждения настоящего стандарта в ссылочный стандарт, на который дана датированная ссылка, внесено изменение, затрагивающее положение, на которое дана ссылка, то это положение рекомендуется применять без учета данного изменения. Если ссылочный стандарт отменен без замены, то положение, в котором дана ссылка на него, рекомендуется применять в части, не затрагивающей эту ссылку.

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применены термины по [1] – [5], ГОСТ 31711 и ГОСТ 29018, ГОСТ Р 51074, ГОСТ Р 51303, ГОСТ Р 56876.1, ГОСТ Р 58147.1, СТО 46429990-157, а также следующие термины с соответствующими определениями:

3.1 продвижение товаров: действия, направленные на повышение интереса потребителя к товару с целью увеличения потребительского спроса и расширения рынка сбыта данного товара.

[ГОСТ Р 58147.1—2018, 3.1]

3.2 услуги по продвижению продовольственных товаров: услуги, оказываемые хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров в торговые сети, в том числе путем рекламирования продовольственных товаров, их специальной выкладки, исследования потребительского спроса, подготовки отчетности, содержащей информацию о таких товарах, либо осуществления иной деятельности, направленной на продвижение товаров.

[ГОСТ Р 58147.1—2018, 3.2]

3.3 выкладка товаров: размещение товаров в торговом зале, на торговом оборудовании и во внешних витринах торгового предприятия, позволяющее демонстрировать (показывать) товары покупателям.

Примечание - Выкладку товаров осуществляют в зависимости от назначения, форм и свойств товаров, например, по видам изделий, артикулам, размерам. Выкладкой не является размещение товаров без ценников в торговом зале в закрытом торговом оборудовании (непрозрачных, закрытых шкафах, контейнерах и подобном оборудовании) или в закрытой транспортной упаковке (коробах, ящиках и тому подобной упаковке), не позволяющее покупателю самостоятельно обозреть товар.

[ГОСТ Р 51303—2023, 121]

3.4 услуги специальной выкладки товаров: услуги торговой организации по размещению продовольственных товаров в торговом зале, позволяющему наиболее привлекательным способом демонстрировать (показывать) продовольственные товары покупателям.

[ГОСТ Р 58147.1—2018, 3.4]

4 Критерии отнесения продукции к категории участников акции

4.1 Критериями отнесения продукции к категории участников акции являются:

- наименование продукции (пиво);
- происхождение сырья (в части солода, ячменя, несоложенных материалов, сахаросодержащих продуктов);
- местонахождение производителя;
- местонахождение производственных мощностей;
- исключительные права на товарный знак, принадлежащие российскому юридическому лицу.

4.2 Соответствие продукции-участника акции критериям определяется в соответствии с критериями, представленными в таблице 1.

Таблица 1

Критерий соответствия	Подтверждение критерия
наименование продукции	документ о подтверждении соответствия, содержащий наименование продукции
происхождение сырья	документарное подтверждение происхождения сырья (используемые для производства готовой продукции солод и ячмень, другие несоложенные материалы и сахаросодержащие продукты должны быть отечественного производства)
производитель зарегистрирован на территории Российской Федерации	выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ)
производственные мощности (непосредственно завод и юридическое лицо, являющееся производителем) должны находиться в территориальной и правовой юрисдикции Российской Федерации	выписка из реестра производителей пива и напитков брожения (Росалкогольтабакконтроль)
товарный знак зарегистрирован российским юридическим лицом (исключительные права на товарный знак принадлежат российскому юридическому лицу)	копия документа из Реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации

5 Общие положения проведения акции

5.1 Для участия в акции продукция (пиво) должно соответствовать [5], [7] - [9], ГОСТ 31711.

5.2 При участии в акции предприятия розничной торговли, поставщики и производители продукции-участников акции должны соблюдать положения и условия проведения акции.

5.3 Выкладка в торговом зале, продвижение, дегустации и продажа потребителям продукции, участвующей в акции, должна осуществляться с соблюдением требований [1] - [3], [5], [10] - [12], ГОСТ Р 58147.1.

5.4 В акции допускается участие предприятий розничной торговли, имеющих лицензию на розничную продажу алкогольной продукции [5].

6 Требования к выкладке и продвижению продукции

6.1 Инструментами продвижения продукции-участника акции, с учетом ограничений, установленных [2], [5] являются:

- рекламные акции, в том числе дегустации;
- услуги специальной выкладки в торговых предприятиях.

