

GHID

PENTRU TESTAREA PRODUSELOR CU DUBLU STANDARD





Acest proiect este cofinanțat de Programul pentru consumatori al Comisiei Europene



CUPRINS

PREZENTAREA PROIECTULUI.....	4
Partenerii proiectului.....	5
Ce înseamnă dublul standard al produselor.....	6
O scurtă istorie	6
JRC Metodologia Armonizată (2018).....	7
 INTRODUCEREA PRINCIPILOR GENERALE ALE LEGISLAȚIEI ÎN DOMENIUL ALIMENTAR	 8
Legislația în domeniul alimentelor	9
Informațiile alimentare pentru consumatori - Etichetarea	10
Directiva privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor față de consumatori.	11
 METODOLOGIA TESTĂRII.....	 12
Definiția unui produs de referință	12
Gradul de similitudine al produselor.....	12
6 principii cheie pentru testarea produselor.....	12
1) Transparența.....	13
2) Pașii unei proceduri de evaluare.....	13
3) Comparabilitatea.....	13
4) Proceduri adecvate de selecție, eșantionare și testare	13
5) Inclusivitate.....	13
6) Corectitudine.....	14
 EXCEPȚII.....	 15
Testarea produselor alimentare pentru dublul standard. Aspectele practice.....	15
Selectarea și eșantionarea produselor.....	16
Studierea ambalajului alimentelor.....	16
Analiza senzorială.....	17
Testarea în laborator.....	18
 STUDII DE CAZ.....	 18
COMPANIA COCA-COLA - Coca Cola... ..	20
BARILLA - Sos Bolognese.....	21
ACTIVIA - Iaurt cu aromă de căpșuni.....	22
BEN&JERRY'S - Înghețată de ciocolată	23
Alte studii de caz realizate de InfoCons în 2017.....	23
FANTA ORANGE - Băuturi răcoritoare carbogazoase cu aromă de fructe.....	25
CIOCOLATA MILKA cu lapte alpin.....	

PREZENTAREA PROIECTULUI

Proiectul „*Sprijinirea organizațiilor de consumatori: către o abordare armonizată privind dublul standard al produselor alimentare*” (ECO) - Empowering Consumer Organisations: towards a harmonised approach tackling dual quality in food products” este un proiect european finanțat de Programul pentru consumatori al Direcției Justiție a Comisiei Europene. Proiectul care durează un an, vizează limitarea practicilor de standard dublu la produsele alimentare și consolidarea organizațiilor de consumatori din UE.

OBIECTIVELE PROIECTULUI

- Să dezvolte un ghid solid și armonizat, pentru a permite organizațiilor de consumatori din întreaga Europă să testeze și să compare produsele, în ceea ce privește problemele de dublu standard și să identifice strategiile sau informații de pe ambalajul alimentelor, potențial înșelătoare de branding.
- Să dezvolte o platformă online comună pentru organizațiile de consumatori, care să centralizeze și să difuzeze rezultatele testelor, să raporteze potențiale practici comerciale neloiale și să împărtășească bune practici pentru învățare reciprocă. Platforma permite, de asemenea, consumatorilor să vizualizeze datele încărcate și să sugereze produse pentru testare. Această platformă se va construi pe site-ul web al proiectului.
- Să ajute organizațiile de consumatori, oferindu-le materiale de instruire privind testarea produselor pentru posibile practici de dublu standard al alimentelor. Materialul de instruire va fi furnizat cât mai multor organizații de consumatori în UE. Probabil că există cel puțin o organizație de consumatori, în fiecare stat membru al UE cu interes general și specific, pentru produsele alimentare. Fiecare organizație va putea apoi să efectueze teste pe produsele alimentare și să publice rezultatele pe platformă.
- Să consolideze capacitatea de susținere a organizațiilor de consumatori și să încurajeze cooperarea internă și transfrontalieră în Europa printr-o conferință amplă cu participanți, inclusiv organizații de consumatori, părți interesate relevante, publice și private, mass-media etc.
- Să creeze un sistem de certificare prin înregistrarea companiilor care doresc să-și arate angajamentul față de practicile de dublu standard a alimentelor, după ce produsele lor au fost testate corespunzător.

PARTENERII PROIECTULUI



- ADOC este o asociație italiană de consumatori recunoscută de Ministerul Dezvoltării Economice, membru al Consiliului Național al Consumatorilor și Utilizatorilor (CNCU) din 1999. ADOC este prezentă în toate cele 20 de regiuni italiene cu birouri care oferă publicului informații și sprijin. Cu precădere în sectorul alimentar, ADOC - cu sprijinul instituțiilor locale și a mediului academic - a dezvoltat proiecte privind informațiile consumatorilor referitoare la calitatea produselor și la securitatea alimentară și contrafacerea. Scopul comun este de a direcționa consumatorii către un consum mai responsabil și mai durabil.



- SAFE Food Advocacy Europe este un ONG european, al cărui obiectiv este să se asigure că sănătatea și preocupările consumatorilor rămân în centrul legislației UE în domeniul alimentar. SAFE este finanțat în prezent de programul ONG LIFE al CE și este, de asemenea, coordonatorul a două proiecte Erasmus +, unul privind permacultura și unul privind obezitatea la adolescenți. Prin urmare, SAFE are expertiză în gestionarea proiectelor la nivelul UE.



- InfoCons este Organizația de Protecția Consumatorilor din România, fondată în anul 2003, cu scopul de a proteja drepturile consumatorilor și de a crește gradul de conștientizare al acestora. În calitate de partener în cadrul proiectelor europene, InfoCons participă activ la elaborarea materialelor educaționale non-formale și având astfel experiență în dezvoltarea acestor materiale. Mai mult, InfoCons a realizat deja studii privind calitatea alimentelor în România în ceea ce privește dublul standard și a abordat această problemă în cadrul Grupului Consultativ European pentru Consumatori.

CE ESTE DUBLUL STANDARD AL ALIMENTER?

Consumatorii din mai multe țări din UE s-au plâns de faptul că compoziția anumitor produse este diferită în țara lor de origine, în comparație cu produsele vândute sub aceeași marcă și cu ambalaje identice sau foarte similare în alte state membre. Până în prezent, nu a fost încă stabilită o definiție comună a ceea ce presupune dublul standard al alimentelor. Cu toate acestea, l-am putea defini ca *„practica în care companiile folosesc rețete, formulări sau standarde diferite, pentru articolele vândute sub același brand, dar cu compoziții diferite, în pofida faptului că aspectele ambalajelor sunt similare”*. De asemenea, putem examina modul în care acest fenomen este perceput din perspectiva europeană.

Conform legislației UE și a principiilor pieței unice, comercianții sunt liberi să își diferențieze produsele pentru diferite piețe. Cu toate acestea, consumatorii nu pot fi induși în eroare prin prezentarea unor produse identice, în absența unor motive legitime și obiective. Noua dispoziție privind dublul standard în cadrul Directivei “New Deal for Consumers” clarifică faptul că inducerea în eroare a consumatorilor, în ceea ce privește compoziția produsului poate fi, în urma unei evaluări de la caz la caz și efectuată de autoritățile competente, considerată drept o practică comercială neloială, care este interzisă de legislația UE. În același timp, noua dispoziție recunoaște dreptul comercianților de a adapta produsele cu aceeași marcă pentru diferite piețe geografice, din cauza factorilor legitimi și obiectivi. Prin urmare, procesul de stabilire clară a cazurilor de dublu standard este încă în desfășurare.

UN SCURT ISTORIC

Fostul președinte al Comisiei Europene, Jean-Claude Juncker, a declarat în 2017 că nu este acceptabil „faptul că în unele părți ale Europei, în Europa Centrală și de Est, oamenilor li se pot vinde alimente de calitate mai slabă decât în alte țări, în ciuda ambalajului și a mărcii identice. Slovaci nu merită o cantitate mai mică de pește în produsul Fish Fingers. Ungurii nu merită mai puțină carne în alimentele lor. Cehii nu merită mai puțină cacao în ciocolata lor. Legislația UE interzice deja astfel de practici. Trebuie să dăm autorităților naționale mai multă putere pentru a elimina astfel de practici ilegale acolo unde ele există”.

