

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ - ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ



Πτυχιακή Εργασία

Η πολυπλοκότητα της επισημάνσης των τροφίμων και προστασία καταναλωτή.

Αξιολόγηση δράσεων ενημέρωσης καταναλωτών.

Επιμέλεια:

Αναστασιάδου Γεωργία

Τριμελής επιτροπή:

Επιβλέπων Μπόσκου Γεώργιος

Μέλη Παναγιωτάκος Β. Δημοσθένης

Μανιός Ιωάννης

ΑΘΗΝΑ 2007



Ο συγγραφέας και ο επιβλέπων της πτυχιακής διατριβής αυτής επιτρέπουν τη μελέτη και αντιγραφή του περιεχομένου της μόνο σε προσωπικό επίπεδο. Κάθε άλλη χρήση περιορίζεται από το δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας και την υποχρέωση να γίνεται αναφορά της πηγής όταν παραθέτονται αποσπάσματα της διατριβής αυτής.

Αυθεντικά αντίγραφα φέρουν την υπογραφή του συγγραφέα και του επιβλέποντος

*Ευχαριστώ θερμά τον κο Μπόσκον Γεώργιο
για την πολύτιμη βοήθειά του στην συγγραφή της
πτυχιακής μου μελέτης και την οικογένειά μου
για την στήριξη της.*

Περιεχόμενα

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ	2
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ABSTRACT	6
ΜΕΡΟΣ Α': Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	7
A1: Επικοινωνώντας με τους καταναλωτές μέσω συσκευασίας	8
A2: Βασικά στοιχεία της επισήμανσης των τροφίμων	13
A3: Νομοθεσία σχετικά με την επισήμανση	17
Οδηγία 2000/13/EK	17
Κανονισμός 1924/2006	26
Οδηγία 2003/89/EK	38
Κανονισμός 1925/2006	41
Οδηγία 89/107/ΕΟΚ	45
Οδηγία 97/4/ΕΚ	48
Οδηγία 98/6/EK	50
A4: Ειδικές περιπτώσεις επισήμανσης	51
Οδηγία 89/398/ΕΟΚ	51
Οδηγία 2001/15/EK	52
Οδηγία 67/548/ΕΟΚ	53
Κανονισμός 1830/2003	55
Κανονισμός 834/2007	58
A5: Μελέτες σχετικά με την κατανόηση των στοιχείων της επισήμανσης από τους καταναλωτές	62
ΜΕΡΟΣ Β': Η Έρευνα	75
B1: Ανάπτυξη ερωτηματολογίου – συνεντεύξεων	76
B2: Δημιουργία πλάνου συλλογής δειγμάτων	79
B3: Συλλογή – καταγραφή δεδομένων	80
B4: Στατιστική ανάλυση δεδομένων	83
ΜΕΡΟΣ Γ': Αποτελέσματα	84
Γ1: Αποτελέσματα στατιστικής ανάλυσης και παρουσίαση αποτελεσμάτων με πίττες και ράβδους	85
ΜΕΡΟΣ Δ': Συμπεράσματα	99
Δ1: Συζήτηση	100
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	102

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επισήμανση των τροφίμων αποτελεί εκτός από ένα θεμελιώδες μέσο επικοινωνίας παραγωγού και καταναλωτή και ένα πολύτιμο εργαλείο για την εκπαίδευση του καταναλωτή, έτσι ώστε αυτός να προβαίνει σε πιο υγιεινές διατροφικές επιλογές. Στόχος της έρευνας αυτής είναι να αξιολογήσει την ενημέρωση των καταναλωτών επάνω στην επισήμανση των τροφίμων και την επιρροή που ασκεί αυτή κατά τη διάρκεια της αγοράς. Στην έρευνα έλαβαν μέρος τριακόσιοι δεκαεννιά (319) καταναλωτές της αλυσίδας σούπερ μάρκετ «ΑΒ Βασιλόπουλος», κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού του 2007, μετά την κυκλοφορία κατά τον μήνα Ιούλιο ενός εγχειριδίου σχετικά με την σήμανση των τροφίμων. Οι ερωτώμενοι ήταν ηλικίας >15 χρόνων και κλήθηκαν να απαντήσουν σε ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με τις καταναλωτικές τους συνήθειες και την ενημέρωσή τους σχετικά με την επισήμανση. Από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι η πλειοψηφία ήταν γυναίκες (57%), ενώ οι περισσότεροι ερωτηθέντες κυμαίνονταν από 35-44 ετών. Από τα άτομα που δήλωσαν υπεύθυνα για τα ψώνια στην οικογένεια (200 άτομα), το 40% δηλώνει ότι επηρεάζεται αρκετά από τη συσκευασία του τροφίμου και το 55% ψωνίζει 1-2 φορές την εβδομάδα. Σε ερώτηση σχετικά με το αν διαβάζουν τις ετικέτες στα τρόφιμα, 288 καταναλωτές απάντησαν ότι τις διαβάζουν από που και που έως πάντα και η πλειοψηφία παρατηρεί περισσότερο την ημερομηνία λήξης και τη σύνθεση/τα συστατικά. Τέλος, το 71% των ατόμων πιστεύει ότι είναι από καθόλου έως λίγο ενημερωμένο και το 86% ενδιαφέρεται να ενημερωθεί επιπλέον από αρκετά έως πολύ κυρίως με ενημερωτικά φυλλάδια και μέσω ενημερωτικών εκπομπών. Το συμπέρασμα από την έρευνα αυτή είναι ότι πολλές φορές, η ελλιπής ενημέρωση αλλά και η πολύπλοκη φύση της επισήμανσης μπορεί να προκαλέσουν σύγχυση στον καταναλωτή.

ABSTRACT

Food labelling constitutes, apart from fundamental means of communication between producer and consumer, a precious tool for the education of consumer to proceed in healthier alimentary choices. The objective of this research is to examine consumers' understanding and function of labelling and the influence of food labelling at the point-of-purchase. The research was carried out at the super market chain «AB Vasilopoulos» during summer 2007, after the publication of a consumer's tool regarding food labelling. A number of 319 individuals were randomly selected, aged >15 years old, and participated by answering a short questionnaire regarding their consuming habits and their knowledge on food labelling. From the outcome of this study, it seems that most of the asked were aged between 35-54 and the majority of the participants were women (57%). From those who claimed that they were in charge of the purchase of food in the family (200 people), 40% admitted that they are influenced pretty much from the package and 55% go to the super market 1-2 times weekly. In a question regarding the reading of food labelling, 288 consumers answered that they read them from often to always and the majority seems to notice more the expiration date and the composition/ ingredients. Finally, 71% believes that it is not at all or a little informed on nutrition labelling and 86% is interested in getting more informed. Most of the consumers prefer information booklets or informative TV shows as means of more information.

The conclusion of this study is that the insufficient knowledge on nutrition facts and the complicated nature of food labelling can cause confusion to the consumer perception at the point of sale.

ΜΕΡΟΣ Α'

Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

HAPOKOPIO UNIVERSITY

A1: ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΩΝΤΑΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΜΕΣΩ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ

Με την ψηφιακή επανάσταση να τραβά την προσοχή των καταναλωτών ολοένα και περισσότερο, η συσκευασία τροφίμων και ποτών πρέπει να συναγωνιστεί τους ποικίλους τρόπους με τους οποίους οι καταναλωτές παίρνουν την ώθηση για να αγοράσουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή μια συγκεκριμένη μάρκα.

Με στόχο να αιχμαλωτίσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών το οποίο έρχεται αντιμέτωπο με αμέτρητες επιλογές, οι εταιρείες τροφίμων πρέπει να επαναξιολογήσουν και να ξανασκεφτούν τον τρόπο με τον οποίο αυτοί επικοινωνούν μέσω συσκευασίας με το κοινό στόχο.

