



Маркування харчових продуктів Пояснення вимог законодавства

В основу Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» від 06.12.2018 лягли вимоги Регламенту Європейського Парламенту та Ради (ЄС) № 1169/2011 від 25 жовтня 2011 р. щодо надання споживачам інформації про харчові продукти. Закон приводить українське законодавство у відповідність до положень численних регламентів та директив Євросоюзу у цій сфері, а також - і це головне - спрямований на забезпечення належного рівня захисту здоров'я та інтересів споживачів, їхньої поінформованості, встановлення засобів гарантування права споживачів на інформацію та процедури надання інформації про харчові продукти.

Немає необхідності доводити, яке значення для здоров'я людини має правильне харчування, вживання якісних, корисних та безпечних продуктів. А тому, необхідно звертати особливу увагу на інформацію про товар, якщо йдеться про харчові продукти. Від цього залежить не тільки здоров'я, а ще й тривалість та якість життя людини. Купуючи їжу, насамперед, ми звертаємо увагу на строки її виготовлення і термін придатності до споживання, склад, вміст шкідливих для здоров'я харчових добавок, консервантів, генетично модифікованих організмів, енергетичну і харчову цінність, ціну та інші дані, що впливають на наш вибір та спонукають до покупки.

Для того, щоб споживач мав змогу отримати необхідну інформацію, вона має бути викладена зрозумілою йому мовою (особливо це стосується імпортованих товарів, оскільки інформація про продукт на таких товарах зазвичай на мові країни походження товару).

На кого поширюється дія Закону?



Вимоги Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» від 06.12.2018 поширюються не тільки на виробників харчових продуктів на всіх етапах виробництва та обігу, але і на харчові продукти, що призначені для кінцевого споживача, зокрема такі, що

реалізуються в закладах громадського харчування. Вимоги поширюються як на рекламу харчових продуктів, так і на спосіб розміщення та представлення харчових продуктів для реалізації, зокрема форму, зовнішній вигляд, упаковку. Споживач повинен отримати максимально достовірну інформацію про харчовий продукт та мати змогу здійснити свідомий вибір. Разом з цим, законом встановлено перелік обов'язкової для надання інформації про харчові продукти, а також вимоги до розміщення та представлення такої інформації. Таким чином споживач може подбати про своє здоров'я і захистити права.

Основний принцип Закону – маркування не повинно вводити споживача в оману!

Інформація про харчовий продукт має бути точною, достовірною та зрозумілою для споживача. За це відповідає оператор ринку. Але, головне, вона не повинна вводити в оману. Особливо, якщо це стосується властивостей і характеристик харчових продуктів та наслідків їхнього споживання. Або якщо йдеться про нібито, «лікувальні властивості продуктів». Це також поширюється і на рекламу харчових продуктів.

Яку інформацію про харчовий продукт має знати споживач?



Інформація про харчовий продукт може бути донесена через маркування, супровідні документи, рекламу. Як ми уже зазначили, вона має бути правдивою.

Варто розуміти: «Маркування - це слова, описи, знаки для товарів і послуг (торговельні марки), графічні зображення або символи, що стосуються харчових продуктів, які розміщуються на будь-якій упаковці, етикетці (стікері), кольоретці, а за відсутності упаковки - у документі або повідомленні, які супроводжують харчовий продукт або посилаються на нього».

Маркування може містити обов'язкову та необов'язкову інформацію про товар.

Обов'язкова інформація про харчовий продукт:

1. Назва харчового продукту.

Назвою харчового продукту є офіційна назва (назва встановлена нормативно-правовим актом або національним стандартом). Якщо такої нема - то звична назва (та, яка є зрозумілою споживачу без додаткових роз'яснень). Якщо і звичної назви нема - застосовується описова назва харчового продукту.

2. Фізичний стан харчового продукту.

Інформація про фізичний стан (продукт сублимованої сушки, швидкозаморожений, концентрований, копчений, порошкоподібний, рідкий тощо) має супроводжувати назву харчового продукту, наприклад, «Ковбаса сирокопчена».



3. Перелік/кількість інгредієнтів.