Având în vedere acest lucru, în septembrie 2017, Comisia a emis norme cu privire la aplicarea legislației europene cu privire la alimentele cu dublu standard pentru a ajuta autoritățile naționale să stabilească dacă o companie încalcă legislația UE atunci când vinde produse aparent identice cu o compoziție diferită, în diferite țări. Autoritățile naționale pentru protecția consumatorilor sunt responsabile de asigurarea conformității companiilor cu legislația UE. Cu toate acestea, Comisia Europeană se angajează să îi ajute prin intermediul acestor norme de aplicare și prin diferite aspecte de lucru.

În 2018, Joint Research Center (JRC) al Comisiei Europene a dezvoltat o procedură armonizată pentru a evalua diferențele percepute în calitatea produselor într-un mod obiectiv. De fapt, noua dispoziție privind dublul standard în cadrul New Deal for Consumers - Directiva (UE) 2019/216 - clarifică faptul că înșelarea consumatorilor în ceea ce privește compoziția produsului poate fi considerată o practică comercială neloială, care este interzisă de legislația UE.

În același timp, noua dispoziție recunoaște că comercianții pot adapta mărfurile cu aceeași marcă pentru diferite piețe geografice din cauza factorilor legitimi și obiectivi:

- Legislația națională;
- Disponibilitatea sau sezonalitatea materiilor prime;
- Strategii voluntare pentru îmbunătățirea accesului la alimente sănătoase și hrănitoare.

METODOLOGIA ARMONIZATĂ JRC (2018)

Centrul Comun de Cercetare (The Joint Research Centre (JRC)) este serviciul științific al Comisiei Europene, care angajează oameni de știință pentru efectuarea cercetărilor în vederea oferirii consultanței științifice independente pentru politica UE.

Printre inițiativele luate de Comisia Europeană pentru a aborda această problemă, Centrul Comun de Cercetare a dezvoltat în 2018 o metodologie de testare armonizată pentru evaluarea caracteristicilor legate de calitatea alimentelor, având ca scop îmbunătățirea testelor comparative ale produselor alimentare, astfel încât statele membre să poată discuta această problemă pe o bază științifică solidă și comună, aceeași pentru toți. Această metodologie a fost ulterior utilizată pentru a colecta informații despre compoziția unei largi varietăți de produse alimentare atât ale diferitelor branduri cât și private label. Au fost utilizate pentru clasificarea produselor în funcție de similitudinea lor: declarația nutrițională, lista ingredientelor și declarația cantitativă a ingredientelor, astfel cum au fost tipărite pe etichetele produsului și cât și aspectul ambalajului.

Toate statele membre ale UE au fost invitate de JRC să participe la o campanie la nivelul UE de colectare a informațiilor cu privire la compoziția produselor alimentare selectate oferite pe piețele lor. Nouăsprezece state membre UE au prezentat informații furnizate pe etichetele produselor și aspectul ambalajului a 113 produse de marcă și 15 produse cu etichetă privată.

Statele membre care au participat la sondaj au fost: Bulgaria, Croația, Cipru, Republica Cehă, Danemarca, Estonia, Franța, Germania, Grecia, Ungaria, Italia, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, Slovacia, Slovenia, Spania și Țările de Jos. În total, informațiile pentru 1380 de produse au stat la baza comparării datelor.

Produsele au fost grupate în nouă categorii, utilizând drept criteriu dacă compoziția produsului și ambalajul erau „identice”, similare sau „diferite”. Compoziția a 33% din produsele evaluate a fost identică, dar nu toate au un aspect identic al ambalajului; diferențele de compoziție la produsele cu ambalaj identic sau similar au fost găsite pentru 9% și respectiv 22%, iar 27% au o compoziție diferită și, de asemenea, un aspect diferit al ambalajului. Restul produselor (9%) aveau caracteristici compoziționale similare.

Pentru acele produse la care au apărut diferențe în funcție de variantele naționale, grupurile s-au format prin gruparea produselor cu aceeași compoziție. Această mod de grupare nu a dezvăluit niciun model consistent de diferențiere a produselor pentru anumite regiuni geografice. Descoperirile descrise în acest raport se referă la diferențele observate în compoziție, adică variații ale conținutului de nutrienți și / sau ingrediente, ale produselor alimentare incluse în sondaj.

Trebuie înțeles că astfel de diferențe de compoziție nu pot fi traduse în diferite niveluri ale calității alimentelor. Întrucât un aspect al calității alimentelor este legat de proprietățile senzoriale (de exemplu, gustul, structura, aspectul) produselor în cauză, un subset al produselor incluse în acest studiu va fi supus testării senzoriale de către grupuri de experți. Acest lucru poate clarifica dacă o compoziție diferită a unui anumit produs alimentar va avea un impact vizibil asupra proprietăților sale senzoriale. Rezultatele acestui studiu se referă la eșantioanele de produse care au fost incluse în sondaj la momentul colectării acestora (noiembrie-decembrie 2019). Trebuie subliniat că este inadecvat să se concluzioneze prin deducție că aceste concluzii sunt valabile și pentru întreaga varietate de alimente de marcă și cu etichetă privată de pe piața UE.

INTRODUCEREA PRINCIPILOR GENERALE ALE LEGISLAȚIEI ALIMENTELOR

Problema practicilor de dublu standard al alimentelor este legată de mai multe articole din legislația UE. Această secțiune va face o prezentare generală a legislației centrale a UE în legătură cu produsele alimentare și etichetarea produselor alimentare, precum și practicile comerciale neloiale.

LEGEA GENERALĂ A ALIMENTELOR (GFL- GENERAL FOOD LAW)

În 2002, Parlamentul European și Consiliul au adoptat **Regulamentul (CE) nr. 178/2002** de stabilire a principiilor și cerințelor generale ale legislației alimentelor (**Regulamentul general privind legislația alimentară**). Prezentul regulament stabilește un cadru pentru dezvoltarea legislației alimentare și furajere atât la nivelul UE, cât și la nivel național. În acest scop, acesta stabilește principiile generale, cerințele și procedurile care stau la baza luării deciziilor privind siguranța alimentelor și furajelor, acoperind toate etapele de producție și distribuție a alimentelor și furajelor.

Acesta stabilește:

- Definiții comune, cum ar fi definiția „alimentelor”, „furajelor” (sau „hranei pentru animale”) și „legii alimentelor”
- Obiective generale (de exemplu, garantarea protecției intereselor consumatorilor)
- Principii generale care stau la baza legislației alimentare naționale și a UE, cum ar fi principiul analizei riscurilor (articolul 6), principiul precauției (articolul 7) și protecția intereselor consumatorilor (articolul 8)
- Cerințe generale adresate în principal operatorilor din sectorul alimentar și al hranei pentru animale, în ceea ce privește controalele proprii, pentru verificarea conformității cu legislația alimentară atât a UE, cât și cea națională, siguranța alimentelor și furajelor, trasabilitatea și retragerile / rechemările de alimente și furaje nesigure.

Regulamentul stabilește în articolele sale 22 și 23 ca Autoritatea Europeană pentru Siguranța Alimentară (EFSA), să fie o agenție independentă care să ofere consiliere și sprijin științific. Această autoritate este competentă să analizeze principiul riscului în legătură cu alimentele și furajele. În cele din urmă, prevede mecanismele necesare pentru creșterea încrederii consumatorilor în legislația alimentară (articolele 9 și 10):

- Consultări publice eficiente în timpul pregătirii, evaluării și revizuirii legislației alimentare și furaje
- Obligația autorităților publice de a informa publicul larg, în cazul în care există motive întemeiate de a suspecta că un aliment sau furaj poate prezenta un risc pentru sănătatea umană sau animală.

