

## **Kwestie dotyczące sprzedaży na odległość w kontekście rozporządzenia (UE) nr 1169/2011 w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności (FIC)**

### **1 Sprzedaż na odległość**

- 1.1 Art. 14 Rozporządzenia FIC stanowi, że gdy żywność opakowana sprzedawana jest za pośrednictwem sprzedaży na odległość, wszystkie obowiązkowe informacje na temat żywności muszą być dostępne dla klientów przed dokonaniem zakupu. Co należy rozumieć przez „przed dokonaniem zakupu”?**

W przypadku żywności opakowanej oferowanej do sprzedaży za pośrednictwem sprzedaży na odległość wszystkie obowiązkowe informacje na temat żywności należy podać, zanim konsument zdecyduje się przystąpić do zakupu.

- 1.2 W jaki sposób przedsiębiorstwo może przestrzegać Rozporządzenia FIC, gdy prowadzi sprzedaż online żywności opakowanej, w przypadku której pewne dane zmieniają się w zależności od produktu?**

Konsumentom należy podać niezbędne informacje, aby mieli możliwość dokonania świadomego wyboru. Firmy powinny dążyć do zapewnienia tego samego poziomu informacji na temat żywności sprzedawanej online i na etykietach. Jednakże niektóre obowiązkowe dane mogą się zmieniać w zależności od produktu (np. kraj pochodzenia, gdzie jest to wymagane).

W duchu podejścia pragmatycznego, na stronie internetowej powinno znajdować się ogólne wskazanie, które odpowiednio poinformuje konsumenta o różnych możliwościach (np. krajem pochodzenia produktu może być Wielka Brytania, Irlandia czy Belgia). Niemniej jednak konkretny szczegół (tj. dokładny kraj pochodzenia zakupionego produktu) zawsze powinien znajdować się bezpośrednio na opakowaniu lub na etykiecie przymocowanej do niego w chwili dostawy.

- 1.3 Firma sprzedaje produkt spożywczy opakowany wyceniony zgodnie z masą poprzez stronę internetową; każdy produkt zostanie wyceniony indywidualnie. Jednakże podanie na stronie internetowej masy i ceny każdego produktu nie jest możliwe. Czy, na przykład, firma może wymienić kurczaki według zakresu masy, podać cenę za kilogram na stronie internetowej i podać masę jednostkową na etykiecie w chwili dostawy?**

Tak. Gdy masy produktu nie można obliczyć z góry, należy podać konsumentowi różne zakresy masy, zanim zdecyduje się przystąpić do zakupu. Na przykład w przypadku kurczaka, sprzedawcy detaliczni powinni podać konsumentom przynajmniej pewien zakres opcji, np. mały (0,9-1,19 kg), średni (1,20 - 1,75 kg) i duży (1,80 – 2,10 kg). W każdym razie masa jednostkowa zawsze musi być podana bezpośrednio na opakowaniu zakupionej żywności lub na etykiecie przymocowanej do niego w chwili dostawy.

- 1.4 Skład produktów może ulec zmianie, ze względu na udoskonalenia i przeformułowanie receptury. Różne sklepy posiadają różne poziomy zapasów produktów przygotowanych na podstawie starej i nowej receptury; w którym momencie przedsiębiorstwa sektora spożywczego muszą uaktualnić informacje na swojej stronie internetowej w odniesieniu do nowej receptury?**

Przedsiębiorstwa sektora spożywczego muszą zdecydować, według poziomów zapasów produktów przygotowanych na podstawie starej i nowej receptury, w jakim momencie muszą zmienić dane na

swojej stronie internetowej. Jeśli zmiana receptury pociąga za sobą wprowadzenie substancji powodującej alergię lub nietolerancję, istotne jest, aby natychmiast zmienić informacje w odniesieniu do nowej receptury, gdy produkt przygotowany na jej podstawie zostaje wystawiony na sprzedaż. Konsumenti zawsze powinni być czujni, jeśli chodzi o zmiany receptury i powinni zapoznawać się z informacjami na opakowaniu lub na etykiecie produktu przy dostawie.