Παρά τον ανταγωνισμό με τις άλλες πηγές πληροφόρησης, είναι αλήθεια ότι η συσκευασία είναι ένα θεμελιώδες εργαλείο για την άμεση επικοινωνία με τους καταναλωτές. Σε αντίθεση με τη διαφήμιση άλλων προϊόντων, μπορείς να εγγυηθείς ότι ο καταναλωτής θα κοιτάξει και θα χρησιμοποιήσει μια συσκευασία που συχνά παραμένει στο σπίτι για μέρες (και όχι για δευτερόλεπτα), δίνοντας έτσι ένα μεγάλο πλεονέκτημα έναντι των πιο εφήμερων ψηφιακών μηνυμάτων. Η επισήμανση είναι ένας ιδιαίτερος τομέας στο χώρο της συσκευασίας που αναφέρεται στην εξωτερική όψη κάθε συσκευασμένου προϊόντος. Οι ετικέτες έχουν μια ισχυρή λειτουργική διάσταση, δεδομένου ότι περιλαμβάνουν προειδοποιήσεις και οδηγίες, καθώς επίσης και πληροφορίες που απαιτούνται από το νόμο ή τις ορθές βιομηχανικές πρακτικές. Επισημαίνουν την ταυτότητα ενός προϊόντος, την ποσότητα και κατάστασή του, τις συνθήκες και το χρόνο παραγωγής του, τον τρόπο χρήσης του, το όνομα και τη διεύθυνση του παραγωγού κ.ά. Οι απαιτήσεις των καταναλωτών οδήγησαν στο να συμπεριληφθούν περισσότερες πληροφορίες στην επισήμανση, όπως τα συστατικά, η διατροφική ανάλυση, στοιχεία για την προστασία του περιβάλλοντος, σήματα ποιότητας, λειτουργικοί ισχυρισμοί, τιμή πώλησης και εκπτωτικές προσφορές. Αλλά με ποιο τρόπο μπορούν οι ιδιοκτήτες μιας εταιρείας να βελτιώσουν την αποδοτικότητα της συσκευασίας ως εργαλείο επικοινωνίας;

Η πρώτη στιγμή της αλήθειας

Στην πραγματικότητα η βελτίωση της αποδοτικότητας της συσκευασίας δεν είναι μια απλή διαδικασία. Στο μοντέρνο περιβάλλον της πώλησης ο σχεδιασμός της συσκευασίας πρέπει να δουλευτεί σε τρία διαστήματα. Γύρω στα τρία μέτρα είναι μόνο τα μεγάλα σήματα που επιτρέπουν στους καταναλωτές να αναγνωρίσουν καθαρά τη μάρκα της εταιρείας τους. Με τον όρο «μάρκα» εννοούμε όλα εκείνα τα στοιχεία που είναι διακριτά στις συσκευασίες. Μια μάρκα που είναι πολύ διακριτική θα απορροφηθεί από τον ανταγωνισμό και αυτό είναι συχνό όταν ένα μοναδικό σχήμα και ένα χαρακτηριστικό χρώμα μπορούν να δουλέψουν καλά και βοηθήσουν στην αιχμαλώτιση της προσοχής του καταναλωτή.

Σε μια πιο κοντινή απόσταση, περίπου στο ένα μέτρο, μια συσκευασία χρειάζεται να προκαλεί συγκίνηση και ενδιαφέρον και αυτό έχει περισσότερο να κάνει με την παρακίνηση της φαντασίας του καταναλωτή. Τυπικά, αυτό είναι το σημείο στο οποίο ο σχεδιαστής αρχίζει να εισάγει πλάνα του προϊόντος ή να χρησιμοποιεί χρώμα για να περιγράψει τη γεύση και το άρωμα.

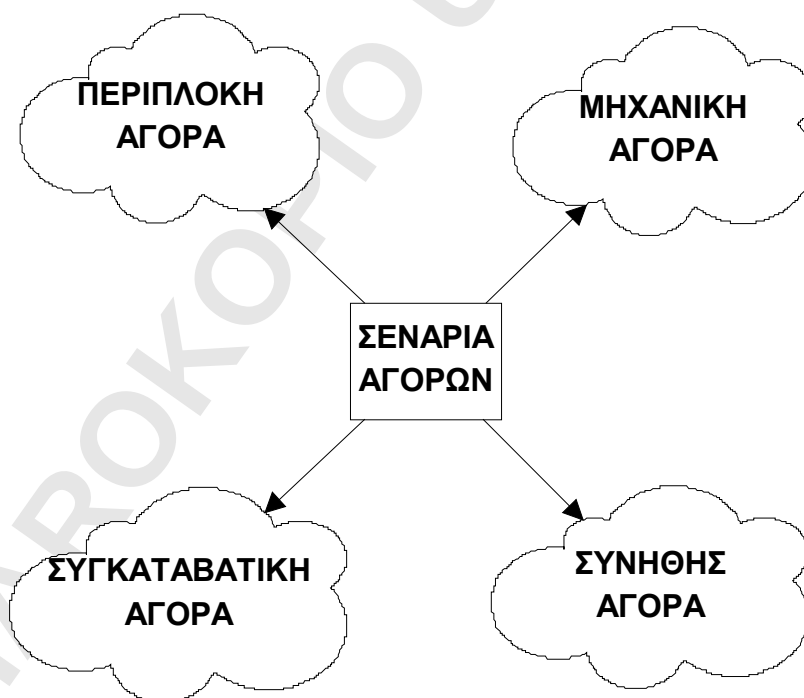
Τη στιγμή που οι καταναλωτές είναι αρκετά κοντά, παρατηρούν τη λεπτομέρεια στο σχεδιασμό της συσκευασίας, όπου η υφή και τα ιδιαίτερα υλικά είναι ικανά να δώσουν στον καταναλωτή στοιχεία από την εμπειρία που θα αποκτήσουν χρησιμοποιώντας το προϊόν. Γιαυτό οι βιομηχανίες τροφίμων χρειάζεται να είναι σίγουρες ότι κάθε πλευρά της σχεδιαστικής λεπτομέρειας λειτουργεί ώστε να ενδυναμώσει την υπόσχεση της μάρκας. Ένας καλός σχεδιαστής θα επιβεβαιώσει ότι η επιλογή της τυπογραφικής μεθόδου, η εικονογράφηση, το χρώμα, η εκτύπωση, το ματ ή γυαλιστερό επίχρισμα, λειτουργούν ώστε να πραγματοποιήσουν αυτόν το σκοπό. Για παράδειγμα, σηκώστε ένα μπουκάλι μπύρας και μετρήστε τον αριθμό των φόντων που χρησιμοποιήθηκαν και την εκλεκτική μίξη των στυλ και φέρτε το σε αντίθεση με ένα προϊόν περιποίησης δέρματος, το οποίο θα είναι πολύ περισσότερο εκλεπτυσμένο, με την επιλογή του φόντου πιο συγκρατημένη.

Οι κατασκευαστές θα πρέπει να έχουν υπόψη τους το χρόνο που αφιερώνει ένας καταναλωτής καθώς κοιτάει στο ράφι. Το περιβάλλον του προϊόντος είναι

τόσο φορτωμένο αυτές τις μέρες που οι καταναλωτές έχουν αναπτύξει μια υποσυνείδητη σειρά σεναρίων για να τους βοηθήσουν να διαλέξουν.

Αυτά χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες: «μηχανικές» αγορές, κατά τις οποίες ο καταναλωτής χρησιμοποιεί αυτόματο πιλότο, «συνήθειες», κατά τις οποίες είναι λίγο πιο συγκρατημένος και θα ξοδέψει λίγο παραπάνω χρόνο σκεφτόμενος την αγορά, «περίπλοκες», που βασίζονται στην προσοχή του καταναλωτή στη λεπτομέρεια και την αφύπνιση και «συγκатаβατικές», στην οποία κατηγορία ο καταναλωτής όχι μόνο βρίσκεται σε αφύπνιση αλλά και είναι προετοιμασμένος να ξοδέψει σημαντικό χρόνο και κόπο για να μάθει τι έχει το προϊόν να προσφέρει.

Οι καταναλωτές που κάνουν μηχανικές αγορές για βασικά αγαθά, προσελκύονται από τα διαφορετικά σχέδια σε σχέση με αυτούς που κάνουν «συγκатаβατικές» αγορές. Αυτό επηρεάζει τις σχεδιαστικές αποφάσεις και το πώς ένας κατασκευαστής θα έπρεπε να σχεδιάζει το μήνυμα της μάρκας.



Ο αντίκτυπος στο σπίτι

Το σπίτι είναι το μέρος όπου η συσκευασία έχει το μεγαλύτερο πλεονέκτημα έναντι στα ψηφιακά μέσα. Η συσκευασία καθορίζει την εμπειρία όπως επίσης και την εμφάνιση, και είναι εδώ όπου η παροχή αψεγάδιαστων λειτουργικών πλεονεκτημάτων έχει τη μεγαλύτερη επιρροή. Η επιλογή του υλικού συσκευασίας, ο τρόπος σφραγίσματος καθώς και η λειτουργικότητα, η υφή, ακόμη και ο ήχος μπορούν να φτιάξουν ή και να χαλάσουν μία μάρκα μέσα στο περιβάλλον του σπιτιού. Μια υπόσχεση ποιότητας στο ράφι πρέπει πάντοτε να συναντά την ποιότητα στο σπίτι. Ακόμη και όταν η συσκευασία έχει χρησιμοποιηθεί μια φορά, η ευκολία με την οποία η συσκευασία ανοίγει και η ευκρίνεια των οδηγιών χρήσης μπορούν να δημιουργήσουν τη διαφορά μεταξύ ενός ευχαριστημένου καταναλωτή, που επανέρχεται για περισσότερα, και ενός δυσαρεστημένου καταναλωτή, που αγόρασε με την υπόσχεση, αλλά αισθάνεται απογοήτευση από την απαγγελία. Αυτή είναι η δεύτερη στιγμή της αλήθειας και είναι πιο σημαντική από την υπόσχεση στο ράφι, αφού διακρίνει έναν τακτικό πελάτη από έναν δοκιμαστή. Άλλωστε, ένα επιτυχημένο προϊόν δεν είναι αυτό που θα το αγοράσει κάποιος για πρώτη φορά αλλά για δεύτερη.