PENTRU MAI MULTE INFORMAȚII

- https://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law/general_requirements_en
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?>
- https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/gfl_fitc_infographic_2018_en.pdf

INFORMAȚII ALIMENTARE PENTRU CONSUMATORI - ETICHETARE -

Principiile generale, cerințele și responsabilitățile care reglementează informațiile alimentare și, în special, etichetarea alimentelor au fost stabilite prin **Regulamentul (UE) nr. 1169/2011**. Acest regulament prevede regulile pentru o etichetare mai bună a produselor vândute în UE. Acesta stabilește ce tipuri de informații sunt obligatorii pe ambalajul alimentelor. Aceasta include:

- Numele alimentului
- Lista ingredientelor
- Orice ingrediente care ar putea provoca alergii sau intoleranțe trebuie specificate separat
- Cantitatea anumitor ingrediente sau, în unele cazuri, categoriile de ingrediente
- Cantitatea netă de alimente conținută în pachet
- Marcaje relevante ale datei, fie înainte de, Până la, în funcție de tipul de produs
- În cazul în care produsul necesită condiții speciale de manipulare sau depozitare, acestea trebuie specificate
- Pe ambalaj trebuie să figureze numele și adresa operatorului din industria alimentară
- În unele cazuri, trebuie menționate țara de origine sau locul de proveniență
- Dacă un consumator riscă să utilizeze greșit produsul fără instrucțiuni, trebuie furnizate instrucțiuni clare de pregătire
- Orice produs care conține mai mult de 1,2% alcool trebuie să precizeze tăria alcoolică pe etichetă
- O declarație nutrițională

Informațiile obligatorii trebuie prezentate într-o limbă pe care o înțelege cu ușurință populația din regiunea în care produsul este vândut. Statele membre au puterea de a determina limbile exacte care trebuie utilizate pentru produsele vândute în țara respectivă. Mai mult, aceste informații ar trebui să se afle într-un loc proeminent, unde să fie ușor vizibile, lizibile și ideal de să nu poată fi șterse. Declarația nutrițională trebuie să fie clară și, ori de câte ori este posibil, într-o formă tabelară.

În plus, regulamentul prevede că etichetele produselor alimentare pot conține informații suplimentare, față de cele obligatorii enumerate mai sus. Cu toate acestea, orice informație suplimentară furnizată nu poate induce în eroare consumatorii și nici nu poate prezenta un caracter ambiguu sau confuz. Informațiile suplimentare pot fi prezentate numai dacă eticheta are încă spațiu după ce toate informațiile obligatorii au fost incluse.

Regulamentul stabilește în continuare regulile pentru informațiile corecte prezente pe etichetarea produselor alimentare. Astfel, consumatorii ar trebui să aibă acces ușor la informații, care trebuie să fie corecte, clare și ușor de înțeles. Așa cum s-a menționat mai sus cu privire la informațiile suplimentare, nicio informație furnizată pe ambalaj nu poate induce consumatorii în eroare, respectiv spunând că un produs are anumite caracteristici pe care nu le are în realitate (în ceea ce privește natura, compoziția, durabilitatea, originea etc.). Mai mult, producătorii de alimente nu pot vinde un produs ca având proprietăți sau efecte pe care nu le posedă și nici nu pot sugera că un aliment are caracteristici speciale pe care le au de fapt. Imaginile de pe ambalajele alimentare cu ingrediente prezente în mod normal, care dau impresia că produsul conține aceste componente, în timp ce acestea au fost înlocuite cu alte ingrediente, sunt considerate, de asemenea, înșelătoare pentru consumator.

PENTRU MAI MULTE INFORMAȚII

- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02011R1169-20180101&from=EN>
- https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/labelling_legislation_en

DIRECTIVA PRIVIND PRACTICILE COMERCIALE NELOIALE ȘI DIRECTIVA "NOUL ACORD PENTRU CONSUMATORI"

Directiva privind practicile comerciale neloiale (**Directiva 2005/29 / CE**) a fost creată pentru a ajuta întreprinderile mici și mijlocii să tranzacționeze peste granițele europene, pe de o parte, și pentru a spori încrederea consumatorilor, pe de altă parte. Aceasta definește practicile comerciale neloiale ca fiind înșelătoare sau agresive (art. 6-9).

Acțiunile înșelătoare sunt caracterizate aici ca influențând consumatorii să facă tranzacții pe care s-ar putea să nu le fi făcut dacă ar fi fost pe deplin informați într-un mod onest cu privire la serviciu sau produs. Directiva NOUL ACORD PENTRU CONSUMATORI a fost adoptată în 2018 și avea drept scop consolidarea legislației UE privind consumatorii. În timp ce au fost modificate mai multe articole din legislația UE, schimbarea relevantă care a avut loc prin Directiva privind practicile comerciale neloiale în legătură cu problema calității alimentelor duale este că la articolul 6 privind acțiunile înșelătoare a prevăzut paragraful 2 completat după cum urmează:

(c) orice comercializare a unui bun, într-un stat membru, ca fiind identică cu un bun comercializat în alte state membre, în timp ce acel bun are o compoziție sau caracteristici semnificativ diferite, cu excepția cazului în care este justificat de factori legitimi și obiectivi. Acest lucru a interzis în mod eficient orice practici de dublu standard a alimentelor, dar a lăsat încă o marjă de manevră în determinarea factorilor legitimi și obiectivi. Comisia Europeană trebuie să publice un ghid cu privire la interpretarea acestei clauze legale.

PENTRU MAI MULTE INFORMAȚII

- https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en
- https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/factsheet_new_deal_consumer_benefits_2019.pdf
- https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/review-eu-consumer-law-new-deal-consumers_en

METODOLOGIA TESTĂRII

Această parte a ghidului va prezenta metodologia adecvată pentru efectuarea testelor la produsele alimentare, pentru a se verifica dacă există eventuale probleme de dublu standard. Va avea la bază metodologia armonizată de către Comisia Europeană.

DEFINIȚIA UNUI PRODUS DE REFERINȚĂ

Un produs de referință este un produs care trebuie testat. Orice produs de referință ar trebui să îndeplinească anumite criterii: produsul în cauză ar trebui să fie vândut și comercializat sub același ambalaj și marcă în multe state membre ale UE (minimum trei, dar cu cât mai multe, cu atât mai bine). Mai mult, în majoritatea acestor state membre, produsul ar trebui vândut cu o compoziție anume. În cele din urmă, compoziția și prezentarea produsului în majoritatea statelor membre ar trebui să fie modul în care consumatorii îl percep în general, în UE. Prin urmare, orice produs perceput într-un anumit mod de către consumatori, dar care, de fapt, este diferit de cel din altă țară, ar putea prezenta practici potențiale de dublu standard, deoarece consumatorul ar fi putut fi indus în eroare, considerând că produsul este identic cu cele vândute în alte țări.

Studiile au arătat că mărcile joacă un rol semnificativ în mintea consumatorilor ca garanții pentru cumpărarea și consumul de produse cu o calitate constantă, indiferent de locul și momentul achiziționării produsului. În plus, piața unică a UE, cu libera circulație a mărfurilor, face ca, în mod rezonabil, consumatorii să se poată aștepta să găsească produse identice de marcă și calitate în diferite locații ale pieței unice. Prin urmare, se așteaptă ca proprietarii de mărci să comunice în mod clar cu privire la eventualele diferențe pe care le prezintă produsele lor de marcă vândute în diverse țări. În caz contrar, ar putea fi considerat ca inducând în eroare consumatorii, în sensul că produsele sunt identice indiferent de locul sau momentul în care sunt cumpărate.

Un produs este, în general, semnificativ diferit dacă, atunci când îl comparăm cu produsul de referință, există diferențe substanțiale între unul sau mai multe ingrediente cheie (sau procentul lor) și dacă consumatorul ar fi fost conștient de aceste diferențe, și-ar fi putut schimba decizia de cumpărare. Acest ultim punct al comportamentului consumatorului este crucial pentru a stabili dacă acesta ar putea fi un caz potențial de dublu standard.

GRADUL DE SIMILITUDINE AL PRODUSELOR

JRC a elaborat o schemă și un cod de culoare pentru a evalua gradul de similitudine al produselor. Împarte produsele în trei categorii, identice, similare sau diferite pe baza a două criterii, compoziția și partea din față a ambalajului.