Включає всі інгредієнти харчового продукту, які вказуються в порядку зменшення їхньої масової частки. Певні інгредієнти позначаються назвою категорії, до якої вони належать, одразу після якої зазначається їхня назва або індекс відповідно до європейської цифрової системи (так звані «ешки»).



4. Наявність алергенів.



Виділяються окремим кольором, шрифтом, стилем.

5. Позначка «з ГМО», якщо частка ГМО перевищує 0,9%.

6. Термін придатності.

Вводяться терміни придатності: «Вжити до...», «Краще спожити до...», «Краще спожити до кінця...».

7. Умови зберігання/використання.

Для харчових продуктів, які потребують спеціальних умов зберігання та/або умов використання, після відкриття упаковки.



8. Відповідальний за інформацію про харчовий продукт.

Назва оператора ринку харчових продуктів.

9. Країна походження/місце походження зазначається:

- якщо відсутність такої інформації може ввести споживача в оману; для окремих типів м'яса;

- якщо країна/місце походження харчового продукту не збігаються з країною/місцем походження основного інгредієнта.

10. Інструкція з використання.

Якщо її відсутність може ускладнити використання продукту.

11. Фактичний вміст спирту етилового (для напоїв із вмістом понад 1,2%).

Інформація про назву, кількість харчового продукту та наявність спирту у дозуванні понад 1,2% має розміщуватися в одному полі видимості.

12. Кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання.

13. Поживна цінність.

Включає інформацію про енергетичну цінність, вміст жирів, насичених жирів, вуглеводів, цукрів, білків та солі.

14. Чи піддавався харчовий продукт заморожуванню/розморожуванню. Якщо піддавався заморожуванню - зазначається дата.



Якщо упаковка товару менш ніж 10 см², обов'язково зазначати лише назву продукту, алергени, кількість, мінімальний термін придатності. Інше - на запит споживача.

Інформація, яка наноситься оператором ринку на маркування в добровільному порядку, не повинна вводити споживачів в оману чи заплутувати споживача. За потреби вона має базуватися на відповідних наукових даних.

Шрифт маркування



Шрифт - чіткий, розбірливий і контрастний.

Висота малих літер має дорівнювати або перевищувати 1,2 мм (досі - 0,8 мм). Якщо площа упаковки менша за 80 см², то висота малих літер повинна бути не меншою від 0,9 мм.

Окремо (кольором, шрифтом, стилем) має бути виділена інформація про алергени, які містяться у складі харчового продукту.

Маркування нефасованого товару

У такому разі споживач не повинен бути позбавлений інформації про харчовий продукт. Вона є обов'язковою, але надається у спосіб, визначений оператором ринку. Наприклад, може бути розташована на мішку з борошном або ж на поряд поставленому стенді. Як варіант, надаватися в інший спосіб на вимогу покупця.



Ухвалений Закон стосується не лише маркування на етикетках, а й будь-якої інформації про харчовий продукт, яка надається через рекламу, Інтернет або просто повідомляється споживачеві під час продажу, зокрема в місцях громадського харчування. У разі дистанційної реалізації інформація має бути доступною до моменту придбання продукту.

Яка інформація має супроводжувати назву харчового продукту?

На маркуванні в обов'язковому порядку має зазначатися, чи відбулося заморожування або розморожування продукції, бо це впливає на її якість.



Відповідно до статті 11 Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», вводиться обов'язковість надання інформації споживачу - чи піддавався харчовий продукт заморожуванню або розморожуванню, що

унеможливить продаж, скажімо, розмороженого м'яса під виглядом охолодженого. А якщо харчовий продукт або його інгредієнти піддавались дії

іонізуючого випромінювання, має бути інформація «опромінений» або «піддавався дії іонізуючого випромінювання.»

Якщо до м'ясних продуктів та м'ясних напівфабрикатів у формі порційного м'яса, туш, додана вода, що становить більше 5 відсотків маси готового продукту, ця інформація також має зазначатись на маркуванні. Ці вимоги також стосуються і рибопродукції. Повинен зазначатись напис «сформоване зі шматків м'яса» чи «сформоване зі шматків риби» в разі виготовлення харчових продуктів з окремих шматків, які поєднані іншими інгредієнтами, якщо цей харчовий продукт може справляти враження цілого шматка м'яса чи риби. У разі використання в ковбасах і сосисках неїстівних оболонок надання інформації про це є обов'язковою.

