

Zaufać i uwierzyć producentowi

dr Sylwia Ciągło-Androsiuk

Wojewódzki Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych w Olsztynie

Konsument często nie zna szczegółów dotyczących technologii produkcji żywności, nie ma też możliwości wykonania specjalistycznych badań. Nie może więc zweryfikować informacji zawartych na opakowaniu produktu. Może jedynie polegać na deklaracjach producenta, musi mu zaufać i wierzyć, że dane te są prawdziwe. Dlaczego tak ważne jest znakowanie żywności?

Znakowanie artykułów rolno-spożywczych jest niczym innym, jak przekazywaniem konsumentom wyspecjalizowanej wiedzy o produkcie. Informacja zawsze odgrywała istotną rolę w życiu człowieka, m.in. w zawieranych przez niego

transakcjach handlowych, ponieważ dzięki niej mógł on podejmować decyzje zgodnie z własnym przekonaniem. Nic więc dziwnego, że również w dzisiejszych czasach, ze względu na ciągły postęp technologiczny, w dobie internetu, znaczenie informacji zdecydowanie



Fot. 123rf

wzrosło. Stała się ona wartością cenną i użyteczną, a co najważniejsze – dobrem pożądanym przez wszystkich.

Asymetria informacji

Prawo konsumenta do informacji stanowi jedną z fundamentalnych gwarancji jego bezpieczeństwa i świadomego uczestnictwa w rynku. Prawo to zostało zapewnione w konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, która z jednej strony gwarantuje każdemu człowiekowi bez wyjątku prawo do pozyskiwania informacji, z drugiej – nakłada na władze publiczne obowiązek ochrony konsumenta przed działaniami zagrażającymi jego zdrowiu, bezpieczeństwu oraz ochrony przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi.

Każdy z nas w codziennym życiu, dokonując zakupów produktów spożywczych, staje się konsumentem. To przy półce sklepowej, stając przed wyborem interesującego nas produktu, mając do dyspozycji jedynie dane zawarte w oznakowaniu, dostrzegamy różnice w relacjach producent-konsument. W relacjach tych widać asymetrię informacji – producent o swoich wyrobach wie wszystko, zna je od podstaw, z kolei konsument wie o nich tylko tyle ile zdradzi mu w oznakowaniu producent. To sprawia, że konsument w obrocie handlowym stał się słabszym podmiotem w starciu z producentem. Słabość ta dodatkowo pogłębia się wraz z każdą informacją nieprawdziwą, niepełną, niezrozumiałą, nierzetelną, a więc innymi

słowy mówiąc – niespełniającą wymogu transparentności.

Ochrona przez informację

Ochrona słabszego podmiotu na rynku, czyli konsumenta, stała się priorytetem zagwarantowanym przez „prawo żywnościowe”. Ustawodawca przyjął zasadę „ochrony przez informację”, w myśl której informacja o produkcie ma za zadanie wyrównanie szans słabszego podmiotu, tj. konsumenta, zrekomensowanie jego niewiedzy i braku świadomości poprzez nałożenie na silniejszego partnera tj. profesjonalistę obowiązku udzielania tej informacji. Takie podejście ma na celu zapobieganie oszukańczym lub podstępny praktykom, fałszowaniu żywności oraz wszelkim innym praktykom mogącym wprowadzać konsumenta w błąd.

Konsument oczekuje wyczerpujących danych

Wizerunek konsumenta na przełomie wieków ulegał przeobrażeniu. Nie jest to już tylko pasywny uczestnik rynku, tzw. „przeciętny Kowalski”, kupujący wszystko co uda mu się znaleźć na półkach sklepowych. Współczesny konsument jest podmiotem bardzo wymagającym, świadomym własnych potrzeb oraz aktywnie poszukującym i uważnie analizującym uzyskane informacje. Współczesny konsument przy swoim zaangażowaniu, spostrzegawczości, ostrożności i krytyczności jest w stanie podjąć właściwą, racjonalną i świadomą decyzję dotyczącą spożywanej przez siebie żywności po uprzednim uzyskaniu stosownych informacji.

Duża różnorodność produktów spożywczych obecnych na rynku sprawia, że konsument oczekuje jasnych i wyczerpujących danych dotyczących charakteru, właściwości, składu oraz tożsamości artykułu spożywczego. Tylko rzetelne i niewprowadzające w błąd informacje na temat żywności pomagają w podejmowaniu decyzji mających wpływ na zdrowie, finanse i zadowolenie konsumentów. Decyzji służących zaspokajaniu potrzeb, oczekiwań i przekonań kupującego.

