

ANPC: Comisia Europeana a publicat partea a doua a raportului privind dublul standard la produsele alimentare din UE

Comisia Europeana a publicat marti rezultatele celei de-a doua parti a unei comparatii de calitate la nivelul UE a produselor alimentare comercializate sub aceeasi marca, studiul fiind realizat de Centrul Comun de Cercetare, se mentioneaza într-un comunicat remis marti de Autoritatea Nationala pentru Protectia Consumatorilor (ANPC).

Scopul studiului prezentat marti a fost sa afle daca diferentele din compozitia produselor alimentare pot fi percepute de simturile umane, potrivit comunicatului ANPC.

Raportul a constatat ca diferentele în produsele alimentare nu au urmat un model geografic. Rezultatele demonstreaza ca diferentele senzoriale sunt clar vizibile acolo unde exista diferente mari în compozitia produsului. De exemplu, diferentele semnificative în continutul de zahar din cerealele pentru micul dejun pot fi percepute influentând dulceaata generala a produsului. În schimb, atunci când diferentele compozitionale erau mici, expertii nu le-au putut percepe, spre exemplu, variatii mai mici ale continutului de grasime din chipsurile de cartofi. În general, diferentele senzoriale au fost gasite la 10 din cele 20 de produse testate, se precizeaza în comunicatul ANPC.

În cadrul studiului s-au evaluat 1.380 de mostre din 128 de produse alimentare diferite, provenite din 19 state membre UE. Acest esantion nu este, însa, reprezentativ pentru marea diversitate de produse alimentare de pe piata UE, noteaza ANPC.

Studiul a constatat ca 23% din produse aveau partea din fata a ambalajului si compozitia identice, iar 27 % dintre produse indicau, prin aspectul diferit al partii din fata a ambalajului, faptul ca în diferite tari ale UE compozitia lor era diferita; 9% din produsele prezentate ca fiind aceleasi în întreaga UE aveau în realitate o compozitie diferita: partea din fata a ambalajului era identica, dar compozitia produselor era diferita; alte 22 % din produse erau prezentate în mod similar, dar aveau o compozitie diferita: partea din fata a ambalajului era similara, însa compozitia produselor era diferita.

Utilizarea aceluiasi ambalaj sau a unui ambalaj similar pentru produse cu compozitie diferita nu urmareste un model geografic consecvent. De asemenea, diferenta de compozitie a produselor testate nu constituie neaparat o diferenta în ceea ce priveste calitatea produsului. Pe baza noii metodologii elaborate, autoritatile nationale competente vor fi de acum înainte în masura sa efectueze analize de la caz la caz pentru a detecta practicile înșelatoare interzise în temeiul legislatiei UE privind protectia consumatorilor, se mentioneaza în comunicatul ANPC.

Comisarul european pentru educatie, cultura, tineret si sport, responsabil cu Centrul Comun de Cercetare al CE, Tibor Navracsics, s-a declarat îngrijorat de faptul ca aproape o treime din produsele testate aveau o compozitie diferita, desi erau comercializate sub marci similare.

"Unii europeni au senzatia ca produsele alimentare de marca pe care le cumpara sunt diferite, posibil inferioare, fata de cele disponibile în alte tari. Comisia si-a invitat oamenii de stiinta sa contribuie la evaluarea obiectiva a amplitudinii acestui fenomen pe piata unica. Rezultatele sunt mixte: pe de o parte, ma bucur ca nu s-a gasit nicio dovada a unui decalaj între est si vest în ceea ce priveste compozitia produselor alimentare de marca, dar, pe de alta parte, ma îngrijoreaza constatarea ca pâna la o treime din produsele testate aveau o compozitie clar diferita, desi erau comercializate sub marci identice sau similare", a comentat oficialul european, citat în comunicatul ANPC.

Testarea produselor din studiu s-a bazat pe o metodologie armonizata, elaborata de catre Centrul Comun de Cercetare în cooperare cu statele membre. Aceasta metodologie permite esantionarea, testarea si interpretarea datelor în termeni comparabili în întreaga UE. Toate statele membre ale UE au fost invitate sa colecteze informatii cu privire la compozitia produselor alimentare selectate oferite pe pietele lor. Nouasprezece state membre ale UE au transmis informatii cu privire la 113 produse de marca si 15 produse sub marci proprii ale distribuitorilor. Într-o prima etapa, aceasta analiza se bazeaza pe informatiile care apar pe etichetele produselor si pe aspectul partii din fata a produselor.

În conformitate cu legislatia UE, comercializarea unui produs ca fiind identic cu cel comercializat într-un alt stat membru, în pofida faptului ca acesta are o compozitie sau caracteristici semnificativ diferite, ar putea induce în eroare consumatorii în mod abuziv si ilegal daca acest lucru nu poate fi justificat prin ratiuni legitime si obiective, se precizeaza în comunicatul ANPC.