Τώρα που η συσκευασία αναγνωρίζεται ως ένα αυξανόμενο πολύτιμο μέσο για την επικοινωνία των εταιρειών, οι κατασκευαστές χρειάζεται να λάβουν περισσότερο υπόψη το πώς να εξερευνήσουν την ευκαιρία αυτή και μαζί με τους σχεδιαστές να δημιουργήσουν ανταγωνιστικά σχέδια συσκευασίας τα οποία ελκύουν, αποπλανούν και κινούνται προς το σπίτι του καταναλωτή (Kelsey, 2006).

HAROKOPIO UNIVERSITY

A2: ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ως επισήμανση τροφίμου ορίζονται οι ενδείξεις, τα εμπορικά ή βιομηχανικά σήματα, οι εικόνες ή τα σύμβολα που αναφέρονται σε αυτό και εμφανίζονται πάνω σε κάθε συσκευασία, έγγραφο, πινακίδα, ετικέτα, δακτύλιο ή περιλαίμιο που το συνοδεύουν. Είναι γεγονός ότι σήμερα επικρατεί ένας πλουραλισμός ετικετών, σημάτων, συμβόλων, ισχυρισμών, περιγραφών και άλλων γραφικών στοιχείων που εμφανίζονται στις συσκευασίες των τροφίμων. Παρακάτω παρουσιάζονται εν συντομία τα περισσότερα από αυτά για την ενημέρωση παραγωγών, μεταποιητών και καταναλωτών.

1. **Εμπορική ονομασία** προϊόντος νομικά κατοχυρωμένη.
2. **Λογότυπος** εταιρείας παραγωγής.
3. **Καθαρό βάρος** προϊόντος (σε μονάδες όγκου για τα υγρά, σε μονάδες βάρους για τα στερεά, σε μονάδες όγκου ή βάρους για τα ημιστερεά).
4. **Ονομασία και διεύθυνση εταιρείας** παραγωγής, διανομής ή εισαγωγής.
5. **Γραμμή επικοινωνίας** καταναλωτή με την εταιρεία παραγωγής, διανομής ή εισαγωγής (τηλέφωνο χωρίς χρέωση ή e-mail ή ιστοσελίδα).
6. **Σήμα κωδικού** της μονάδας παραγωγής (μόνο για νωπά προϊόντα).
7. **Περιγραφή προϊόντος**, στοιχεία που συμπληρώνουν την εμπορική του ονομασία.
8. **«Παράθυρο προϊόντος»**, επιφάνειες που επιτρέπουν οπτική επαφή με το περιεχόμενο της συσκευασίας.
9. **Απεικόνιση προϊόντος**, φωτογραφική ή γραφική απεικόνιση που να αποδίδει το περιεχόμενο της συσκευασίας όσο γίνεται πιο ρεαλιστικά.
10. **Τιμή** ή ενδεικτική τιμή προϊόντος σε τοπικό νόμισμα.
11. **Συστατικά** του προϊόντος (σε μερικά νωπά προϊόντα δεν είναι απαραίτητη). Τα συστατικά αναφέρονται σε φθίνουσα σειρά περιεκτικότητας, από τα κύρια συστατικά προς τα πρόσθετα (το νερό δεν αναφέρεται).
12. **Ποσοτική δήλωση συστατικού** (quantitative ingredient declaration, QUID), απαιτείται όταν υπάρχει κάποιο χαρακτηριστικό συστατικό που καθορίζει την

ταυτότητα του προϊόντος όπως αυτή φαίνεται από την ονομασία ή την περιγραφή της.

13. Σημάνσεις ημερομηνίας, **ημερομηνία λήξης** του προϊόντος και **ημερομηνία παραγωγής** του (για νωπά προϊόντα).

14. **Αριθμός παρτίδας** παραγωγής (συνήθως σημαίνεται μαζί με την ημερομηνία λήξης).

15. **Κωδικός αριθμός προϊόντος**, συνήθως σε ιστογραμμικό κώδικα (barcode).

16. **Ισχυρισμοί**: κοινωνικοί (π.χ. νηστήσιμο, kosher, halal), ποσοτικοί ή ποιοτικοί (σε σύγκριση με άλλα προϊόντα), οικονομικοί (σχετικά με τη τιμή του προϊόντος), διατροφικοί, γεωγραφικοί (για την προέλευση του προϊόντος).

17. **Προσφορές** για τους καταναλωτές (διαγωνισμοί, κουπόνια δώρων).

18. **Διατροφική ετικέτα** η οποία περιλαμβάνει: βάρος μερίδας (όταν δεν αναφέρεται θεωρούνται τα 100g ή τα 100mL), απόδοση σε θερμίδες της μερίδας αυτής, διατροφική ανάλυση σε μακρο- (πρωτεΐνες, λίπη, υδατάνθρακες) και μικρο- (βιταμίνες, ιχνοστοιχεία, νάτριο, ζάχαρη, χοληστερόλη, φυτικές ίνες κτλ) θρεπτικά συστατικά, κάλυψη της συνιστώμενης ημερήσιας πρόσληψης από τα μικρο-θρεπτικά συστατικά, οδηγίες για ειδικές δίαιτες.

19. **Οδηγίες προς τους καταναλωτές** για την μεταφορά, αποθήκευση, άνοιγμα, μαγείρεμα κτλ.ⁱ

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΗΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΕΜΦΑΝΙΖΟΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ.

® TM

κατοχύρωση εμπορικής ονομασίας



σύστημα EAN13



κρατήστε το περιβάλλον καθαρό



υλικό ανακυκλώσιμο



υλικό κατάλληλο για επαφή με τρόφιμα

Tetra Pak



ELOPAK

εμπορικό σήμα της πατέντας συσκευασίας



✂.....

κόψτε εδώ ανοίξτε εδώ



χρωματικός οδηγός εκτύπωσης



πιστοποίηση βιολογικών προϊόντων



n.w., καθαρό βάρος, e



κωδικός μονάδας παραγωγής



πράσινη βούλα, φιλικό προς το περιβάλλον



PET



HDPE

(ανακυκλώσιμα υλικά συσκευασίας, κλάση διαλογής, υλικό συσκευασίας)



υλικό κατάλληλο για μικροκύματα



πιστοποίηση διαχείρισης ποιότητας

23/11/2005

L45687

ημερομηνία λήξης με αριθμό παρτίδας



τεχνικά σήματα συναρμογής



ακτινοβολημένα τρόφιμα

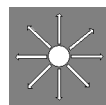
Προϊόν Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ)



Προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ)



Ειδικό Παραδοσιακό Προϊόν Εγγυημένο (ΕΠΠΕ)



εσωτερική πίεση αερίου



σήμανση τεχνικής πιστότητας

A3: ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ

➤ **ΟΔΗΓΙΑ 2000/13/ΕΚ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 20ής Μαρτίου 2000 για προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση των τροφίμων.**

Η παρούσα οδηγία αφορά την επισήμανση των τροφίμων που προορίζονται να παραδοθούν ως έχουν στον τελικό καταναλωτή, καθώς επίσης και ορισμένα ζητήματα σχετικά με την παρουσίαση και τη διαφήμισή τους.

Η παρούσα οδηγία εφαρμόζεται επίσης και στα τρόφιμα που προορίζονται να παραδοθούν στα εστιατόρια, νοσοκομεία, κυλικεία και άλλες παρόμοιες μονάδες ομαδικής εστίασης, εφεξής καλούμενες «μονάδες ομαδικής εστίασης».

Ορισμοί

Κατά την έννοια της παρούσης οδηγίας νοείται ως:

α) «επισήμανση»: οι μνείες, ενδείξεις, εμπορικά ή βιομηχανικά σήματα, εικόνες ή σύμβολα που αναφέρονται σ' ένα τρόφιμο και φέρονται σε κάθε συσκευασία, έγγραφο, πινακίδα, ετικέτα, δακτύλιο ή περιλαίμια που συνοδεύουν ή αναφέρονται στο τρόφιμο αυτό.