**1.5 Niektóre przedsiębiorstwa sektora spożywczego wykorzystują katalogi w celu promowania produktów spożywczych opakowanych i/lub przyjmują zamówienia składane przez telefon. W jaki sposób mogą one zapewnić zgodność z wymogami informacyjnymi podanymi w Rozporządzeniu FIC?**

Wszystkie obowiązkowe informacje na temat żywności, z wyjątkiem daty minimalnej trwałości lub terminu przydatności do spożycia muszą znajdować się w katalogu, który wspiera sprzedaż na odległość lub muszą zostać podane za pomocą innych odpowiednich środków jasno określonych przez przedsiębiorstwo sektora spożywczego, np. wskazanie linku/adresu internetowego, który zapewnia wszystkie niezbędne informacje dla każdego określonego produktu, bez żadnych dodatkowych kosztów dla konsumenta. Te obowiązkowe informacje należy podać przed dokonaniem zakupu (tj. zanim konsument zdecyduje się przystąpić do zakupu).

**1.6 Jakie informacje muszą podawać konsumentowi końcowemu przedsiębiorstwa oferujące żywność „na wynos”, w których żywność zamawiana jest przez telefon lub Internet?**

Zakładając, że żywność dostarczana jest jako nieopakowana lub pakowana w miejscu sprzedaży na życzenie konsumenta lub też opakowana dla celów sprzedaży bezpośredniej, należy podać obowiązkowe informacje na temat alergenów zgodnie z art. 44 Rozporządzenia FIC i przy wdrożeniu wszelkich środków krajowych w kraju sprzedaży.

**1.7 Zamówienia dotyczące niektórych produktów mrożonych mogły zostać złożone na długo przed zamrożeniem produktu. Czy datę zamrożenia uważa się za datę do oznakowania dla celów etykietowania?**

O dacie pierwszego zamrożenia, w odniesieniu do mrożonego mięsa, mrożonych produktów mięsnych i mrożonych nieprzetworzonych produktów rybołówstwa mówi Załącznik X do Rozporządzenia FIC i można ją uznać za datę do oznakowania, obok daty minimalnej trwałości i terminu przydatności do spożycia. Daty te nie muszą być dostępne przed dokonaniem zakupu (tj. zanim konsument zdecyduje się przystąpić do zakupu). Niemniej jednak powinny być dostępne bezpośrednio na opakowaniu zakupionych produktów lub na etykiecie przymocowanej do niego w chwili dostawy.

**1.8 Przedsiębiorstwo prowadzi w internecie hosting (udostępnienie) komercyjnej strony internetowej, która umożliwia małym przedsiębiorstwom cateringowym sprzedaż swoich produktów za pośrednictwem Internetu. Jakie obowiązki ma właściciel strony internetowej w celu zapewnienia, że poszczególne strony małych przedsiębiorstw zawierają prawidłowe informacje?**

Biorąc pod uwagę art. 8 ust. 3 Rozporządzenia FIC, właściciel strony musi zapewnić, że przedsiębiorstwa cateringowe są świadome faktu, że Rozporządzenie FIC ma zastosowanie do przedsiębiorstw cateringowych, a w szczególności:

- jeśli chodzi o produkty spożywcze opakowane:
  - że wszystkie obowiązkowe informacje na temat żywności, z wyjątkiem dat oznakowania, muszą być dostępne przed dokonaniem zakupu (tj. zanim

konsument zdecyduje się przystąpić do zakupu) i muszą znajdować się na materiale towarzyszącym sprzedaży na odległość lub muszą zostać podane za pomocą innych odpowiednich środków jasno określonych przez przedsiębiorstwo sektora spożywczego, bez żadnych dodatkowych kosztów dla konsumenta;

- że wszystkie obowiązkowe dane są dostępne w chwili dostawy.
- jeśli chodzi o produkty spożywcze nieopakowane:
  - muszą przynajmniej podać konsumentom informacje na temat alergenów/ nietolerancji przed dokonaniem zakupu (tj. zanim konsument zdecyduje się przystąpić do zakupu);
  - mogą istnieć dodatkowe obowiązkowe informacje wymagane przez władze krajowe.

Jeśli właściciel strony internetowej nie tylko hostinguje (udostępnia) ją tym przedsiębiorstwom cateringowym, ale konsumenci płacą właścicielowi strony internetowej, a przedsiębiorstwo cateringowe dostarcza żywność do konsumenta, za co właściciel strony internetowej płaci przedsiębiorstwu cateringowemu ustaloną kwotę, wtedy właściciel strony internetowej musi zapewnić, że przedsiębiorstwo cateringowe przestrzega Rozporządzenie FIC i przepisy krajowe.