Якщо твердий харчовий продукт перебуває (наприклад, мариновані овочі в розсолі, оселедці в сольовому розчині), повинна також зазначатись маса продукту без урахування маси рідини. Особливо це актуально при купівлі продукту в жерстяних герметичних банках, коли неможливо побачити сам продукт. Відповідно, споживач може порівняти маркування декількох виробників і вирішити, що саме йому купувати.



У разі, коли заморожені харчові продукти пропонуються до реалізації у нефасованому стані (нефасовані харчові продукти, вкриті крижаною глазур'ю), кінцевому споживачу надається інформація про загальну кількість харчового продукту (з урахуванням кількості глазури) та кількість або відсотковий вміст крижаної глазури у такому харчовому продукті. В такому разі споживач буде обізнаний, за що він платить гроші – за продукт чи за воду.

Яка кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів?



По-перше, перелік інгредієнтів наводиться під заголовком після надпису «склад» або «інгредієнти».

По-друге, перелік інгредієнтів має включати всі інгредієнти харчового продукту

в порядку зменшення їхньої маси станом на момент використання у процесі виробництва цього продукту. Тобто, якщо на етикетці ковбаси ми у складі першим пунктом побачимо субпродукти, то кожному має бути очевидно, якого гатунку така ковбаса, та й чи ковбаса це.

Законом також визначено вимоги до зазначення інгредієнтів у переліку, які, наприклад, стосуються використання наноматеріалів, рубленого м'яса чи ароматизаторів.

Кількість (відсоток) певної складової в харчовому продукті, відповідно до Закону, зазначається у маркуванні в обов'язковому порядку, якщо:

- назва даного інгредієнта або категорії інгредієнтів зазначена у назві харчового продукту або зазвичай асоціюється споживачем з назвою харчового продукту;
- назва даного інгредієнта або категорії інгредієнтів виділяється у маркуванні словесно або графічно;
- зазначення назви даного інгредієнта або категорії інгредієнтів є суттєвим для того, щоб охарактеризувати харчовий продукт та вирізнити його серед продуктів, з якими його можна сплутати через його назву та /або зовнішній вигляд.

Чи можна використовувати маркування «натуральний» і як підтверджувати відповідність цього надпису?

Закон визначає чіткі умови застосування слова «натуральний» у позначенні ароматизатора, харчового продукту й, окремо, молочних продуктів.

Згідно із Законом слово «натуральний» може бути застосовано щодо ароматизатора у разі, якщо ароматичний компонент містить виключно натуральні ароматичні препарати або натуральні ароматичні речовини.

Інформація про алергени!

Закон визначає, що інгредієнти-алергени, які можуть входити до складу харчового продукту, мають бути виділені кольором або шрифтом і візуально відрізнитись від інших інгредієнтів.

Це стосується не лише тих продуктів, які ми купуємо в магазинах, а й готових страв, які замовляємо в закладах громадського харчування. Так наприклад окрім звичних назви, ваги, складу та ціни страви, меню європейських країн мають інші позначки щодо речовин або продуктів, які можуть спричиняти алергію або непереносимість. До таких продуктів належать злаки, які містять глютен, ракоподібні, яйця, риба, арахіс, горіхи, соєві боби, молоко та молочні продукти, селера, гірчиця, кунжут, люпин, молюски тощо. Тепер такі вимоги містить і вітчизняне законодавство. І це наочна повага занепокоєння за життя до споживачів, які мають непереносимість певного виду та до кожного з нас.



Терміни придатності харчових продуктів

Закон вводить поняття «мінімальний термін придатності харчового продукту» і дату «вжити до...».



«Мінімальний термін придатності харчового продукту - дата, до настання якої характеристики харчового продукту залишаються незмінними у межах, визначених оператором ринку харчових продуктів, відповідальним за інформацію про такий харчовий продукт, за умови його зберігання

відповідно до вимог, встановлених таким оператором ринку».

