

# Маркировка упаковки, отвечающая требованиям маркировки продуктов питания – средство уважительной коммуникации

Продукты питания, их качество, упаковка, реклама, этикетка и маркировка упаковки являются составной частью нашей повседневной жизни - как при совершении покупок в магазине, при прогулке по улице, при просмотре телевизора, так и во многом другом.

Мы все являемся потребителями, и речь о маркировке продуктов питания, в большинстве случаев, идёт непосредственно с точки зрения защиты или нарушения прав потребителей. Однако мало кто задумывается о том, как много и насколько разных требований в этой области приходится соблюдать производителям продуктов питания и насколько неоднозначные ситуации могут возникать при выполнении этих требований.

Как известно, в Европейском Союзе, в том числе и в Латвии, Регламент Европейского Парламента и Совета (ЕС) № 1169/2011 (25 октября 2011 года) о предоставлении потребителям информации о продуктах питания и о поправках в Регламентах Европейского парламента и Совета (ЕС) № 1924/2006 и (ЕС) № 1925/2006, а также об отмене Директивы Комиссии 87/250/ЕЭС, Директивы Совета 90/496/ЕЭС, Директивы Комиссии 1999/10/ЕС, Директивы Европейского парламента и Совета 2000/13/ЕС, Директив Комиссии 2002/67/ЕС и 2008/5/ЕС и Регламента Комиссии 608/2004 (далее в тексте – Регламент) определяет общие принципы, требования и ответственность, которые регулируют информацию о продуктах питания и, в частности, маркировку продуктов питания.

Регламент требует обеспечения высокого уровня защиты потребителей в отношении информации о продуктах питания с учетом различий в восприятии потребителей и их информационных потребностей, обеспечивая при этом бесперебойную работу внутреннего рынка Европейского Союза.

## Какие проблемы возникают в процессе маркировки пищевых продуктов?

Так как ассортимент продуктов питания очень широк, необходимо обеспечить потребителей правдивой и полной информацией о продуктах питания, чтобы потребитель мог реализовать свое право на осознанный выбор. Поэтому понятно, что от производителя/дистрибьютора требуется не формальное выполнение требований, а творческий подход, обеспечивающий адекватную осведомленность потребителя. В то же время нельзя забывать о соразмерности, поскольку требования в равной степени распространяются как на мелких, так и на крупнейших производителей и дистрибьюторов.

**Обязательные требования и информация, предоставляемая добровольно.** Регламент предусматривает обязательные требования к маркировке продуктов питания, а также определяет объем добровольно предоставляемой информации и порядок ее предоставления, адаптируемый к потребностям каждого региона и восприятию потребителей. Добровольно предоставляемая информация должна давать потребителям дополнительную, более широкую информацию и не должна затмевать основную информацию, однако наш опыт показывает, что в Латвии данный аспект часто не соблюдается.

**Указание страны происхождения товаров.** Также регулярно возникают неопределенности, например, относительно выполнения требований по указанию страны происхождения продуктов питания. Для некоторых продуктов регламентом предусмотрено обязательное указание конкретной страны происхождения или места происхождения, поскольку соответствующий продукт с конкретным наименованием может производиться только в определенном месте. Однако для иных продуктов при указании страны происхождения может возникнуть обязанность указания страны происхождения главной составляющей продукта в случае, если она не совпадает со страной происхождения продукта; более того, причём для указания страны происхождения могут использоваться различные формы, поэтому производители могут запутаться в нюансах данного урегулирования.

Часто встречающейся проблемой по-прежнему остается неверное мнение, что если на товаре указана информация о производителе или дистрибьюторе и его юридическом адресе, то данная информация о происхождении товара является достаточной. Информация, предоставленная таким образом, не считается достаточной информацией о стране происхождения, особенно в случаях, когда, выполняя требования Регламента об указании производителя или дистрибьютора, указывается именно дистрибьютор.

**Правильная форма указания срока годности.** На практике также часто возникают сложности в связи с правильным использованием формы указания срока годности, поскольку в регламенте четко не определено, какие продукты считаются скоропортящимися. Так, например, относительно молочных продуктов, которые в целом можно было бы отнести к скоропортящимся продуктам, однако в результате их переработки, в процессе которой достигается относительно длительный срок их хранения, возникает неоднозначная ситуация, не правильнее ли указывать срок годности в форме «Использовать до...» или «Рекомендовано...до». Однако это имеет существенное значение, поскольку при неправильном употреблении этих указаний потребитель не только может быть введен в заблуждение, но даже может возникнуть угроза здоровью потребителя. Недоразумения при использовании указаний о пользе для здоровья также нередки, поскольку в процессе реализации маркетинговых целей часто забывается, что указания о пользе для здоровья можно использовать только в том случае, если они имеют научную основу.