Примечание - Дегустацию продукции-участника акции на предприятиях розничной торговли осуществляют по ГОСТ Р 57853 с учетом [2, часть 4 статьи 21].

6.2 Выкладка продукции, участвующей в акции на полочном пространстве стационарного торгового объекта.

Выкладка продукции, участвующей в акции, на полочном пространстве торгового объекта позволяет демонстрировать товары покупателям, обеспечивать непосредственный доступ к ним, привлекать особое внимание покупателей в целях стимулирования спроса на продукцию-участника акции.

В целях визуального разграничения продукции-участника акции от иной продукции (например, пива иностранного производства) рекомендуется использовать полочные разделители. При осуществлении данного способа выкладки рекомендуется размещение на полочных разделителях информационной надписи (например, полное или сокращенное наименование акции).

Рекомендуется также специальное оформление товарных ценников и полок (например, цветовая дифференциация).

6.3 Выкладка продукции-участника акции в дополнительных местах продажи.

Выкладка продукции-участника акции в дополнительном месте продажи представляет собой размещение в обособленной внутри стационарного торгового объекта, часто выделенной визуальной зоне, располагающейся отдельно от основного места продажи этих товаров в данном торговом объекте,

обеспечивающее непосредственный доступ покупателей к этим товарам и позволяющее привлекать особое внимание покупателей в целях стимулирования спроса на продукцию-участника акции.

Выкладка осуществляется в соответствии с требованиями действующего законодательства Российской Федерации.

6.4 Услуги специальной выкладки продукции-участника акции.

Услуги специальной выкладки продукции-участника акции включают в себя услуги по подготовке мест специальной выкладки продукции-участника акции в торговых объектах, в том числе с предоставлением права доступа в торговые объекты представителей поставщика (мерчендайзеров) для осуществления выкладки товаров и контроля за выкладкой товаров.

Торговые предприятия вправе самостоятельно определять, как визуально отделить продукцию, подходящую под критерии акции.

6.5 Рекомендации по размещению информации об акции владельцем агрегатора информации о товарах.

Для размещения информации об акции владельцам агрегатора информации о товарах рекомендуется использовать инструменты:

- продвижение в местах розничной реализации;
- информационное сопровождение.

П р и м е ч а н и е - Рекомендуется размещать информацию с использованием различных способов распространения информации, в том числе через социальные сети, мобильные приложения, веб-сайты, средства связи (телевизионная, почтовая, радиосвязь и прочее), каталоги, буклеты, проспекты, фотографии и пр. с учетом ограничений, установленных статьей 21 [2]».

Библиография

- [1] Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации
- [2] Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ О рекламе
- [3] Федеральный закон от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ О защите конкуренции
- [4] Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 О защите прав потребителей
- [5] Федеральный Закон от 22 ноября 1995 года №171-ФЗ О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции
- [6] Постановление Правительства РФ от 30 ноября 2022 года № 2173 Об утверждении Правил маркировки пива, напитков, изготавливаемых на основе пива, и отдельных видов слабоалкогольных напитков средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении пива, напитков, изготавливаемых на основе пива, и отдельных видов слабоалкогольных напитков
- [7] Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 О безопасности пищевой продукции
- [8] Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 Пищевая продукция в части маркировки

- [9] Технический регламент О безопасности упаковки
Таможенного союза
ТР ТС 005/2011
- [10] Постановление Об утверждении Правил продажи товаров по
Правительства договору розничной купли-продажи, перечня
Российской Федерации товаров длительного пользования, на которые
от 31 декабря 2020 г. № не распространяется требование потребителя
2463 о безвозмездном предоставлении ему товара,
обладающего этими же основными
потребительскими свойствами, на период
ремонта или замены такого товара, и перечня
непродовольственных товаров надлежащего
качества, не подлежащих обмену, а также о
внесении изменений в некоторые акты
Правительства Российской Федерации
- [11] СП 2.3.6.3668-20 Санитарно-эпидемиологические требования к
условиям деятельности торговых объектов и
рынков, реализующих пищевую продукцию
- [12] СП 2.1.3678-20 Санитарно-эпидемиологические требования к
эксплуатации помещений, зданий, сооружений,
оборудования и транспорта, а также условиям
деятельности хозяйствующих субъектов,
осуществляющих продажу товаров,
выполнение работ или оказание услуг

Ключевые слова: акция «Дни Пива России», рекомендации, реализация, выкладка, размещение