- **Identic:** Valorile nutriționale și ingredientele sunt identice. Fața pachetului prezintă același design atunci când se are în vedere motivele, culorile, fonturile, forma, sigle, aspectul și imaginile.
- **Similar:** Produsul are fața pachetului similară (anumite caracteristici pot fi identice, în timp ce unele pot fi diferite) și conține ingrediente similare.
- **Diferit:** partea din față a pachetului și valorile nutriționale și ingredientele prezintă diferențe semnificative.

Produsele pentru care există o posibilă situație de dublu standard ar trebui să aibă o față a ambalajului identică sau foarte asemănătoare cu o compoziție diferită (în unele cazuri, produse similare pot fi vizate de practici duble privind calitatea alimentelor, acest lucru trebuie examinat de la caz la caz).

SASE PRINCIPII DE BAZĂ PENTRU TESTAREA PRODUSELOR

Comisia Europeană, în metodologia sa armonizată, a definit 6 principii care ar trebui respectate atunci când se efectuează teste. Scopul acestor principii este de a se asigura că interesele tuturor părților interesate din lanțul alimentară sunt luate în considerare în mod adecvat.

1) Transparența

Întreaga procedură de testare trebuie să fie transparentă. Acest lucru asigură că toate părțile funcționează într-un mod transparent, dar reduc și potențialul unor litigii, deoarece orice diferențe pot fi ușor soluționate printr-o comunicare eficientă.

2) Componentele unei proceduri de evaluare

Fiecare procedură de evaluare implică patru părți cruciale, care trebuie identificate în mod clar, înainte de a începe o campanie de testare. În primul rând trebuie determinată selecția produselor. Aceasta implică stabilirea celui care va decide lista produselor care urmează să fie testate și pe baza criteriilor în care produsele respective vor fi incluse pe listă. O campanie se poate concentra fie pe testarea unei anumite categorii de produse, cum ar fi conservele, fie poate încerca să obțină o imagine de ansamblu a situației, în general. Din acest motiv, trebuie definit și tipul de produse pe care le va testa campania.

În această etapă, trebuie determinat și numărul de produse pe care campania își propune să le testeze. Cu cât numărul de produse testate este mai mare, cu atât rezultatele pot fi mai reprezentative. De asemenea, trebuie să se acorde atenția cuvenită eventualelor restricții cu privire la modul de manipulare a probelor de produs (de exemplu pentru a evita ruperea lanțului frigorific) și la fezabilitatea practică a testelor senzoriale și de laborator. Pentru a asigura transparență și incluziune, ar putea fi utilă contactarea proprietarilor de mărci cu privire la disponibilitatea și echivalența pe diferite piețe.

3) Comparabilitate

La efectuarea testelor este crucial să vă asigurați că atât produsele, cât și rezultatele obținute sunt comparabile pe tot parcursul procedurii (atât în timpul fazelor de selecție, eșantionare, cât și de testare). Într-adevăr, fiecare etapă a procedurii de testare trebuie să respecte aceleași condiții pentru toate produsele testate, pentru a se asigura că niciun factor extern nu interferează cu comparabilitatea rezultatelor.

În plus, selecția produsului trebuie să fie făcută foarte atent. Selecția poate include doar produse care reprezintă într-adevăr același produs. Comparând produse care nu sunt identice (adică arome diferite ale unui produs) nu s-ar obține rezultate corecte ce ar putea chiar să aducă, în mod greșit, acuzații de practici de dublu standard și să afecteze astfel reputația unei companii.

Un alt punct important de luat în considerare este traducerea corectă a etichetelor alimentelor și a listelor de ingrediente. Orice neconcordanță ar putea face ca datele să fie eronate, iar comparabilitatea nu mai poate fi asigurată. Un proces transparent și proiectat corespunzător ajută la evitarea comiterii acestor tipuri de greșeli.

4) Proceduri adecvate de selecție, eșantionare și testare

Fiecare procedură și etapă ar trebui să respecte anumite criterii predefinite. Acestea includ asigurarea faptului că procesul este științific, practic și rentabil. Deoarece nu toate produsele pot fi testate și studiate în același mod, fiecare procedură trebuie să fie potrivită pentru produsul în cauză și trebuie aplicată în mod consecvent. În cele din urmă, în cazurile în care sunt necesare teste de laborator, laboratorul și metodele ar trebui să fie acreditate. În cazul în care acreditarea nu este posibilă dintr-un motiv valid și verificabil, metodele utilizate ar trebui cel puțin studiate și validate.

5) Inclusivitate

Pe parcursul întregului proces, toate părțile relevante ar trebui să fie invitate să participe și să își aducă contribuția (aceasta include industria alimentară, autoritățile competente, reprezentanții consumatorilor și, uneori, și consumatorii direct). Aceste părți ar trebui tratate într-un mod echitabil și egal și ar trebui să fie în consens.

6) Corectitudine

Pentru a asigura corectitudinea față de toți actorii, procesul de selecție a produselor ar trebui să țină seama în mod corespunzător de cotele de piață pe care mărcile le ocupă în fiecare stat membru (industriile alimentare implicate în mai multe categorii nu ar trebui să fie puse în dezavantaj). În plus, orice cerințe relevante de confidențialitate impuse de lege trebuie respectate pe parcursul întregului proces.

EXCEPȚII

Diferențele dintre produsele similare vândute în diferite țări ale UE nu înseamnă automat că un produs prezintă un caz de dublu standard. Conform principiilor pieței unice, producătorilor li se permite să diferențieze produsele pe care le vând pe diferite piețe locale. Cu toate acestea, conform legislației UE nu este permisă inducerea în eroare a consumatorilor.

- **Legislația națională:** În unele cazuri, legislația națională poate varia în ceea ce privește cantitatea minimă necesară pe care trebuie să o conțină produsele dintr-un anumit ingredient. Acesta este cazul produselor care conțin suc de portocale, de exemplu, unde pragul necesar variază în diferite țări ale UE. Legislația privind sectorul berii prezintă, de asemenea, diferențe semnificative în diferite state membre. Acestea sunt doar câteva exemple de puncte care trebuie luate în considerare atunci când planificați o campanie de testare. Într-adevăr, diferențele de produse care decurg din cerințele legislative locale nu pot fi considerate practici de dublu standard.
- **Disponibilitatea sau sezonabilitatea materiilor prime:** Producătorii de alimente încearcă adesea să utilizeze ingrediente de proveniență locală ori de câte ori este posibil. Cu toate acestea, în unele cazuri, acest lucru are repercursiuni asupra similitudinii produsului vândut în diferite state membre, deoarece condițiile climatice diferite pot cauza lipsuri în anumite materii prime. Unii proprietari de mărci ar putea, de asemenea, să adapteze ușor conținutul unui produs în funcție de sezonabilitatea materiilor prime.
- **Strategii voluntare de îmbunătățire a accesului la alimente sănătoase și hrănitoare:** Proprietarii de mărci au voie să diferențieze produsele pentru diferite piețe, dacă acest lucru se face astfel încât să îmbunătățească accesul la alimente sănătoase și hrănitoare. Deseori campaniile pentru o nutriție mai bună sunt susținute de autoritățile naționale, dar nu sunt clar reglementate legal, aceste aspecte fiind la latitudinea companiilor.
- **Preferințe naționale:** În cazul în care producătorul de alimente poate demonstra, prin cercetări de piață verificabile, că anumite segmente de piață au preferințe locale puternice pentru anumite ingrediente, producătorii de produse pot folosi acest lucru și pentru a crea produse diferite care să corespundă preferințelor consumatorilor locali. Cu toate acestea, criteriile nu sunt clar definite.

TESTAREA PRODUSELOR ALIMENTARE PENTRU DUBLU STANDARD: ASPECTELE PRACTICE

Acum, după ce s-au conturat principiile de bază ale efectuării testelor, vom intra în practicile testării calității duale a produselor alimentare.