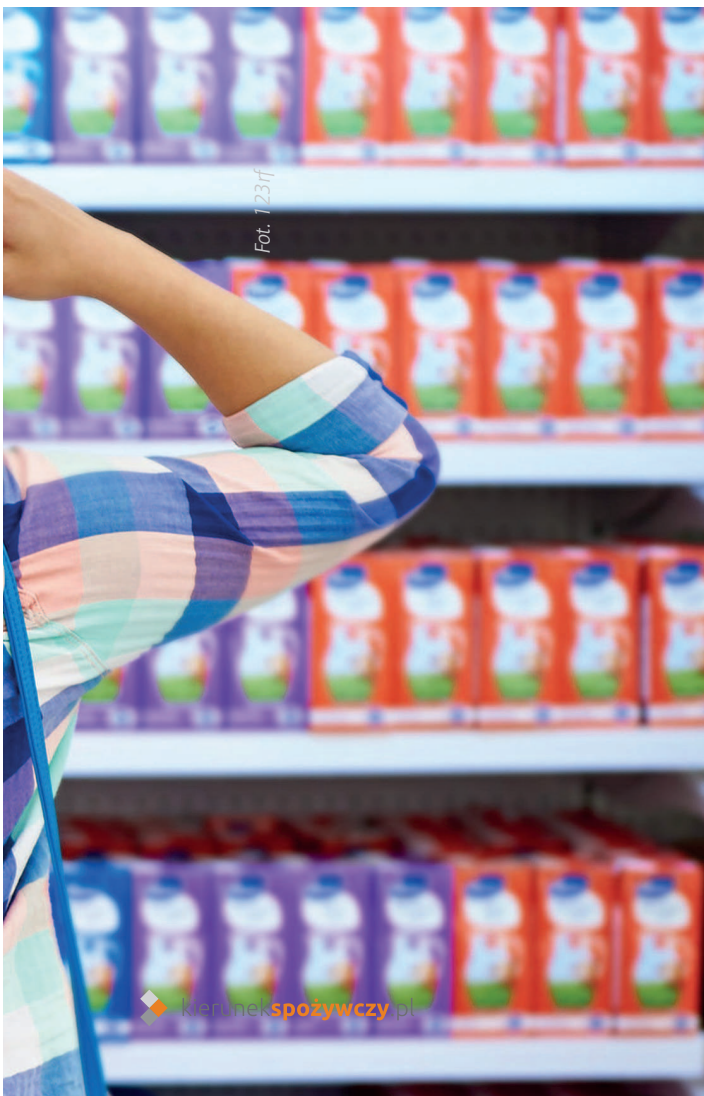
Rozporządzenie 1169/2011

Informacje o produkcie udostępniane konsumentom kształtuje producent. To on za pomocą oznakowania środków spożywczych określa ich rodzaj i właściwości, tak aby umożliwić konsumentowi odróżnienie własnego wyrobu od innych podobnych produktów. Jednak swoboda producenta w tym zakresie jest prawnie ograniczona poprzez wyznaczenie zakresu informacji, których udostępnienie konsumentom jest obligatoryjne oraz obowiązujący zakaz stosowania praktyk wprowadzających konsumenta w błąd. Informacja o produkcie powinna być rzetelna, pełna, a przede wszystkim nie może budzić wątpliwości u konsumentów.

O tym jak ważne znaczenie przypisuje się informacji o artykułach spożywczych i prawu dostępu do

KONSUMENT OCZEKUJE JASNYCH I WYCZERPUJĄCYCH DANYCH

Duża różnorodność produktów spożywczych obecnych na rynku sprawia, że konsument oczekuje jasnych i wyczerpujących danych dotyczących charakteru, właściwości, składu oraz tożsamości artykułu spożywczego



Fot. 123rf

niej świadczy ogromna ilość aktów prawnych, które dotyczą sektora spożywczego. Wiedza o tym, jak prawidłowo znakować żywność, zawarta między innymi w rozporządzeniu 1169/2011, które weszło w życie 13 grudnia 2014 roku, jest niezbędna wszystkim producentom żywności.

Nie do zweryfikowania

Brak informacji, niewłaściwe oznakowanie, w tym również celowe nieujawnianie wszystkich istotnych z punktu widzenia jakości handlowej informacji dotyczących danego środka spożywczego, wprowadza konsumenta w błąd, a nawet zafałszowuje wizerunek produktu i może mieć dla niego negatywne skutki zarówno finansowe, jak i zdrowotne. Nierzetelne oznakowanie skutkuje powstaniem mylnych wyobrażeń o produkcie i skłania konsumenta do nabycia produktu, na którego nawet nie zwróciłby uwagi, gdyby miał pełną wiedzę o jego rzeczywistym charakterze.

KIEDY WPROWADZASZ KONSUMENTA W BŁĄD?

