

Metkowanie produktów: nowe przepisy



Wszyscy to znamy: ceny niewyraźnie nabazgrane pisakiem, umieszczone przy niewłaściwym produkcie, a nawet brak metki przy towarze. Mały druczek też nie ułatwiał - zwłaszcza starszym klientom - zapoznania się z jego wartością. A pomyłki rzadko były rozstrzygane na korzyść konsumenta, który zwabiony błędną ceną musiał jak niepyszny zostawić towar przy kasie...

Już od stycznia 2016 roku zmieni się sposób informowania klientów o wartości danego towaru lub usługi: modyfikacja obecnych przepisów wynika z konieczności dostosowania polskich norm do prawa unijnego, określonego w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE z 16 lutego 1998 roku w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen oferowanych im produktów.

Zgodnie z nowym projektem rozporządzenia w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług, sprzedawcy będą musieli przedstawić konsumentom: cenę aktualną w chwili oferowania produktu do sprzedaży, jego cenę jednostkową, a także informację o jednostce miary, do której odnosi się cena jednostkowa oraz nazwę handlową towaru.

Powyższe informacje powinny być przedstawione w ogólnodostępnym miejscu, które będzie dobrze widoczne dla kupujących. Cena więc może zostać umieszczona albo na towarach, albo bezpośrednio przy nich, albo też w możliwie bliskiej ich obecności.

Ponadto projekt wymaga, by sposób przedstawienia ceny był jednoznaczny: konsument nie może mieć wątpliwości, czy dana cena dotyczy groszku w puszcze, mrożonego czy tego w słoiku. Sama cena może być przedstawiona w postaci nadruku, napisu na towarze lub opakowaniu, na jego obwolucie, na wywieszce, a także w ogólnodostępnym cenniku lub w katalogu. Nowe przepisy z pewnością ucieszą przedsiębiorców: zdejmą z nich konieczność metkowania każdego produktu, co powinno wpłynąć na ich niższą cenę.

Nie może to jednak powodować pogorszenia sytuacji konsumenta.

Na przykład w stosunku do produktów przecenionych wprowadzony zostanie obowiązek informowania o powodzie obniżki. Trzeba więc będzie przedstawić przekreśloną poprzednią cenę obok tej aktualnej oraz wzmiankę o przyczynie, na przykład „towar z usterką” czy „sezonowa wyprzedaż”.

Ale i usługodawcy będą musieli spełnić nowe wymagania. Między innymi będą zobligowani do umieszczenia przy wejściu do lokalu - na zewnątrz lub wewnątrz - cennika, który pozwoli na łatwą identyfikację ceny z interesującą nas potrawą czy wyrobem. Ta praktyka, stosowana już na przykład przez niektóre restauracje, pozwala nie tylko zaoszczędzić czas, gdy szukamy możliwości zjedzenia obiadu w przerwie w pracy czy zwiedzaniu, ale i uniknąć krępującego rozczarowania zbyt wysokim rachunkiem. Dodatkowo właściciel takiego lokalu będzie musiał zapewnić odpowiednią ilość kart

menu. A obsługa będzie zobligowana do udostępniania ich gościom przed złożeniem zamówienia oraz przed opłaceniem rachunku. Podobne zasady będą obowiązywać w lokalach usługowych, na przykład w pralniach, u fryzjera czy kosmetyczki.

Warto przypomnieć, że w zeszłym roku weszły w życie unijne przepisy o etykietach produktu zawierających informacje o jego wartościach odżywczych, kaloriach i alergenach oraz kraju pochodzenia. Chcąc uprościć i ujednolicić przepisy dotyczące znakowania żywności w całej Unii, Komisja Europejska zaproponowała nowe zasady, które ściśle regulują wygląd etykiet oraz ich zawartość. Unijne rozporządzenie zostało uchwalone w październiku 2011 roku, by dać czas przedsiębiorcom na wprowadzenie tych zmian.

Etykiety mają być przede wszystkim bardziej czytelne i muszą zawierać więcej informacji. Przy tym muszą być rzetelne, jasne i łatwe do zrozumienia. Nie mogą wprowadzać w błąd kupującego co do cech, działania lub właściwości środka spożywczego. Wymóg ten ma zastosowanie również do reklamy oraz prezentacji środków spożywczych, sposobu ich wyeksponowania w sklepie oraz otoczenia, w jakim są pokazywane.

Zmiana etykiet ma ułatwić konsumentom szybkie odnalezienie potrzebnych informacji o produkcie żywnościowym podczas zakupów. Dlatego określono minimalną wysokość czcionki w napisach: litery muszą mieć co najmniej 1,2 milimetra. Ponadto informacje na temat żywności muszą być dobrze widoczne i nieusuwalne.

Jeżeli wyrób zawiera substancje mogące wywołać alergie lub reakcje nietolerancji pokarmowej, konieczne jest specjalnie oznakowanie na etykiecie. Obowiązkowe jest też umieszczanie informacji o kraju pochodzenia żywności. Wcześniej ten nakaz dotyczył wołowiny i pochodzących z niej produktów, a także ryb, oliwy z oliwek, miodu, owoców i warzyw. Obecnie nowe prawo rozciąga go również na wieprzowinę, jagnięcinę, kozinę oraz drób. Informację o kraju lub miejscu pochodzenia trzeba podać również w przypadku, gdy brak jego wskazania mógłby wprowadzać konsumenta w błąd. Często bowiem informacje towarzyszące środkowi spożywczemu lub sama etykieta sugerują, że dany produkt pochodzi z innego miejsca, na przykład „Pizza Toscana” może być wyprodukowana w Czechach a „Francuski deser Creme Bruhle” w Niemczech.

Anna Nowak

fot. T. Gutry