SELECTAREA ȘI EȘANTIONAREA PRODUSELOR

Atât selecția, cât și eșantionarea produselor trebuie să respecte criteriile definite de Centrul Comun de Cercetare (JRC) în metodologia armonizată. O campanie de testare poate include numai produse comercializate sub aceeași marcă și același ambalaj în mai multe state membre. Diferențele în dimensiunea ambalajului sau în limba utilizată pe etichete nu oferă criterii de excludere dintr-o campanie de testare. Dacă apar îndoieli, este util să contactați proprietarii mărcii respective pentru a obține confirmarea similarității a două produse.

Selecția produselor se face prin alcătuirea unui coș de cumpărături bazat pe produse de marcă și cu etichetă privată. În plus, orice reclamații anterioare formulate de consumatori sau de organizații de consumatori sau posibilele rezultate din campaniile de testare anterioare, pot servi drept bază în întocmirea listei de produse care necesită investigații suplimentare, fie din cauza diferențelor observate, fie din cauză că explicațiile furnizate de mărci nu au fost satisfăcătoare. Ulterior, această listă va fi completată de alte produse din aceleași categorii care nu au fost încă testate, luând în considerare cotele de piață de pe diferite piețe.

Oricare produs selectat trebuie să fie disponibil în cel puțin trei state membre și toate campaniile de testare trebuie să vizeze o reprezentare geografică echilibrată, pe cât posibil. Prin principiul includerii, proprietarii de mărci ai produselor incluse pe listele de testare ar trebui consultați și li se va oferi posibilitatea de a clarifica orice informații relevante cu privire la valorile nutriționale și proprietățile senzoriale ale produselor.

Înainte ca produsele să fie eșantionate, organizatorii trebuie să elaboreze un protocol de eșantionare, astfel încât să asigure manipularea corectă a probelor de produse în toate etapele și să asigure trasabilitatea corespunzătoare. Toate probele de produse vor fi colectate de la comercianții cu amănuntul, fiind necesară o cantitate suficientă de probe pentru toate activitățile de testare prevăzute (analize senzoriale, teste de laborator). Trebuie reținut faptul că manipularea necorespunzătoare a probelor în etapele anterioare de către comercianții cu amănuntul ar putea afecta calitatea produsului. Prin urmare, dacă produsele care nu prezintă diferențe de ingrediente au rezultate semnificativ diferite în timpul analizei senzoriale, eșantioane suplimentare ale acelorași produse ar trebui colectate la un distribuitor diferit. În cazul în care rezultatele rămân diferite, proprietarul mărcii poate furniza mostre dintr-o etapă anterioară a lanțului de aprovizionare.

Mai mult, durabilitatea (înainte de / până la) a probelor ar trebui să fie într-o marjă rezonabilă de 20% pentru a garanta comparabilitatea rezultatelor testării. Testarea efectivă ar trebui, de asemenea, efectuată în același moment al termenului de valabilitate al produsului.

În cele din urmă, câteva puncte suplimentare trebuie luate în considerare. În primul rând, efectuarea testelor pe mai multe loturi de produse este o modalitate recomandată de a obține rezultate complete. Cu toate acestea, orice organizator al unei campanii de testare ar trebui să țină cont de faptul că replicarea eforturilor reprezintă o creștere semnificativă atât a timpului, cât și a resurselor necesare pentru campania respectivă. Produsele foarte perisabile necesită precauții speciale pentru toate etapele de manipulare a probelor de produs. Acest lucru trebuie luat în considerare la planificarea selecției produsului și la elaborarea protocolului de eșantionare. Deși ar fi interesant să se obțină o imagine completă a situației practicilor de dublu standard legate de calitatea alimentelor în UE, toate campaniile de testare trebuie să respecte protocoalele stricte și să asigure fezabilitatea de la început.

STUDIEREA AMBALAJULUI ALIMENTELOR

Primul pas în orice procedură de testare este verificarea în ce măsură ambalajele produselor comparate sunt identice. Pentru un potențial caz de dublu standard alimentară (și din punct de vedere juridic o potențială încălcare a UCPD), produsele alimentare trebuie să aibă ambalaje și strategii de marketing identice. Pentru rezultate obiective și verificabile, pot fi angajate grupuri de experți pentru a determina în ce măsură ambalajul diferitelor produse este identic.

Dacă ambalajul produselor alese este într-adevăr identic sau aproape identic, următorul pas care ar trebui făcut este compararea valorilor nutriționale și a listelor de ingrediente, așa cum sunt scrise pe etichetă. Pentru ca un produs să prezinte o problemă de dublu standard, diferențele dintre ingrediente și valorile nutriționale trebuie să fie semnificative și ar trebui să modifice calitatea produsului în cauză.

ANALIZA SENZORIALĂ

Analiza senzorială este utilizată pentru a verifica dacă există o diferență de produse, ce fel de diferență este și cât de mare este diferența. Pentru analiza senzorială, există mai multe metode standardizate adecvate în scopul testării standardului dublu. Acestea includ profilarea senzorială, testul triunghiului, testul duo-trio, clasarea sau testul de comparație asociat. Fiecare dintre aceste metode de testare sunt standardizate de ISO și ar trebui să fie efectuate de specialiști instruiți. Costurile și eficiența diferitelor metode ar trebui luate în considerare la planificarea unei campanii extinse de testare și la alegerea metodei care va fi utilizată pentru analiza senzorială.

Pentru a obține o viziune exactă asupra comparației multilaterale a unui produs, analiza trebuie efectuată de un singur grup. Cu toate acestea, pentru testarea diferitelor categorii de produse, pot fi utilizate grupuri diferite. Pentru comparații multilaterale, profilarea senzorială este o tehnică foarte adecvată. Acesta va furniza informații cu privire la ce produse prezintă diferențe și, în cele mai bune cazuri, va identifica chiar amploarea diferențelor prin evaluarea produselor.

TESTAREA ÎN LABORATOR

Dacă două probe prezintă diferențe semnificative după efectuarea testării senzoriale și s-a stabilit că produsele sunt marcate identic sau aproape identic, se recomandă teste de laborator pentru a studia dacă produsele sunt de calitate diferită. Testele de laborator trebuie efectuate de laboratoare acreditate conform ISO 17025. În mod ideal, toate metodele utilizate ar trebui, de asemenea, să fie acreditate. Dacă acest lucru nu este posibil, metodele trebuie să fie cel puțin verificabile științific. Trebuie prevăzut un buget suficient pentru testarea de laborator pentru orice campanie de testare, deoarece testarea de laborator tinde să fie costisitoare. Mai mult, atunci când se proiectează o campanie de testare, trebuie luate în considerare toate metodele relevante.

Pentru efectuarea testelor de laborator, metodologia exactă va fi definită pe baza rezultatelor obținute anterior atât prin compararea etichetelor, cât și în timpul testării senzoriale. Într-adevăr, nu există un singur test care să fie valabil pentru toate problemele legate de calitatea alimentelor. Metodologiile de testare alese vor depinde de neconcordanțele constatate și de ingredientele sau caracteristicile care trebuie testate în mod special. Există mai multe metode posibile pentru testarea în laborator.

- În primul rând, toate laboratoarele acreditate pot efectua teste de analiză nutrițională, care verifică nutrienții conținuți într-un produs. Acestea pot fi deosebit de utile atunci când valorile nutriționale declarate pentru două sau mai multe produse prezintă diferențe semnificative, deși listele de ingrediente sunt identice. Aceste teste vor dovedi dacă produsele sunt semnificativ diferite și dacă respectă reglementările UE în materie.
- În al doilea rând, **coloranții și aditivii** sunt, de asemenea, destul de ușor de testat. Cu toate acestea, pentru aceste teste, trebuie să știți ce substanțe căutați, ceea ce înseamnă că este necesar să existe suspiciunea unui anumit colorant sau aditiv pentru ca această metodă să fie relevantă în timpul unei campanii. În al treilea rând, profilurile aromatizante ar putea fi utilizate și în cazul în care există suspiciunea că produsul conține atât un ingredient real, cât și o imitație artificială a aceluiași ingredient (care nu a fost declarat).