β) «προσσκευασμένο τρόφιμο»: η μονάδα πωλήσεως που προορίζεται να παρουσιασθεί ως έχει στον τελικό καταναλωτή και στις μονάδες ομαδικής εστίασης και που αποτελείται από ένα τρόφιμο και τη συσκευασία, μέσα στην οποία έχει τροποποιηθεί πριν από την προσφορά του προς πώληση, εφόσον η συσκευασία αυτή το καλύπτει ολικά ή μερικά, αλλά κατά τρόπο που να μην είναι δυνατόν να τροποποιηθεί το περιεχόμενο, χωρίς να ανοιχτεί ή να τροποποιηθεί η συσκευασία.

Πιο συγκεκριμένα, ο κανονισμός ορίζει τα εξής:

Γενικά για την επισήμανση

1. Η επισήμανση και οι τρόποι σύμφωνα με τους οποίους πραγματοποιείται δεν πρέπει:

α) να είναι φύσεως τέτοιας, ώστε να οδηγεί σε πλάνη τον αγοραστή, ιδίως:

i) ως προς τα χαρακτηριστικά του τροφίμου και ιδίως τη φύση, την ταυτότητα, τις ιδιότητες, την σύνθεση, την ποσότητα, τη διατηρησιμότητα, την καταγωγή ή προέλευση, τον τρόπο παρασκευής ή λήψεως,

ii) με την απόδοση από τρόφιμο αποτελεσμάτων ή ιδιοτήτων που δεν έχει,

iii) με τον υπαινιγμό ότι το τρόφιμο έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, ενώ στην πραγματικότητα όλα τα παρόμοια τρόφιμα έχουν αυτά τα ίδια χαρακτηριστικά.

β) με την επιφύλαξη των κοινοτικών διατάξεων σχετικά με τα φυσικά μεταλλικά νερά και με τα τρόφιμα ειδικής διατροφής, να αποδίδει σε τρόφιμο ιδιότητες πρόληψης, αγωγής και θεραπείας οποιασδήποτε ανθρώπινης ασθένειας ή να επικαλείται τις ιδιότητες αυτές.

2. Οι απαγορεύσεις ή οι περιορισμοί εφαρμόζονται επίσης:

α) στην παρουσίαση των τροφίμων και ιδίως στο σχήμα ή στην όψη που δίνεται σ' αυτά ή στη συσκευασία τους, στο υλικό συσκευασίας που χρησιμοποιήθηκε, στον τρόπο που είναι τροποποιημένα καθώς επίσης και στο χώρο εκθέσεώς τους,

β) στη διαφήμιση.

Για τις υποχρεωτικές ενδείξεις:

Η επισήμανση των τροφίμων περιλαμβάνει τις ακόλουθες υποχρεωτικές ενδείξεις:

1. την ονομασία πωλήσεως·
2. τον κατάλογο των συστατικών·
3. την ποσότητα ορισμένων συστατικών ή κατηγοριών συστατικών·
4. την καθαρή ποσότητα, για τα προσυσκευασμένα τρόφιμα·

5. την ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας ή στην περίπτωση των τροφίμων που είναι μικροβιολογικώς εξαιρετικά αλλοιώσιμα, την τελική ημερομηνία ανάλωσης·
6. τις ιδιαίτερες συνθήκες διατηρήσεως και χρήσεως·
7. το όνομα ή την εμπορική επωνυμία και τη διεύθυνση του κατασκευαστή ή του συσκευαστή ενός πωλητή εγκατεστημένου στο εσωτερικό της Κοινότητας. Εν τούτοις, τα κράτη μέλη μπορούν, για το βούτυρο που παράγεται στην επικράτειά τους να μην απαιτούν παρά μόνον την ένδειξη του κατασκευαστή, του συσκευαστή ή του πωλητή.
8. τον τόπο καταγωγής ή προελεύσεως στις περιπτώσεις που η παράλειψη της ενδείξεως αυτής θα ήταν δυνατόν να δημιουργήσει στον καταναλωτή εσφαλμένη εντύπωση σχετικά με τον πραγματικό τόπο καταγωγής ή προελεύσεως του τροφίμου·
9. οδηγίες χρήσεως στην περίπτωση στην οποία η παράλειψή τους δεν θα επέτρεπε τη σωστή χρήση του προϊόντος·
10. για τα ποσά με περιεκτικότητα σε οινόπνευμα μεγαλύτερη από 1,2 % κατ' όγκο, η αναγραφή του κτηθέντος κατ' όγκο αλκοολικού τίτλου.

Για την ονομασία πώλησης:

1. Η ονομασία πώλησης ενός τροφίμου είναι η ονομασία που προβλέπεται από τις κοινοτικές διατάξεις για το τρόφιμο αυτό.
2. Η ονομασία πώλησης δεν είναι δυνατό να αντικατασταθεί με εμπορικό ή βιομηχανικό σήμα ή με εμπορική ονομασία.
3. Η ονομασία πώλησης περιλαμβάνει ή συνοδεύεται από ένδειξη της φυσικής καταστάσεως του τροφίμου ή της ειδικής επεξεργασίας που έχει υποστεί (παραδείγματος χάριν: σε σκόνη, λιοφιλωμένο, κατεψυγμένο, συμπυκνωμένο, καπνιστό), στην περίπτωση που η παράλειψη της ενδείξεως αυτής θα μπορούσε να προκαλέσει εσφαλμένη εντύπωση στον αγοραστή.

Για τα συστατικά:

α) Με τον όρο συστατικό νοείται κάθε ουσία, περιλαμβανομένων και των προσθέτων, η οποία χρησιμοποιείται στην παρασκευή ή την ετοιμασία ενός τροφίμου και η οποία εξακολουθεί να υπάρχει στο τελικό προϊόν ενδεχομένως σε τροποποιημένη μορφή.

β) Όταν ένα συστατικό τροφίμου προέρχεται το ίδιο από περισσότερα συστατικά, τα τελευταία αυτά θεωρούνται συστατικά του τροφίμου αυτού.

γ) Δεν θεωρούνται εν τούτοις συστατικά:

i) τα στοιχεία ενός συστατικού που έχουν προσωρινά αφαιρεθεί κατά τη διαδικασία παρασκευής για να προστεθούν και πάλι κατόπιν σε ποσότητα που δεν υπερβαίνει την αρχική περιεκτικότητα·

ii) τα πρόσθετα:

— των οποίων η παρουσία σε ένα τρόφιμο οφείλεται αποκλειστικά στο γεγονός, ότι περιείχοντο σε ένα ή περισσότερα συστατικά του τροφίμου αυτού και υπό την επιφύλαξη ότι δεν εξυπηρετούν πλέον κανένα τεχνολογικό σκοπό στο τελικό προϊόν,

— που χρησιμοποιούνται ως υποβοηθητικά της τεχνολογίας·

iii) ουσίες που χρησιμοποιούνται στις αυστηρά αναγκαίες ποσότητες ως διαλύτες ή φορείς για πρόσθετα και αρωματικές ύλες.

Ο κατάλογος των συστατικών συνίσταται στην παράθεση όλων των συστατικών του τροφίμου, κατά σειρά ελαττούμενης περιεκτικότητας ως προς το βάρος κατά τη στιγμή της χρησιμοποιήσεώς τους στην παρασκευή του τροφίμου. Του καταλόγου προηγείται κατάλληλη ένδειξη που περιλαμβάνει τη λέξη «συστατικά».