«Дата «вжити до» - граничний термін (календарна дата) споживання харчових продуктів, які через свої мікробіологічні властивості є швидкопсувними, визначена оператором ринку харчових продуктів, відповідальним за інформацію про харчовий продукт, після спливання якої харчовий продукт може вважатися небезпечним для здоров'я людини.

У ст. 18 роз'яснюється, яким чином мінімальний термін придатності («краще спожити до...»; «краще спожити до кінця...») зазначається та в чому його відмінність від дати «вжити до...».

Швидкопсувні та більш небезпечні з точки зору мікробіології продукти, для яких має бути зазначена дата «вжити до...», яка означає, що на наступний за цією датою день продукт може ставати небезпечним (сире або охолоджене м'ясо, сира риба, яйця).

Водночас є безліч продуктів, які за умови дотримання встановлених умов зберігання залишаються безпечними протягом певного часу після закінчення мінімального терміну придатності, прописаного у маркуванні (цукор, кава, ковбаса (якщо дотримані умови зберігання), твердий сир (якщо дотримані умови зберігання)).

Але після закінчення дати «краще спожити до...», як і після «вжити до...» харчові продукти не мають бути в реалізації.



Термін придатності на таких швидкопсувних продуктах, як хлібобулочні та кондитерські вироби і навіть алкогольні напої понад 10 градусів (зокрема, вино й шампанське), можуть взагалі не вказувати.

Крім того, для певних харчових продуктів, які не є швидкопсувними за своїми мікробіологічними характеристиками, мінімальний термін придатності зазначається добровільно за вибором оператора ринку. До

таких продуктів належать:

- свіжі фрукти й овочі, включаючи картоплю, які не очищені від шкіри, не порізані, не оброблені іншим аналогічним чином, окрім пророщеного насіння та інших аналогічних продуктів, таких як пророщені бобові культури;
- вина, лікерні вина, ігристі вина, ароматизовані вина та інші аналогічні продукти, вироблені з фруктів, окрім винограду та напоїв, які підпадають під код УКТЗЕД 220600, вироблені з винограду та виноградного суслу;
- напої, що містять 10 і більше відсотків об'ємних одиниць спирту;
- оцет;
- харчова сіль;
- цукор у твердому стані;
- кондитерські вироби, які складаються практично виключно з ароматизованих та/або підфарбованих цукрів;
- жувальна гумка та інші аналогічні продукти для жування.

Якщо харчовий продукт зберігається до 3 міс., у даті достатньо вказати день і місяць; 3-18 міс. - достатньо вказати місяць і рік; понад 18 міс. - рік.

Державний контроль та відповідальність операторів ринку харчових продуктів

Державний контроль за додержанням законодавства щодо надання споживачам інформації про харчові продукти здійснюється відповідно до Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин».

Оператор ринку харчових продуктів, відповідальний за інформацію про харчовий продукт, зобов'язаний забезпечити наявність і точність інформації про харчовий продукт відповідно до цього Закону. Оператори, які не є відповідальними за таку інформацію, не мають права здійснювати обіг харчових продуктів, щодо яких вони мають інформацію, що ці харчові продукти не відповідають законодавству щодо надання інформації про харчові продукти. Ці оператори ринку не мають права змінювати інформацію, яка супроводжує харчовий продукт.

Оператори ринку харчових продуктів, котрі порушили вимоги цього Закону, несуть відповідальність відповідно до Закону України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин».

Передбачається, що надання неточної, недостовірної інформації про продукт, зміна оператором ринку інформації про нього тягне за собою накладення штрафу на юридичних осіб у розмірі 15 мінімальних заробітних плат (90,0 тис. грн), а на фізичних осіб-підприємців - у розмірі 10 мінімальних зарплат (60,0 тис. грн).



За введення споживачів в оману щодо речовин і харчових продуктів, що викликають алергічні реакції або непереносимість, штраф становить 30 мінімальних заробітних плат (180,0 тис. грн) для юридичних осіб і 20 (120,0 тис. грн) - для фізосіб-підприємців.

Прийняття даного Закону в нашій державі надає підставу для формування нової культури інформування споживачів про харчовий продукт.