Acesta ar putea fi, de exemplu, cazul produselor care utilizează vanilie, cum ar fi înghețată, în care atât esența de vanilie, cât și aroma de vanilie pot fi adesea utilizate împreună. Trebuie reamintit faptul că, în cazul în care astfel de substanțe sunt nedeclarate în mod intenționat pentru un avantaj economic sau financiar, cazurile ar putea fi clasificate, ca fiind fraude alimentare și contestate de autoritățile naționale competente și de sistemele judiciare.

Metode mai complicate, cum ar fi **cromatografia gazoasă**, pot fi de interes în anumite cazuri. Această metodă analitică reprezintă o radiografie a probelor care pot fi vaporizate fără descompunere termică și, prin urmare, oferă o imagine completă a compoziției chimice a acestora. Cu toate acestea, cromatografia gazoasă este o metoda costisitoare și interpretarea rezultatelor necesită expertiză în domeniu.

În cele din urmă, **analiza izotopilor** ar putea fi considerată o altă metodă, deoarece oferă informații cu privire la originea unui produs alimentar și a ingredientelor sale. Amprentarea izotopică a alimentelor va permite autentificarea produselor agroalimentare. Odată cu colectarea datelor și după ce se ajunge la concluzia că un anumit produs prezintă diferențe semnificative, dar este comercializat în ambalaje identice, proprietarului mărcii ar trebui să i se ofere posibilitatea de a clarifica problema, în conformitate cu principiul transparenței și incluziunii.

În cazul în care această consultare nu oferă rezultate satisfăcătoare, organizatorul campaniei de testare ar trebui să anunțe autoritățile competente, care pot decide de la caz la caz să examineze posibile practici comerciale neloiale și, dacă este necesar, să ia măsuri împotriva comerciantului care încalcă regulile Uniunii Europene.

STUDII DE CAZ

Această secțiune se va concentra pe patru studii de caz interesante din raportul Centrului Comun de Cercetare (Joint Research Centre) pentru a ajuta la determinarea cazurilor de dublu standard în produsele alimentare. Studiile de caz se bazează pe anexele raportului JRC 2019 și pe testele efectuate de partenerul de proiect InfoCons din România. Acest document rezumă analiza datelor colectate, și anume valorile nutriționale, declarația cantitativă a ingredientelor, lista ingredientelor și etichetarea. Va fi important să înțelegem în ce condiții un produs alimentar poate fi un caz de dublu standard, ce spune proprietarul mărcii și de ce acest caz poate fi de interes pentru testări viitoare.

COMPANIA COCA-COLA -COCA COLA REGULAR

- **De ce ar putea fi un caz de dublu standard?** JRC a testat produsul „Coca-Cola Original Taste” al companiei Coca-Cola în 18 țări diferite și a constatat că, în Europa, există două rețete diferite.
 - **Valori nutritive:** există o rețetă cu 10,6 kJ / 100g zahăr (mai ales în țările occidentale precum Danemarca, Franța, Germania etc.) și una cu 11,2 kJ / 100g zahăr (mai ales în țările din est precum Bulgaria, Ungaria sau Slovacia).
 - **Valori QUID:** primele ingrediente sunt fie apa sau apa carbogazoasă, dar nu are un impact real asupra valorilor nutritive. Al doilea, tipul de zahăr: este fie zahăr, fie sirop de fructoză-glucoză, care este un alt tip de zahăr rafinat. Unele versiuni ale produsului conțin coloranți, acizi fosforici și arome, dar acest lucru nu modifică valorile nutriționale.
 - **Lista ingredientelor:** principala diferență constă în tipul de zahăr deoarece rețetele cu sirop de fructoză-glucoză conțin mai mult zahăr în valorile lor nutriționale decât rețetele cu zahăr obișnuit.
- **Etichetarea:** FOP este armonizat cu eticheta roșie, cu excepția Maltei și a Spaniei care au etichetă neagră. Acest lucru poate fi explicat deoarece Compania Coca-Cola vinde mai multe produse Coca-Cola Zero decât produsele obișnuite Coca-Cola și, prin urmare, adoptă eticheta neagră ca strategie de marketing în aceste țări (vezi imaginea de mai jos).



- **Mențiunile companiei producătoare**

Compania Coca-Cola a justificat diferența spunând că „îndulcitorul local pe care îl folosim a fost selectat în primul rând din punct de vedere istoric din considerente locale precum disponibilitatea regională a ingredientelor. Aprovizionarea ingredientelor noastre la nivel local ne asigură că putem susține atât lanțurile de aprovizionare și economiile locale, cât și menținerea accesibilității și gustului băuturilor noastre și că *„includem în mod transparent informații despre toate ingredientele noastre și conținutul lor nutrițional pe eticheta noastră. Pentru a asigura același gust, îndulcitorii derivați din porumb sunt utilizați în cantități ușor mai mari decât zahărul, ceea ce explică diferențele nesemnificative din punct de vedere nutrițional identificate prin evaluarea JRC”*.

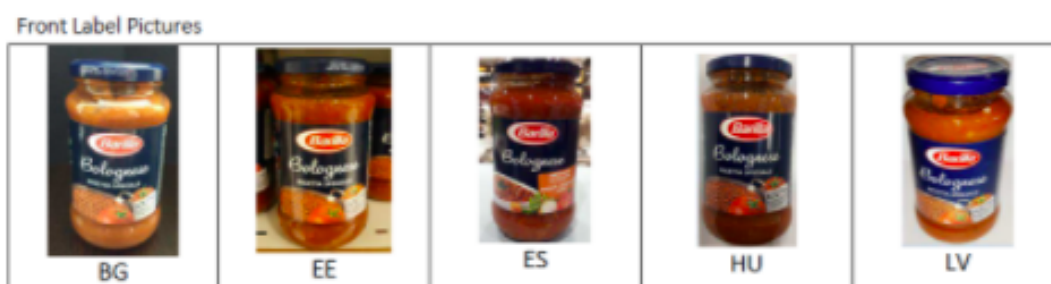
- **De ce este cazul acesta interesant?**

Acest caz este interesant, deoarece există o diferență geografică relativ clară între cele două versiuni de Coca-Cola, în timp ce ambalajul este același. În acest caz, acest lucru poate fi explicat prin faptul că unele țări favorizează anumite piețe pentru interesele lor economice, dar acest lucru ar necesita o justificare suplimentară. Justificarea companiei Coca-Cola rămâne slabă, deoarece pretinde că folosește fructoză-glucoză într-un procent diferit cu zahăr, dar în ingrediente, fructoza-glucoză este menționată doar pentru versiunile cu energie mai mare ale produsului.

Sunt necesare cercetări suplimentare cu privire la anumite aspecte. Dacă siropul de fructoză-glucoză este mai ieftin, ar fi interesant să avem un alt indicator pentru a evalua dacă este sau nu o practică rău intenționată, deoarece, deși este permis de legislația europeană, este considerat mai puțin sănătos decât zahărul obișnuit. Cu toate acestea, datele colectate în testele JRC nu sunt suficiente pentru a pune sub semnul întrebării dublul standard, deoarece valorile nutriționale nu sunt foarte diferite, dar cu un studiu mai aprofundat al prețului, al distribuției geografice a rețetei și al potențialului efect negativ al fructozei-glucozei în ansamblu, s-ar putea construi un caz.

BARILLA - SOS BOLOGNESE

- **De ce ar putea fi un caz de dublu standard?** Produsul « sos Bolognese» de la Barilla a fost testat de JRC în 5 țări: Ungaria, Spania, Estonia, Bulgaria și Letonia. În acest caz, există două rețete complet diferite, cu valori energetice diferite.
 - **Valori nutriționale:** în Ungaria, Spania și Estonia, rețeta conține mai mulți carbohidrați și zahăr și mai puține proteine decât cea din Letonia și Bulgaria.
 - **Lista ingredientelor:** JRC a observat că există mai mult sau mai puțin aceleași ingrediente, chiar dacă unele produse conțin pastă de roșii, în timp ce altele au roșii zdrobite cu piure de roșii concentrat. Dar această diferență nu modifică valoarea nutrițională, deoarece pasta de roșii sau roșiile zdrobite cu piure de roșii concentrat sunt utilizate împreună în majoritatea cazurilor.
 - **Valori QUID:** Cantitatea de carne este totuși mai mare în Bulgaria și Letonia, ceea ce explică de ce există mai multe proteine în această rețetă.
- **Ambalajul:** etichetarea FOP este foarte similară (vezi imaginea de mai jos)



- **Mențiunile companiei producătoare**

Barilla a răspuns JRC că „diferitele informații din Letonia și Bulgaria se datorează unei erori clericale în aplicarea autocolantelor în limba locală, care a fost rapid corectată. »

- **De ce este interesant acest caz?**

Pentru acest produs, există îndoieli deoarece există o particularitate geografică clară, dar este greu de stabilit dacă compania dorește să discrimineze unele țări de altele. Deoarece există două rețete diferite, ar putea fi un caz de dublu standard, fără o țară specifică vizată. Ar fi necesare mai multe investigații și analize pentru a ști dacă unele țări sunt penalizate și pentru a ști dacă este într-adevăr o greșeală din partea companiei.

