

ИЗВАДКИ ОТ ОБОБЩЕНИЕ НА ПРОУЧВАНЕ: МАРКИРОВКА НА ХРАНИТЕЛНИТЕ ПРОДУКТИ

Евро Инфо Център VG809 към Търговско-промишлена палата Добрич, в сътрудничество с останалите Евро Инфо Центрове в България, приключи **третото поред** проучване относно изменения в директивите, касаещи етикетирването на хранителните стоки.

Проучването е по проект "Гласът на малките и средни предприятия при разработването на политиките на ЕС", финансиран от Комисията и е част от общоевропейската инициатива на ЕК да се консултира с бизнеса и да отчети становището и препоръките на предприемачите, преди разработването на съответните документи и законодателни актове.

На територията на град Добрич бяха анкетирани 10 фирми от хранително-вкусовия бранш – хлебопроизводители, сладкари, търговци на хранителни продукти, производители на мляко и минерална вода.

Анкетираните бяха разделени по сектори спрямо тяхното производство. На въпроса колко често по Ваша инициатива сменят или подновяват етикетите на вашите продукти – стана ясно, че все още в България не се наблюдава на подмяна на етикетите с нови. Повечето от фирмите сменят своите етикети веднъж на 2 – 3 години. От всички анкетирани само една фирма изняся своя продукт за Европейския съюз.

Основните причини за смяна на етикетите са модернизиране на дизайна, или доброволно включване на нова и полезна информация.

Според добричките фирми приоритетите при проектирането на нов етикет са: имиджа на търговската марка, отговаряне на законодателните изисквания, четливост на етикета, доброволно включване на информация и атрактивност на етикета.

Анкетираните споделиха, че най-подходящия начин за въвеждане на допълнителна предписания би било чрез европейското законодателство. Участниците споделиха че от догодина ще има нужда от допълнителна информация за произхода на стоките върху етикета.

Производителите споделиха своя опит, че етикетите за произход на продукти, съдържащи множество съставки, като готови храни например, ще бъдат по-усложнени, ако поставянето им стане задължително. Желанието им е да се удължи срока за въвеждане на тези съставки. Всички фирми участнички включват доброволно информация за хранителната и енергийна стойност на продуктите, протеини, въглехидрати и мазнини базирани на прецизни химични анализи.

Фирмите споделиха желанието си върху етикетите да има и информация за диабетици, хора със заболявания и различни алергии и тя да е на поне три езика (в това число и на български). Проблем при етикетирването е, че не всички езици за компактни като английския и при превод се заема прекалено голямо място от етикета върху опаковката. Етикета продава продукта и ако той не е в съответствие с европейското законодателство стоката става непродаваема на големия европейски пазар.

Превод и редакция: Г. Колев ЕИЦ Добрич, в рамките на проект "Гласът на МСП при създаване на Европейските политики" финансиран от Европейската Комисия – Главна Дирекция "Предприятия".