Подобные нюансы, которые производители и дистрибьюторы должны принимать во внимание, существуют на каждом этапе, поэтому производителям часто приходится принимать решение сконцентрироваться на приоритетах, чтобы в первую очередь обеспечить производство и распространение продукции, в результате чего маркировка упаковки и точность маркировки, в том числе соответствие требованиям, остаются на втором плане.

## Маркировка упаковки как вид общения с потребителем

Как и во всех делах, правильный баланс – это то, что на самом деле обеспечивает наилучшие результаты в долгосрочной перспективе, а также укрепляет доверие потребителей.

Маркировка продуктов питания является важным аспектом пищевой промышленности, который не только подчеркивает ценные свойства продукта и служит инструментом маркетинга, но, по сути, является средством общения между производителем/дистрибьютором и потребителем.

По нашему мнению, соответствующая маркировка упаковки как продуктов питания, так и любых других товаров является не только выполнением нормативных требований, но и средством построения уважительных отношений между производителем/дистрибьютором и потребителем, поэтому ей следует уделять достаточно большое внимание, что окупается в долгосрочной перспективе.

В регулировании невозможно предусмотреть все случаи и описать правильные действия, поэтому документы, принятые на европейском уровне, включают в себя основные принципы, которых необходимо придерживаться при применении норм в каждом конкретном случае. Очень важно ознакомиться с преамбулой Регламента, в которой объясняется как необходимость регулирования, так и существенные базовые принципы, чтобы выработать понимание того, что, по сути, это регулирование включает в себя наши человеческие желания и потребности в безопасности и общении, что создает доверие. Основные принципы напоминают нам о необходимости поддерживать и помнить эти основные ценности даже тогда, когда достижение бизнес-целей кажется более значимым.

Сегодня и в Латвии потребители все активнее интересуются качеством и происхождением продуктов питания. Теперь уже каждый среднестатистический потребитель обращает внимание не только на красочность упаковки продукта, но и желает получать исчерпывающую информацию о продукте, содержащуюся на маркировке упаковки. Из качества и прозрачности предоставленной информации потребитель делает выводы как о дистрибьюторе, так и о самом производителе и сознательно или неосознанно принимает решение о дальнейшем выборе и доверии.

## Услуги адвокатского бюро NJORD в сфере маркировки продуктов питания

Спектр нормативных актов, соблюдение которых является обязательным для производителей и дистрибьюторов в пищевой промышленности, достаточно широк и на практике может вызвать не одно непонимание при их применении, поэтому было бы целесообразно уделять больше внимания своевременному выявлению дефектов на маркировке товаров до того, как они окажутся на упаковке товара, и тем самым помочь сэкономить средства и предотвратить убытки, которые могут быть вызваны повторным изготовлением маркировки товаров, принудительной приостановкой реализации товаров и начислением штрафов в случае несоответствия маркировки товара, выявленное контролирующими органами.

Чтобы способствовать успешному и уважительному общению производителей и дистрибьюторов с потребителем, одновременно обеспечивая соблюдение требований нормативных актов Европейского Союза и Латвии, в нашей практике мы уделяем особое внимание следующим аспектам:

- Оперативная проверка обязательной информации, указанной в регламентах Европейского Союза, и оценке соответствия в заранее подготовленных образцах маркировки, чтобы можно было своевременно устранить несоответствия, не затягивая без необходимости производственный процесс;
- Проверка взаимного соответствия всех сообщений, указанных на упаковке товара;
- Проверка языковых требований и корректировка;
- Проверка соблюдения требований, применимых к добровольно предоставленной информации о продукте,
- Консультации и рекомендации для обеспечения успешной коммуникации и соблюдения требований, а также
- Профессиональное разрешение споров и представление интересов предпринимателей в отношениях с потребителями и контролирующими органами.

Накопив опыт в области соответствия маркировки товаров, мы убедились, что успешная коммуникация и содействие пониманию требований к маркировке продуктов питания облегчает процесс обеспечения самих требований, положительно влияет на уверенность в себе и оценку предпринимателей в глазах потребителей и конкурентов, а также предотвращает ненужные препятствия со стороны надзирающих органов, способствуя тем самым постоянно растущему развитию бизнеса.



**ГУНТА МИЛТИНА**  
ПРИСЯЖНЫЙ АДВОКАТ,  
СТАРШИЙ ЮРИСТ

(+371) 67 31 33 15

GM@NJORDLAW.LV