ACTIVIA - IAURT CU AROMĂ DE CĂPȘUNI

- **De ce ar putea fi un caz de dublu standard?** Activia este un produs lactat testat în 14 țări. Rezultatele JRC arată că rețeta este foarte diferită de la o țară la alta și că există cinci rețete total diferite.
 - **Valori nutriționale:** valorile nutriționale sunt într-adevăr foarte diferite în ceea ce privește valorile energetice, grăsimile, zahărul, carbohidrații, sarea etc
 - **QUID:** De asemenea, valorile QUID nu sunt omogene, deși lipsesc datele deoarece nu toate declarațiile cantitative sunt disponibile pentru fiecare țară.
 - **Lista ingredientelor:** Diferența este legată în principal de calciu și poate fi explicată prin alegerea ingredientelor lactate, indiferent dacă este vorba de lapte, smântână sau lapte degresat. Dimpotrivă, cantitatea de căpșuni este constantă în afara Germaniei. Cantitatea de zahăr variază, de asemenea, de la o țară la alta: în Franța și Olanda, există mai mult zahăr, dar oferă mai multe calorii în rețeta olandeză decât în rețeta franceză. În cele din urmă, rețeta greacă este mult mai grasă decât celelalte.
- **Ambalajul:** etichetarea FOP este foarte similară (a se vedea imaginea de mai jos).

					
BG	CZ	DE	DK	FR	GR
					
HU	IT	LT	LV	NL	PL
					
SI	SK				

Mențiunile companiei producătoare

ACTIVIA a răspuns că iaurturile cu aromă de căpșuni «sunt fabricate în opt fabrici de producție situate în diferite țări din Europa, ușoare variații inevitabile ale valorilor nutriționale rezultă în principal din caracteristicile laptelui crud - care, prin natura lui, poate varia în funcție de sezonabilitate și de o țară la alta în ceea ce privește conținutul de grăsimi și proteine și de la diferențe nesemnificative în liniile de producție. În plus "diferențele marginale în etichetarea ingredientelor pot rezulta din cerințe naționale speciale (de exemplu, nu există o denumire armonizată de iaurt în Europa) și din practicile pieței locale".

De ce este interesant acest caz?

Acest caz este interesant deoarece, conform rezultatelor JRC, există multe tipuri de rețete în Europa. Este greu de spus care rețetă este cea mai puțin sănătoasă și nu este ușor de văzut chiar un model clar. Cea mai puțin sănătoasă versiune este cea greacă, deoarece conține mai multe grăsimi decât celelalte. Rețeta greacă este cel mai probabil făcută să semene cât mai mult cu iaurtul grecesc, care tinde să fie mai bogat decât iaurtul obișnuit. Proprietarul mărcii insistă într-adevăr asupra practicilor locale și a cerințelor naționale. Dar este greu de spus dacă este un caz de dublu standard, deoarece unele țări au aceeași rețetă, cum ar fi Ungaria și Italia sau în Republica Cehă și Slovacia. Ar fi necesare cercetări suplimentare și mai multe date pentru a construi un caz de dublu standard.

BEN & JERRY'S - ÎNGHEȚATĂ DE CIOCOLATĂ

- **De ce ar putea fi un caz de dublu standard?** Produsul a fost testat de JRC în 13 țări din UE.
 - **Valori nutriționale:** rezultatele sunt destul de omogene. JRC a observat că există o rețetă diferită pentru produsul din Croația, care este puțin diferită de alte produse.
 - **Valori QUID:** Valorile QUID sunt aceleași, deși există câteva zecimale de diferență în valorile nutriționale ale produsului în Croația (conține mai multe calorii și sare) și lista ingredientelor este, de asemenea, standardizată.
 - **Lista ingredientelor:** Produsul croat conține mai multă făină și sare de orz decât agenții de dospire și stabilizatori, dar aceste ingrediente sunt încă mai puțin de 2% din cantitatea produsului.
- **Eticheta:** etichetarea FOP a produsului pe partea din față a ambalajului este absolut identică în toate țările. (vezi imaginea de mai jos)



MENȚIUNILE COMPANIEI PRODUCĂTOARE

Compania explică diferența în Croația spunând că: „Există un set de opere de artă pentru UE care au o compoziție de 13% brownie cu ciocolată și folosim aceste cifre pe autocolante pentru produsele vândute în Croația. Un număr de comercianți cu amănuntul din Croația importă acest produs de pe alte piețe ale UE independent de Unilever și își fac propriile autocolante, ceea ce ar putea explica discrepanța în testare. În plus față de cupa de 500 ml, producem și o dimensiune complet diferită a ambalajului, o cupă de 100 ml Ben and Jerry's Chocolate Fudge Brownie Brownie, care are o proporție mai mare de bucăți de brownie, ceea ce înseamnă că declarația generală a ingredientelor este mai mare. ”

DE CE ESTE INTERESANT ACEST CAZ?

La prima vedere, acest lucru ar putea fi considerat un caz de dublu standard, deoarece există o rețetă diferită în Croația, dar în realitate este foarte standardizată. Acest caz este interesant, deoarece dacă diferența constă din ingrediente care reprezintă mai puțin de 2% din produs, nu este relevant să se spună că este un caz de dublu standard. În plus, produsele importate din țări terțe sunt, în general, standardizate deoarece, în majoritatea cazurilor, aceste produse sunt comercializate în Europa exploatând principiul recunoașterii reciproce, care facilitează accesul pe piață între țările UE. Rețeta este unică și dacă este legală într-o țară, operatorul din afara zonei alimentare din UE ar putea să comercializeze către celelalte 26 țări membre fără restricții suplimentare. În acest caz, în timp ce diferențele nu privesc standardele naționale, ele nu arată cu adevărat semnificativ. Este important de menționat că aceste companiile europene se străduiesc să se adapteze la preferințele și gusturile locale, chiar dacă nu sunt obligate să o facă.

ALTE CAZURI STUDIATE DE INFOCONS ÎN 2017

FANTA ORANGE - BĂUTURI RĂCORITOARE CARBOGAZOASE CU AROMĂ DE FRUCTE

- **De ce ar putea fi un caz de dublu standard ?** Etichetele produselor vândute în trei țări europene au fost comparate:
- Diferențele au fost observate în ceea ce privește conținutul de suc de fructe:
 - România: minim 5% suc de portocale concentrat.
 - Regatul Unit: 3,7% suc de portocale și 1,7% suc de citrice, concentrat (5,4%)
 - Spania: 8% suc de portocale concentrat.