Εν τούτοις:

— το νερό που προστίθεται και τα πτητικά συστατικά αναγράφονται στον κατάλογο με την σειρά βάρους στο τελικό προϊόν. Η ποσότητα του νερού που προστίθεται ως συστατικό σε ένα τρόφιμο προσδιορίζεται, αν αφαιρέσουμε από την ολική ποσότητα του τελικού προϊόντος την ολική ποσότητα των άλλων συστατικών

που έχουν χρησιμοποιηθεί. Η ποσότητα αυτή μπορεί να μη λαμβάνεται υπόψη, αν δεν υπερβαίνει κατά βάρος το 5 % του τελικού προϊόντος ·

— τα συστατικά που χρησιμοποιούνται σε συμπυκνωμένη ή αφυδατωμένη μορφή και ανασυνιστώνται κατά την παρασκευή είναι δυνατό να αναγράφονται στον κατάλογο με τη σειρά βάρους πριν από τη συμπύκνωση ή την αφυδάτωση·

— στην περίπτωση συμπυκνωμένων ή αφυδατωμένων τροφίμων στα οποία πρέπει να προστεθεί νερό, η αναγραφή των συστατικών μπορεί να γίνει κατά την κατιούσα σειρά περιεκτικότητας στο ανασυνιστάμενο προϊόν, αρκεί ο κατάλογος των συστατικών να συνοδεύεται από μια ένδειξη όπως «συστατικά ανασυσταθέντος προϊόντος» ή «συστατικά προϊόντος ετοιμού για κατανάλωση»·

Η ένδειξη των συστατικών δεν απαιτείται στην περίπτωση:

- α) — νωπών φρούτων και λαχανικών, στα οποία περιλαμβάνονται και οι πατάτες, τα οποία δεν έχουν αποφλοιωθεί, κοπεί ή υποστεί παρόμοια επεξεργασία,
 - αεριούχων νερών, των οποίων η ονομασία δηλώνει το χαρακτηριστικό τους αυτό,
 - ξυδιών ζυμώσεως, που προέρχονται αποκλειστικά από ένα μόνο βασικό προϊόν και εφόσον δεν έχει προστεθεί άλλο συστατικό·
- β) — τυριών,
 - βουτύρου,
 - γαλάκτων και αφρογαλάκτων που έχουν υποστεί ζύμωση, εφ' όσον δεν έχουν προστεθεί άλλα συστατικά εκτός από γαλακτικά προϊόντα, τα ένζυμα και τις καλλιέργειες μικροοργανισμών που είναι αναγκαία για την παρασκευή τους ή το αναγκαίο αλάτι για την παρασκευή τυριών εκτός από τα νωπά ή ανακατεργασμένα·
- γ) προϊόντων που αποτελούνται από ένα μόνο συστατικό,
 - υπό τον όρο ότι η ονομασία πώλησης ταυτίζεται με το όνομα του συστατικού, ή
 - υπό τον όρο ότι η ονομασία πώλησης επιτρέπει τον καθορισμό της φύσης του συστατικού χωρίς να υπάρχει κίνδυνος συγχύσεως.

Κατηγορίες συστατικών για τα οποία η ένδειξη της κατηγορίας μπορεί να αντικαταστήσει την ένδειξη του ειδικού ονόματος

Ορισμός	Ένδειξη
Έλαια εξευγενισμένα εκτός από ελαιόλαδο	«Έλαιο», συμπληρωμένη — είτε με τον προσδιορισμό «φυτικό» ή «ζωικό», κατά περίπτωση, — είτε με την ένδειξη της ειδικής ζωικής ή φυτικής προέλευσης. Η ένδειξη υδρογονωμένου ελαίου πρέπει να συνοδεύεται από τον προσδιορισμό «υδρογονωμένο»
Λίπη εξευγενισμένα	«Λίπος» ή «Λιπαρή ύλη», συμπληρωμένη: — είτε με τον προσδιορισμό «φυτικό» ή «ζωικό», κατά περίπτωση, — είτε με την ένδειξη της ειδικής ζωικής ή φυτικής προέλευσης. Η ένδειξη υδρογονωμένου λίπους πρέπει να συνοδεύεται από τον προσδιορισμό «υδρογονωμένο».
Μείγματα αλεύρων από δύο ή περισσότερα είδη δημητριακών	«Άλευρο» ακολουθούμενη από απαρίθμηση των ειδών δημητριακών, από τα οποία προέρχεται, κατά φθίνουσα τάξη περιεκτικότητας κατά βάρος
Αμυλο κάθε είδους, φυσικό και τροποποιημένο με φυσική μέθοδο ή με ένζυμα	«Άμυλο»

Ορισμός	Ένδειξη
Όλα τα είδη ψαριού, εφόσον το ψάρι αποτελεί συστατικό άλλου τροφίμου και με την επιφύλαξη ότι η ονομασία και η παρουσίαση του εν λόγω τροφίμου δεν αναφέρονται σε συγκεκριμένο είδος ψαριού	«Ψάρι(α)»
Όλα τα είδη τυριού, εφόσον το τυρί ή το μείγμα τυριών αποτελεί συστατικό άλλου τροφίμου και με την επιφύλαξη ότι η ονομασία και η παρουσίαση του εν λόγω τροφίμου δεν αναφέρονται σε συγκεκριμένο είδος τυριού	«Τυρί(ά)»
Όλα τα είδη αρτυμάτων εφόσον δεν υπερβαίνουν το 2 % του βάρους του τροφίμου	«Αρτύματα» ή «Μείγμα αρτυμάτων»
Όλα τα αρωματικά φυτά ή μέρη τους, εφόσον δεν υπερβαίνουν το 2 % του βάρους του τροφίμου	«Αρωματικό(ά) φυτό(ά)» ή «μείγμα(τα) αρωματικών φυτών»
Όλα τα παρασκευάσματα κόμμεων που χρησιμοποιούνται για την Παρασκευή κόμμεως βάσεως για τσίχλες	«Κόμμι βάσεως»
Τριμμένη φρυγανιά οποιασδήποτε προελεύσεως	«Τριμμένη φρυγανιά»
Όλες οι κατηγορίες σακχαρόζης Ανυδρη δεξτρόζη ή μονοϋδρίτης δεξτρόζης	«Ζάχαρη» «Δεξτρόζη»
Σιρόπι γλυκόζης και σιρόπι γλυκόζης	«Σιρόπι γλυκόζης»

Ορισμός	Ένδειξη
Όλες οι πρωτεΐνες του γάλακτος (καζεΐνες, καζεϊνικές ενώσεις και πρωτεΐνες του τυρογάλακτος και του αφρούγάλακτος) καθώς και τα μείγματά τους	«Πρωτεΐνες γάλακτος»
Βούτυρο κακάου πίεσεως, expeller ή εξευγενισμένο	«Βούτυρο κακάο»
Όλοι οι τύποι κρασιού, όπως ορίζονται στον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1493/1999 του Συμβουλίου, της 17ης Μαΐου 1999, για την κοινή οργάνωση της αμπελοοινικής αγοράς (1)	«Κρασί»

Για την καθαρή ποσότητα:

Η καθαρή ποσότητα των προσυσκευασμένων τροφίμων εκφράζεται:

- σε μονάδες όγκου για τα υγρά,
- σε μονάδες μάζας για τα υπόλοιπα προϊόντα,

χρησιμοποιώντας κατά περίπτωση, το λίτρο, το εκατοστόλιτρο, το χιλιοστόλιτρο ή άλλως το χιλιόγραμμα ή το γραμμάριο.

Για τη διατηρησιμότητα:

1. Η χρονολογία ελάχιστης διατηρησιμότητας ενός τροφίμου είναι η χρονολογία, μέχρι την οποία το τρόφιμο διατηρεί τις ιδιαίτερες ιδιότητές του σε κατάλληλες συνθήκες διατηρήσεως.

2. Η χρονολογία ελάχιστης διατηρησιμότητας δίνεται με την ένδειξη:

- «ανάλωση κατά προτίμηση πριν από ...», εφ' όσον περιλαμβάνεται και η ακριβής ημέρα,
- «ανάλωση κατά προτίμηση πριν από το τέλος ...», στις υπόλοιπες περιπτώσεις.

3. Οι ενδείξεις που προβλέπονται στην παράγραφο 2 συνοδεύονται:

- είτε από την ίδια τη χρονολογία,
- είτε από την ένδειξη της θέσεως που αναγράφεται η χρονολογία στην επισήμανση.

Αν είναι αναγκαίο, οι ενδείξεις αυτές συμπληρώνονται με αναγραφή των συνθηκών διατηρήσεως με την τήρηση των οποίων εξασφαλίζεται η αναγραφόμενη διατηρησιμότητα.

4. Η χρονολογία αποτελείται από την ένδειξη, καθαρά και με τη σειρά, της ημέρας, του μήνα και του έτους.

Εν τούτοις για τρόφιμα:

- με διατηρησιμότητα μικρότερη από τρεις μήνες, αρκεί η αναγραφή της ημέρας και του μήνα·
- με διατηρησιμότητα μικρότερη από τρεις μήνες, αλλά όχι μεγαλύτερη από δεκαοκτώ μήνες αρκεί η αναγραφή του μήνα και του έτους·
- για τρόφιμα με διατηρησιμότητα μεγαλύτερη από δεκαοκτώ μήνες, αρκεί η αναγραφή του έτους.

Για την ημερομηνία λήξης:

1. Στην περίπτωση των τροφίμων που είναι μικροβιολογικώς εξαιρετικά αλλοιώσιμα και τα οποία για το λόγο αυτό ενδέχεται ύστερα από σύντομο χρονικό διάστημα, να αποτελέσουν άμεσο κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία η ημερομηνία ελάχιστης διατήρησης αντικαθίσταται από την ημερομηνία μέχρι την οποία επιτρέπεται η ανάλωση.