Informacja zawarta w oznakowaniu produktów spożywczych wprowadza konsumenta w błąd, jeśli istnieje potencjalna możliwość popełnienia przez konsumenta pomyłki polegającej na dokonaniu zakupu produktu niespełniającego jego oczekiwań.

Kupujący zostaje wprowadzony w błąd, jeśli w oznakowaniu środków spożywczych zostaną pominięte informacje, których obowiązek podawania wynika z przepisów prawa, czy też znajdują się tam informacje fałszywe. Dotyczy to nie tylko danych odnoszących się do terminu przydatności do spożycia/daty minimalnej trwałości, warunków przechowywania czy też czasu, w jakim należy spożyć produkt po otwarciu opakowania, ale również danych umożliwiających odróżnienie produktu od innych, z którymi mógłby być mylony ze względu na jego nazwę lub wygląd.

Konsument bez możliwości wglądu w dokumentację dotyczącą produkcji wybranych przez siebie środków spożywczych, tj. receptur, specyfikacji surowców wykorzystanych podczas produkcji, nie znając szczegółów dotyczących technologii produkcji, a także bez możliwości wykonania specjalistycznych badań laboratoryjnych nie ma możliwości zweryfikowania informacji zawartych w oznakowaniu żywności. Może jedynie polegać na deklaracjach producenta, musi mu zaufać i wierzyć, że dane te są prawdziwe. Rolą producenta w tym zakresie jest nie zawieść tego zaufania.

Indywidualny charakter poszczególnych środków spożywczych określa się między innymi poprzez podanie informacji o ilościowej zawartości składników charakterystycznych dla danego produktu (np. procentowej zawartości owoców w jogurtach owocowych, ilości mięsa, z której przygotowano kiełbasę, pasztet czy też mielonkę), informacji, że oferowany produkt był wcześniej zamrożony a obecnie sprzedawany jest jako rozmrożony, poprzez szczegółowy wykaz wszystkich składników wykorzystanych podczas produkcji rów-

niez tych wchodzących w skład składników złożonych ze szczególnym uwzględnieniem składników mogących powodować alergie lub reakcje nietolerancji.

Informacje obiektywnie prawdziwe

Konsument może zostać wprowadzony w błąd przez tak zwane informacje obiektywnie prawdziwe, to znaczy informacje wieloznaczne, niepełne czy też oczywiste. W tym przypadku wprowadzenie w błąd polega na niezgodnym z prawem akcentowaniu cech lub właściwości produktu, które są obecne we wszystkich produktach tego rodzaju, mają charakter wrodzony, niezależny od producenta (np. obecność naturalnych kwasów omega-3 w olejach roślinnych, brak glutenu w produktach, do których nie dodaje się zbóż zawierających gluten), są konsekwencją wymagań normatywnych właściwych dla danej kategorii produktów (np. prawnych wymogów dotyczących składu soków owocowych do których nie można dodawać cukru, różnego rodzaju substancji słodzących ani sztucznych barwników, wymagań dotyczących produktów ekologicznych, w których skład nie mogą wchodzić GMO oraz mogą zawierać tylko ściśle określone substancje dodatkowe).

Do przekazów obiektywnie prawdziwych zalicza się również wszelkie informacje dotyczące metod produkcji oraz właściwości środków spożywczych charakterystyczne dla wszystkich produktów zaliczanych do danej grupy towarowej, np. informacja o tym, że przetwory mleczne, czyli produkty uzyskane wyłącznie z mleka, z ewentualnym dodatkiem substancji koniecznych do ich wytworzenia, zostały „wyprodukowane w 100% z mleka”, lub też informacje: „czyste wino gronowe”, „niealkoholizowane”, „nierozcieńczane wodą” lub „niekoloryzowane” w odniesieniu do wina – produktu otrzymanego w drodze całkowitej lub częściowej fermentacji alkoholowej winogron lub moszczu winogronowego.

Oznakowanie artykułów rolno-spożywczych, podobnie jak ich właściwości organoleptyczne i fizykochemiczne, jest istotnym elementem jakości handlowej. Niestety liczne kontrole mające na celu ocenę jakości handlowej środków spożywczych wskazują na to, że w dalszym ciągu przysparza ono producentom dużo trudności. W obrocie handlowym nadal znajduje się znaczna część produktów, zawierających w swoim opisie nierzetelne informacje wprowadzające konsumenta w błąd. Zauważyć należy również, iż udział partii nieprawidłowo oznakowanych wśród produktów, w stosunku do których istnieją precyzyjne wymagania prawne, np. przetwory mleczne, soki, dżemy, czekolady jest znacznie mniejszy niż wśród produktów, których jakość handlowa nie została znormalizowana, np. pieczywo, przetwory mięsne. Zadawalający jest jednak fakt, iż procent partii nieprawidłowo oznakowanych powoli, ale systematycznie z roku na rok maleje.