Tara	Produs	Brand	Categorie	Model	Ingrediente	Cod E-uri	Nr E-uri	Val. Energetica	Proteine (g/100g)	Grasimi (g/100g)	saturati (g/100g)	Glucide (g/100g)	(din glucide) (g/100g)	Sare (g/100g)	Gramaj (g)	recipient (l)	Observatii
Romania	Fanta de Portocale 2l	Coca Cola	Bautura racoritoare	Bautura racoritoare carbogazoasa cu suc de portocale	Apa, zahar, sirop de fructoza-glucioza, suc de portocale din concentrat (min. 5%), dioxid de carbon, acidifiant acid citric, arome naturale de portocale cu arome naturale, antioxidant acid ascorbic, colorant caroten, stabilizator guma de guar.	E330, E290, E300, E160a, E412	5	183kJ / 43kcal	0	0	0	10.5	10.5	0		2	A se consuma de preferinta înainte de a veni pe ambalaj (primul rand). A se bea la loc racoros, ferit de soare.
Anglia	Fanta de Portocale 2l	Coca Cola	Bautura racoritoare	Bautura racoritoare carbogazoasa cu suc de portocale	Apa carbogazoasa, zahar, suc concentrat de portocale 3,7%, fructe de citrice concentrat 1,7%, acid citric, concentrat de fructe de citrice, acidifiant, arome naturale de portocale si alte arome naturale, conservanti, sursă de zahăr, acid malic, regulatori de aciditate, colorant caroten, stabilizator guma de guar, sursă de fenilalanina.	E330, E202, E296, E331, E950, E951, E300, E412	8	123kJ / 29kcal	0	0	0	6.9	6.9	0		2	A se bea la loc racoros si ferit de soare.
Spania	Fanta de Portocale 2l	Coca Cola	Bautura racoritoare	Bautura racoritoare carbogazoasa cu suc de portocale	Apa carbogazoasa, suc concentrat de portocale 8%, zahar, sirop de fructoza si fructoza, acidifianti, acid citric, acid malic, stabilizatori, E445, E445 si E414, conservanti E202, indusitori E950 si aspartam, acid ascorbic, antioxidant, aroma naturala de portocale si alte arome naturale, colorant E160a. Contine o sursa de fenilalanina.	E330, E296, E445, E445, E414, E202, E950, E951, E300, E160a	10	145kJ / 34kcal	0	0	0	6.5	6.5	0		2	A se pastra de lumina solara si de mirosuri puternice. A se bea la loc racoros, uscat curat.

- **De ce este interesant acest caz?**

Acest caz este interesant din cauza diferenței în numărul de aditivi alimentari, zahăr și conținutul de calorii.

- **Aditivi alimentari:**

O altă diferență remarcată este numărul de aditivi alimentari din diferitele produse: cele românești cu cinci aditivi, în Marea Britanie 8 aditivi și, respectiv, în Spania 10 aditivi. Specialiștii de la Clinica de nutriție KiloStop ne avertizează despre aditivii găsiți în aceste produse:

„Cu cât numărul de aditivi alimentari este mai mare, cu atât ficatul nostru trebuie să facă mai mult pentru a-i elimina. Observăm că în Anglia și Spania găsim specificația: „conține o sursă de fenilalanină”. Fenilalanina este un aminoacid care se găsește în compoziția îndulcitorului aspartam. Există o afecțiune genetică numită fenilcetonurie, care este incapacitatea organismului de a metaboliza fenilalanina. Fenilcetonuria este o afecțiune gravă care poate duce la întârziere mintală dacă nu este tratată precoce. Prin urmare, produsele care conțin această substanță trebuie să aibă un avertisment pe ambalaj.’

- **Conținut de carbohidrați (zahăr) și calorii:**

"După cum puteți vedea pe etichetă, are 0 substanțe nutritive, adică 0 proteine, 0 grăsimi bune, 0 carbohidrați buni. Singura sursă de carbohidrați provine din zaharurile simple. Aceste zaharuri au fost odată carbohidrați complecși, benefici organismului, mâna umană a scos din ele fibrele dietetice, vitaminele și mineralele și astfel a rămas doar zaharuri simple, rele. Corpul nostru absoarbe rapid aceste zaharuri, care se depun foarte ușor sub formă de grăsime, provoacă creșteri și scăderi brusce de glicemie, astfel influențând negativ apetitul.

Cu alte cuvinte, acest lucru poate crește senzația de foame. Zahărul nu este altceva decât un hoț. Nu numai că aduce în organism doar calorii goale, dar pentru a fi metabolizat se consumă din rezervele de vitamine și minerale ale corpului. Deci, pe lângă faptul că Fanta nu ne aduce niciun beneficiu nutrițional, ea consumă și numărul de vitamine și minerale pe care le avem în corpul nostru, au completat specialiștii de la Clinica de nutriție KiloStop <https://www.kilostop.ro/> ”

CIOCOLATA MILKA CU LAPTE ALPIN

De ce ar putea fi un caz de dublu standard? ? Etichetele produselor vândute în două țări europene au fost comparate și s-au observat diferențe în ceea ce privește numărul de aditivi alimentari. În România s-a adăugat aditivul Poliglicerol (E476).

Conținutul de grăsime este mai mic pentru produsul găsit pe piața românească, respectiv 29g / 100g, comparativ cu 29,5g / 100g găsit în produsul din Spania. Produsul din România conține o cantitate mai mare de grăsimi saturate, adică 18g / 100g, comparativ cu 17,5g / 100g pentru produsul din Spania. Se observă un conținut redus de grăsimi bune ale produsului comercializat în România, respectiv 11g / 100g, comparativ cu produsul echivalent din Spania (12g / 100g).

Se pot observa diferențe și în ceea ce privește conținutul de glucoză (există o cantitate mai mare la produsele comercializate în România), și în ceea ce privește proteinele (cantitatea este mai mică la produsul comercializat în România) și sarea (cantitate mai mică pentru produsul comercializat în România).

Tara	Produs	Brand	Categorie	Model	Ingrediente	Cod E-uri	Nr E-uri	Val. Energetica	Proteina (g/100g)	Grasimi (g/100g)	Acizi grasi saturati (g/100g)	Acizi grasi nesaturati (g/100g)	Zaharuri (din glucide) (g/100g)	Sare (g/100g)	Gramaj (g)	Volum recipient (l)	Observatii
România	Ciocolată Milka cu lapte alpin 100g	Milka	Ciocolata cu lapte	Ciocolata cu lapte	Zahăr, unt de cacao, lapte praf degresat, masa de cacao, zer praf, grăsimi din lapte, pasta de alune, emulsifiant/lecitină de soia, (E476), aromă. Substanța uscată de cacao 30% minimum. Conține LAPTE, ALUNE, SOIA. Poate conține urme de GRÂU, varietati similare de NUCL.	E322, E476	2	2220kJ / 530kCal	6.3	29	18	59	58	0.37	100		A se păstra la loc uscat, ferit de căldură.
Spania	Ciocolată Milka cu lapte alpin 150g	Milka	Ciocolata cu lapte	Ciocolata cu lapte	Zahăr, unt de cacao, lapte praf, masă de cacao, zer praf, grăsimi din lapte, alune de padure măcinate, emulsifiant, lecitină de soia, aromă, cacao minim 30%. Acesta poate conține și alte fructe cu coajă lemnoasă și grâu.	E322	1	2220kJ / 530kCal	6.4	29.5	17.5	58.5	58	0.43	150		A se depozita într-un loc uscat. A se feri de căldură.

CONCLUZIE

Acest ghid a explicat ce presupun practicile de dublu standard și cum a fost abordată problema până acum la nivelul UE. Mai mult, ghidul a arătat cum putem să organizăm o campanie de testare a produselor alimentare.

Dublul standard al alimentelor este o practică ce constă în vânzarea produselor identice în diferite țări, dar aceste produse conțin diferențe de ingrediente și valori nutritive, și astfel, consumatorul poate fi indus în eroare cu gândul că produsul cumpărat este identic cu cel din alte state membre. Orice campanie de testare trebuie să fie planificată și organizată cu atenție și trebuie să se străduiască să fie atât incluzivă, cât și transparentă. Rezultatele campaniei trebuie analizate cu atenție și comunicate autorităților relevante dacă se constată discrepanțe majore.

Totuși, trebuie remarcat faptul că diferențele de calitate pot fi rezultatul practicilor legale, cum ar fi preferințele locale, practicile pieței locale și / sau cerințele naționale. Uneori poate fi, de asemenea, dificil să găsești un model pentru a înțelege dacă o companie a folosit practici discriminatorii față de anumite țări sau regiuni. Prin urmare, problema dublului standard al alimentelor trebuie încă examinată prin teste ample pentru a obține o imagine mai bună a situației.