2. Πριν από την ημερομηνία πρέπει να αναγράφεται η ένδειξη:

- στην ελληνική: «ανάλωση μέχρι»

Μετά την ένδειξη ακολουθεί:

- είτε η ίδια η ημερομηνία,
- είτε ένδειξη η οποία παραπέμπει στο σημείο της ετικέτας όπου αναγράφεται η ημερομηνία.

Τα στοιχεία αυτά ακολουθούνται από την περιγραφή των συνθηκών διατήρησης οι οποίες πρέπει να τηρηθούν.

3. Η ημερομηνία αναγράφεται ευκρινώς και συνίσταται κατά σειρά από την ημέρα, το μήνα και ενδεχομένως το έτος.

Για τις οδηγίες χρήσης:

1. Οι οδηγίες χρήσεως ενός τροφίμου πρέπει να δίδονται με τρόπο που να επιτρέπει την κατάλληλη χρήση του τροφίμου αυτού.
2. Οι κοινοτικές διατάξεις και, αν υπάρχουν τέτοιες, οι εθνικές διατάξεις μπορούν, για ορισμένα τρόφιμα, να καθορίζουν τους τρόπους σύμφωνα με τους οποίους πρέπει να υποδεικνύεται ο τρόπος χρήσεως.

➤ ***ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 1924/2006 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 20ής Δεκεμβρίου 2006 σχετικά με τους ισχυρισμούς επί θεμάτων διατροφής και υγείας που διατυπώνονται για τα τρόφιμα.***

Στην Κοινότητα ο αριθμός των τροφίμων που επισημαίνονται και διαφημίζονται με ισχυρισμούς επί θεμάτων διατροφής και υγείας αυξάνεται συνεχώς. Προκειμένου να εξασφαλιστεί υψηλού επιπέδου προστασία των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η επιλογή τους, τα προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων των εισαγόμενων, που διατίθενται στην αγορά θα πρέπει να είναι ασφαλή και να φέρουν επαρκή επισήμανση.

Η ποικίλη και ισορροπημένη διατροφή είναι αναγκαία προϋπόθεση για την καλή υγεία και τα επιμέρους προϊόντα έχουν σχετική μόνον σημασία στο πλαίσιο της συνολικής διαίτας.

Οι διαφορές μεταξύ των εθνικών διατάξεων σχετικά με τους ισχυρισμούς αυτούς μπορεί να εμποδίσουν την ελεύθερη κυκλοφορία των τροφίμων και να δημιουργήσουν άνισες συνθήκες ανταγωνισμού. Έχουν συνεπώς άμεσο αντίκτυπο στη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Είναι συνεπώς αναγκαίο να υιοθετηθούν κοινοτικοί κανόνες σχετικά με τη χρήση ισχυρισμών επί θεμάτων διατροφής και υγείας στα τρόφιμα.

Δεδομένης της θετικής εικόνας που αποδίδεται στα τρόφιμα που φέρουν ισχυρισμούς επί θεμάτων διατροφής και υγείας και του δυνητικού αντίκτυπου που τα τρόφιμα αυτά μπορεί να έχουν στις διατροφικές συνήθειες καθώς και στη συνολική πρόσληψη θρεπτικών συστατικών, ο καταναλωτής θα πρέπει να είναι σε θέση να αξιολογεί την συνολική διατροφική τους ποιότητα. Συνεπώς, η διατροφική επισήμανση θα πρέπει να είναι υποχρεωτική και θα πρέπει να επεκταθεί σε όλα τα τρόφιμα που φέρουν ισχυρισμούς επί θεμάτων υγείας.

Είναι σημαντικό οι ισχυρισμοί για τα τρόφιμα να είναι κατανοητοί από τον καταναλωτή και είναι σκόπιμο να προστατεύονται όλοι οι καταναλωτές από τους παραπλανητικούς ισχυρισμούς. Σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, και προκειμένου να καταστεί δυνατή η αποτελεσματική εφαρμογή των προστατευτικών μέτρων που περιέχει η οδηγία αυτή, ο παρών κανονισμός λαμβάνει ως σημείο αναφοράς τον μέσο καταναλωτή, ο οποίος έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως παρατηρητικός και προσεκτικός, λαμβανομένων υπόψη των κοινωνικών, πολιτιστικών και γλωσσικών παραγόντων, όπως ερμηνεύθηκε από το Δικαστήριο, αλλά παράλληλα λαμβάνει πρόνοια και για την πρόληψη της εκμετάλλευσης των καταναλωτών, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των οποίων τους καθιστούν ιδιαίτερος ευάλωτους σε παραπλανητικούς ισχυρισμούς. Όταν ισχυρισμός απευθύνεται σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών, όπως τα παιδιά, είναι επιθυμητό η επίδραση του ισχυρισμού να αξιολογείται από την οπτική γωνία του μέσου μέλους αυτής της ομάδας. Η δοκιμή του μέσου καταναλωτή δεν αποτελεί στατιστική δοκιμή. Τα εθνικά δικαστήρια και οι εθνικές αρχές θα πρέπει να χρησιμοποιούν τη δική τους κρίση, λαμβάνοντας υπόψη τη νομολογία του Δικαστηρίου, για να προσδιορίζουν την τυπική αντίδραση του μέσου καταναλωτή σε δεδομένη περίπτωση.

Η επιστημονική τεκμηρίωση θα πρέπει να αποτελεί τον κύριο παράγοντα που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη στη χρήση ισχυρισμών επί θεμάτων διατροφής και υγείας, και οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων τροφίμων που χρησιμοποιούν ισχυρισμούς αυτής της φύσεως θα πρέπει να τους αιτιολογούν. Οι ισχυρισμοί θα πρέπει να τεκμηριώνονται επιστημονικά λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των

διαθέσιμων επιστημονικών δεδομένων και σταθμίζοντας τη βαρύτητα των στοιχείων.

Οι ισχυρισμοί επί θεμάτων διατροφής ή υγείας δεν θα πρέπει να διατυπώνονται εάν είναι ασύμβατοι προς τις γενικώς αποδεκτές αρχές της διατροφής και της υγείας ή εάν ενθαρρύνουν ή εμφανίζουν ως αποδεκτή την υπερβολική κατανάλωση οιαδήποτε τροφίμου ή υποτιμούν την ορθή διατροφική πρακτική.

Γενικές διατάξεις για την επισήμανση περιέχονται στην οδηγία 2000/13/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαρτίου 2000, για προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση των τροφίμων. Η οδηγία 2000/13/EK απαγορεύει γενικά τη χρήση πληροφοριών που θα μπορούσαν να παραπλανήσουν τον καταναλωτή ή να αποδώσουν φαρμακευτικές ιδιότητες στα τρόφιμα. Ο παρών κανονισμός θα πρέπει να συμπληρώσει τις γενικές αρχές της οδηγίας 2000/13/EK και να θεσπίσει ειδικές διατάξεις όσον αφορά τη χρήση ισχυρισμών επί θεμάτων διατροφής και υγείας στα τρόφιμα που διατίθενται ως έχουν στον καταναλωτή.

Ο παρών κανονισμός θα πρέπει να εφαρμόζεται σε όλους τους ισχυρισμούς επί θεμάτων διατροφής και υγείας οι οποίοι διατυπώνονται σε εμπορικές ανακοινώσεις, συμπεριλαμβανομένης της γενικής διαφήμισης των τροφίμων και των διαφημιστικών εκστρατειών, όπως εκείνων που υποστηρίζουν εν όλω ή εν μέρει οι δημόσιες αρχές. Δεν θα πρέπει να εφαρμόζεται σε ισχυρισμούς οι οποίοι διατυπώνονται σε μη εμπορικές ανακοινώσεις, όπως στις κατευθυντήριες γραμμές ή στις συμβουλές για τη διατροφή τις οποίες εκδίδουν αρχές και φορείς δημόσιας υγείας, ούτε στις μη εμπορικές ανακοινώσεις και πληροφορίες στον τύπο και σε επιστημονικά δημοσιεύματα. Ο παρών κανονισμός θα πρέπει να εφαρμόζεται επίσης στα εμπορικά σήματα και στις λοιπές εμπορικές ονομασίες που μπορούν να ερμηνευθούν ως ισχυρισμοί επί θεμάτων διατροφής ή υγείας.