**1.9 W przypadku gdy żywność opakowana przeznaczona dla konsumenta końcowego, ale wprowadzana do obrotu na etapie przed sprzedażą konsumentowi końcowemu oferowana jest do sprzedaży za pomocą środków porozumiewania się na odległość, czy wszystkie obowiązkowe dane przewidziane w art. 8(7) Rozporządzenia FIC, (które mogą być podawane w dokumentach handlowych) muszą być dostępne przed dokonaniem zakupu?**

Art. 14 Rozporządzenia FIC na temat sprzedaży na odległość ma obejmować ofertę produktów spożywczych do sprzedaży dla konsumenta końcowego i nie obejmuje transakcji biznesowych.

**1.10 Jakie są wymagania informacyjne mające zastosowanie do produktów spożywczych oferowanych do sprzedaży przy wykorzystaniu automatów do sprzedaży lub zautomatyzowanych lokali handlowych?**

Jak wskazano w art. 14 ust. 3 Rozporządzenia FIC, produkty spożywcze oferowane na sprzedaż przy wykorzystaniu automatów do sprzedaży lub zautomatyzowanych lokali handlowych nie podlegają wymogom sprzedaży na odległość, jak określono w art. 14 ust. 1 lit. a. W związku z tym obowiązkowe informacje na temat żywności nie muszą być podawane konsumentom przed dokonaniem zakupu. Zasada ta ma zastosowanie do produktów spożywczych zarówno opakowanych jak i nieopakowanych. Jednakże biorąc pod uwagę specyfikę tego sposobu dostarczania żywności do konsumentów i charakter produktów spożywczych nieopakowanych, Państwa Członkowskie mogą podawać, za pomocą środków krajowych w ramach art. 44 Rozporządzenia FIC, określony sposób udostępniania informacji na temat alergenów lub wszelkich innych informacji obowiązkowych. Sposób ten może być równoznaczny z podawaniem obowiązkowych informacji dla konsumenta przed dokonaniem zakupu (np. informacje o alergenach w formie oznakowania obok automatu do sprzedaży).

**1.11 W przypadku produktów spożywczych opakowanych oferowanych do sprzedaży za pomocą środków porozumiewania się na odległość, jakie są wymogi dotyczące podawania informacji w formie pisemnej na temat obecności alergenów przed dokonaniem zakupu?**

Zgodnie z art. 14 ust. 1 lit. a Rozporządzenia FIC, w przypadku produktów spożywczych opakowanych oferowanych do sprzedaży za pomocą środków porozumiewania się na odległość odpowiedzialne przedsiębiorstwo sektora spożywczego ma obowiązek udostępnić wszystkie

obowiązkowe informacje na temat żywności, z wyjątkiem daty minimalnej trwałości lub terminu przydatności do spożycia **przed dokonaniem zakupu**.

Obowiązkowe informacje na temat żywności, które mają być dostępne przed dokonaniem zakupu obejmują, m. in., informacje dotyczące obecności alergenów wymienionych w Załączniku II do Rozporządzenia FIC.

Informacje na temat alergenów podane w formie pisemnej muszą być zgodne z art. 21 ust. 1 Rozporządzenia FIC. Pod tym względem przepis ten wymaga, aby takie informacje:

- zostały wyraźnie wskazane na liście składników zgodnie z art. 18 ust. 1 tego samego Rozporządzenia wraz z wyraźnym odniesieniem, do nazwy substancji lub produktu podanego w Załączniku II;
- informacje na temat alergenów muszą zostać podkreślone za pomocą kroju pisma, który wyraźnie odróżnia je od reszty na liście składników, na przykład za pomocą czcionki, stylu lub koloru tła.

Art. 13 Rozporządzenia FIC podaje ogólne przepisy dotyczące prezentacji obowiązkowych danych. W przypadku, gdy uzna, że istnieją ograniczenia odnośnie do sposobu prezentacji obowiązkowych danych, wyraźnie to określa. Na przykład art. 13 ust. 2 wyraźnie wskazuje, że minimalny rozmiar czcionki ma zastosowanie tylko wtedy, gdy obowiązkowe dane wymienione w art. 9 ust. 1 pojawiają się tylko na opakowaniu lub na przymocowanej do niego etykiecie. Sytuacja taka nie ma miejsca w przypadku dostarczania produktów spożywczych opakowanych za pośrednictwem sprzedaży na odległość. Dlatego informacje na temat obecności alergenów w przypadku produktów spożywczych opakowanych oferowanych do sprzedaży za pośrednictwem sprzedaży na odległość należy podać **przed dokonaniem zakupu** zgodnie z **art. 21 Rozporządzenia FIC**, **gdy podawane są w formie pisemnej** (np. na materiale towarzyszącym sprzedaży na odległość).