Ορισμοί

1. Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

- 1) «ισχυρισμός»: κάθε μήνυμα ή απεικόνιση, η οποία δεν είναι υποχρεωτική σύμφωνα με την κοινοτική ή εθνική νομοθεσία, συμπεριλαμβανομένης τυχόν εικαστικής, γραφικής ή συμβολικής απεικόνισης, υπό οποιαδήποτε μορφή, η οποία δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το τρόφιμο έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά,
- 2) «θρεπτική ουσία»: οι πρωτεΐνες, οι υδατάνθρακες, τα λιπαρά, οι εδώδιμες ίνες, το νάτριο, οι βιταμίνες και τα ανόργανα άλατα που απαριθμούνται στο Παράρτημα της οδηγίας 90/496/ΕΟΚ, και ουσίες που ανήκουν σε μια από αυτές τις κατηγορίες, ή αποτελούν συστατικά τους,
- 3) «άλλη ουσία»: ουσία η οποία δεν είναι θρεπτική αλλά επιφέρει θρεπτικό ή φυσιολογικό αποτέλεσμα,
- 4) «ισχυρισμός επί θεμάτων διατροφής»: κάθε ισχυρισμός που δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τρόφιμο διαθέτει ιδιαίτερες ευεργετικές θρεπτικές ιδιότητες λόγω:
- α) της ενέργειας (θερμιδικής αξίας) που
- i) παρέχει,
 - ii) παρέχει σε μειωμένο ή αυξημένο ποσοστό, ή
 - iii) δεν παρέχει, ή/και
- β) των θρεπτικών και άλλων ουσιών που
- i) περιέχει,
 - ii) περιέχει σε μειωμένο ή αυξημένο ποσοστό, ή
 - iii) δεν περιέχει,
- 5) «ισχυρισμός επί θεμάτων υγείας»: κάθε ισχυρισμός που δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπάρχει σχέση μεταξύ κατηγορίας τροφίμων, τροφίμου ή συστατικού του και της υγείας,
- 6) «ισχυρισμός περί μείωσης του κινδύνου εκδήλωσης ασθένειας»: κάθε ισχυρισμός επί θεμάτων υγείας που δηλώνει, υπονοεί ή οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η κατανάλωση κατηγορίας τροφίμων, τροφίμου ή συστατικού του μειώνει σημαντικά τον παράγοντα κινδύνου για την εκδήλωση ανθρώπινης ασθένειας.

Γενικές αρχές για όλους τους ισχυρισμούς

Η χρήση των ισχυρισμών επί θεμάτων διατροφής και υγείας δεν πρέπει:

- α) να είναι ψευδής, διφορούμενη ή παραπλανητική,
- β) να δημιουργεί αμφιβολίες σχετικά με την ασφάλεια ή/και τη θρεπτική επάρκεια των άλλων τροφίμων,
- γ) να ενθαρρύνει ή να εμφανίζει ως αποδεκτή την υπερβολική κατανάλωση ενός τροφίμου,
- δ) να δηλώνει, να υποδηλώνει ή να υπονοεί ότι η ισορροπημένη και ποικίλη διατροφή δεν μπορεί να παρέχει επαρκείς ποσότητες των θρεπτικών ουσιών γενικά. Παρεκκλίσεις στην περίπτωση των θρεπτικών ουσιών για τις οποίες η ισορροπημένη και ποικίλη διατροφή δεν μπορεί να παρέχει επαρκείς ποσότητες, καθώς και οι όροι εφαρμογής τους, μπορούν να θεσπίζονται σύμφωνα με τη διαδικασία του άρθρου 25, παράγραφος 2 του εν λόγω κανονισμού λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες στα κράτη μέλη,
- ε) να αναφέρεται σε αλλαγές των λειτουργιών του οργανισμού, οι οποίες θα μπορούσαν να προκαλέσουν αισθήματα φόβου στον καταναλωτή ή να εκμεταλλευθούν το φόβο του, είτε μέσω λεκτικών, είτε εικαστικών, γραφικών ή συμβολικών παραστάσεων.

Γενικοί όροι

1. Η χρήση ισχυρισμών επί θεμάτων διατροφής και υγείας επιτρέπεται μόνον εάν πληρούνται οι ακόλουθοι όροι:

- α) η παρουσία, η απουσία ή η μειωμένη περιεκτικότητα, σε τρόφιμο ή κατηγορία τροφίμων, της θρεπτικής ή άλλης ουσίας για την οποία γίνεται ο ισχυρισμός έχει αποδεδειγμένα ευεργετικό θρεπτικό ή φυσιολογικό αποτέλεσμα, σύμφωνα με γενικώς αποδεκτά επιστημονικά στοιχεία,
- β) η θρεπτική ή άλλη ουσία για την οποία γίνεται ο ισχυρισμός:
 - (i) περιέχεται στο τελικό προϊόν σε σημαντική ποσότητα όπως ορίζεται στην κοινοτική νομοθεσία ή, όπου δεν υπάρχουν τέτοιοι κανόνες, σε ποσότητα

- που θα επιφέρει το θρεπτικό ή φυσιολογικό αποτέλεσμα που δηλώνει ο ισχυρισμός σύμφωνα με γενικώς αποδεκτά επιστημονικά στοιχεία· ή
- (ii) δεν περιέχεται ή περιέχεται σε μειωμένη ποσότητα η οποία επιφέρει το θρεπτικό ή φυσιολογικό αποτέλεσμα που δηλώνει ο ισχυρισμός σύμφωνα με γενικώς αποδεκτά επιστημονικά στοιχεία·
- γ) κατά περίπτωση, η θρεπτική ή άλλη ουσία για την οποία διατυπώνεται ο ισχυρισμός είναι σε μορφή που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τον οργανισμό·
- δ) η ποσότητα του προϊόντος που ευλόγως αναμένεται να καταναλωθεί παρέχει σημαντική ποσότητα της θρεπτικής ή άλλης ουσίας για την οποία διατυπώνεται ο ισχυρισμός, όπως ορίζεται στην κοινοτική νομοθεσία ή, όταν δεν υπάρχουν τέτοιοι κανόνες, σημαντική ποσότητα που θα επιφέρει το θρεπτικό ή φυσιολογικό αποτέλεσμα που δηλώνει ο ισχυρισμός σύμφωνα με γενικώς αποδεκτά επιστημονικά στοιχεία·
- ε) συμμόρφωση με τους ειδικούς όρους που καθορίζονται στο Κεφάλαιο III ή στο Κεφάλαιο IV του εν λόγω κανονισμού αντιστοίχως.
2. Η χρήση ισχυρισμών επί θεμάτων διατροφής και υγείας επιτρέπεται μόνον εάν ο μέσος καταναλωτής αναμένεται να κατανοεί τα ευεργετικά αποτελέσματα όπως αυτά διατυπώνονται στον ισχυρισμό.
3. Οι ισχυρισμοί επί θεμάτων διατροφής και υγείας αναφέρονται σε τρόφιμα έτοιμα προς κατανάλωση σύμφωνα με τις οδηγίες του παρασκευαστή.

Επιστημονική τεκμηρίωση των ισχυρισμών

1. Οι ισχυρισμοί επί θεμάτων διατροφής και υγείας βασίζονται και τεκμηριώνονται από γενικώς αποδεκτά επιστημονικά στοιχεία.
2. Ο υπεύθυνος της επιχείρησης τροφίμων που χρησιμοποιεί ισχυρισμό επί θεμάτων διατροφής ή υγείας αιτιολογεί τη χρήση του ισχυρισμού αυτού.
3. Οι αρμόδιες αρχές των κρατών μελών μπορούν να ζητούν από τον υπεύθυνο της επιχείρησης τροφίμων ή το άτομο που διαθέτει προϊόν στην αγορά να προσκομίσει όλα τα σχετικά στοιχεία και δεδομένα που αποδεικνύουν τη συμμόρφωση με τον παρόντα κανονισμό.

ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΠΕΡΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Συγκριτικοί ισχυρισμοί

1. Μπορεί να γίνεται σύγκριση μόνον μεταξύ τροφίμων της ίδιας κατηγορίας, λαμβάνοντας υπόψη πλείονα τρόφιμα της εν λόγω κατηγορίας. Η διαφορά στην ποσότητα θρεπτικής ουσίας ή/και της ενεργειακής αξίας πρέπει να σημειώνεται, και η σύγκριση πρέπει να αφορά την ίδια ποσότητα τροφίμου.
2. Οι συγκριτικοί ισχυρισμοί διατροφής συγκρίνουν τη σύνθεση του εν λόγω τροφίμου με σειρά τροφίμων της ίδιας κατηγορίας, η σύνθεση των οποίων δεν τους επιτρέπει να φέρουν ισχυρισμό, συμπεριλαμβανομένων των τροφίμων άλλων εμπορικών ονομάτων.

ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΠΕΡΙ ΥΓΕΙΑΣ

Ειδικοί όροι

1. Οι ισχυρισμοί επί θεμάτων υγείας επιτρέπονται μόνον εφόσον στην επισήμανση ή, εάν δεν υπάρχει επισήμανση, στην παρουσίαση και τη διαφήμιση, περιλαμβάνονται οι ακόλουθες πληροφορίες:
 - α) δήλωση που να επισημαίνει τη σπουδαιότητα της ποικίλης και ισορροπημένης διατροφής και του υγιεινού τρόπου ζωής,
 - β) η ποσότητα του τροφίμου και ο τρόπος κατανάλωσης που απαιτούνται ώστε να επιτευχθεί το ευεργετικό αποτέλεσμα που δηλώνει ο ισχυρισμός,
 - γ) κατά περίπτωση, δήλωση προς τα άτομα που πρέπει να αποφεύγουν την κατανάλωση του τροφίμου, και
 - δ) κατάλληλη προειδοποίηση για τα προϊόντα που ενδέχεται να αποτελούν κίνδυνο για την υγεία σε περίπτωση υπερβολικής κατανάλωσής τους.
2. Η μνεία γενικών, μη προσδιοριζόμενων, ευεργετικών αποτελεσμάτων της θρεπτικής ουσίας ή του τροφίμου στο σύνολο της υγείας ή στην ευεξία ως αποτέλεσμα καλής υγείας είναι δυνατή μόνον εάν συνοδεύεται από συγκεκριμένο ισχυρισμό επί θεμάτων υγείας, ο οποίος περιλαμβάνεται στους καταλόγους των άρθρων 13 ή 14 του κανονισμού.

Περιορισμοί της χρήσης ορισμένων ισχυρισμών επί θεμάτων υγείας

Δεν επιτρέπονται οι ισχυρισμοί:

- α) που υπονοούν ότι μπορεί να επηρεασθεί η υγεία από τη μη κατανάλωση του τροφίμου,
- β) που αναφέρονται στο ρυθμό ή την ποσότητα απώλειας βάρους,
- γ) που αναφέρονται σε συστάσεις μεμονωμένων ιατρών ή επαγγελματιών στον τομέα της υγείας.

Ισχυρισμοί επί θεμάτων διατροφής και προϋποθέσεις χρήσης τους

ΧΑΜΗΛΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΞΙΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει χαμηλή ενεργειακή αξία καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερες από 40Kcal (170KJ)/100g για στερεές τροφές ή περισσότερες από 20Kcal (80KJ)/100mL για υγρές τροφές. Για τα επιτραπέζια γλυκαντικά, ισχύει το όριο των 4Kcal (17KJ)/μερίδα, με ισοδύναμες γλυκαντικές ιδιότητες 6g καλαμοσακχάρου (περίπου 1 κουταλάκι του γλυκού καλαμοσακχάρου).

ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΞΙΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει μειωμένη ενεργειακή αξία καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν η ενεργειακή αξία έχει μειωθεί κατά 30% τουλάχιστον, με ένδειξη του ή των χαρακτηριστικών που μειώνουν τη συνολική ενεργειακή αξία του τροφίμου.

ΧΩΡΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΑΞΙΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο δεν έχει ενεργειακή αξία καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερες από 4Kcal (17KJ)/100mL. Για τα επιτραπέζια γλυκαντικά, ισχύει το όριο των 0,4Kcal (1,7KJ)/μερίδα, με ισοδύναμες γλυκαντικές ιδιότητες 6g καλαμοσακχάρου (περίπου 1 κουταλάκι του γλυκού καλαμοσακχάρου).

ΧΑΜΗΛΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 3g λιπαρών ανά 100g για στερεές τροφές ή 1,5g λιπαρών ανά 100mL για υγρές τροφές (1,8g λιπαρών ανά 100mL για το ημιαποβουτυρωμένο γάλα).

ΧΩΡΙΣ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο δεν περιέχει λιπαρά καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 0,5g λιπαρών ανά 100g ή 100mL. Ωστόσο, απαγορεύονται οι ισχυρισμοί που εκφράζονται ως «X% χωρίς λιπαρά».

ΧΑΜΗΛΑ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον εάν το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans λιπαρών οξέων στο προϊόν δεν υπερβαίνει τα 1,5g ανά 100g για στερεές τροφές ή 0,75g ανά 100mL για υγρές τροφές και, σε κάθε περίπτωση, το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών οξέων και των trans λιπαρών οξέων δεν πρέπει να υπερβαίνει το 10% της ενεργειακής αξίας.

ΧΩΡΙΣ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο δεν περιέχει κορεσμένα λιπαρά καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το άθροισμα των κορεσμένων λιπαρών και των trans λιπαρών οξέων δεν υπερβαίνει τα 0,1g κορεσμένων λιπαρών ανά 100g ή 100mL.

ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΣΑΚΧΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε σάκχαρα, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 5g σακχάρων ανά 100g για στερεές τροφές ή 2,5g σακχάρων ανά 100mL για υγρές τροφές.

ΧΩΡΙΣ ΣΑΚΧΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο δεν περιέχει σάκχαρα, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 0,5g σακχάρων ανά 100g ή 100mL.

ΧΩΡΙΣ ΠΡΟΣΘΕΤΑ ΣΑΚΧΑΡΑ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο δεν περιέχει πρόσθετα σάκχαρα, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει πρόσθετους μονοσακχαρίτες ή δισακχαρίτες ή άλλο τρόφιμο που χρησιμοποιείται για τις γλυκαντικές του ιδιότητες. Εάν υπάρχουν φυσικά σάκχαρα στο τρόφιμο, η επισήμανση θα πρέπει να φέρει και την ακόλουθη ένδειξη: «ΠΕΡΙΕΧΕΙ ΦΥΣΙΚΑ ΣΑΚΧΑΡΑ».

ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΝΑΤΡΙΟ/ΑΛΑΤΙ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε νάτριο/αλάτι καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 0,12g νατρίου, ή ισοδύναμη ποσότητα αλατιού, ανά 100g ή ανά 100mL. Για τα νερά, πλην των φυσικών μεταλλικών νερών που υπάγονται στο πεδίο εφαρμογής της οδηγίας 80/777/ΕΟΚ, η τιμή αυτή δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 2mg νατρίου ανά 100mL.

ΠΟΛΥ ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΝΑΤΡΙΟ/ΑΛΑΤΙ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει πολύ χαμηλή περιεκτικότητα σε νάτριο/αλάτι καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 0,04g νατρίου, ή ισοδύναμη ποσότητα αλατιού, ανά 100g ή ανά 100mL. Ο ισχυρισμός αυτός δεν χρησιμοποιείται για τα φυσικά μεταλλικά νερά και τα άλλα νερά.

ΧΩΡΙΣ ΝΑΤΡΙΟ Ή ΑΛΑΤΙ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο δεν περιέχει νάτριο ή αλάτι, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν δεν περιέχει περισσότερα από 0,005g νατρίου, ή ισοδύναμη ποσότητα αλατιού, ανά 100g.

ΠΗΓΗ ΕΔΩΔΙΜΩΝ ΙΝΩΝ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο αποτελεί πηγή εδώδιμων ινών, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον 3g εδώδιμων ινών ανά 100g ή τουλάχιστον 1,5g εδώδιμων ινών ανά 100Kcal.

ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΕΔΩΔΙΜΕΣ ΙΝΕΣ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε εδώδιμες ίνες, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον 6g εδώδιμων ινών ανά 100g ή τουλάχιστον 3g εδώδιμων ινών ανά 100Kcal.

ΠΗΓΗ ΠΡΩΤΕΪΝΩΝ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο αποτελεί πηγή πρωτεϊνών, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν τουλάχιστον το 12% της ενεργειακής αξίας του τροφίμου παρέχεται από πρωτεΐνες.

ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΡΩΤΕΪΝΕΣ

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν τουλάχιστον το 20% της ενεργειακής αξίας του τροφίμου παρέχεται από πρωτεΐνες.

ΠΗΓΗ [ΟΝΟΜΑ ΒΙΤΑΜΙΝΗΣ/ΩΝ] Ή/ΚΑΙ [ΟΝΟΜΑ ΑΝΟΡΓΑΝΟΥ ΑΛΑΤΟΣ/ΩΝ]

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο αποτελεί πηγή βιταμινών ή/και ανοργάνων αλάτων, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον σημαντική ποσότητα, κατά το Παράρτημα της οδηγίας 90/496/ΕΟΚ, ή ποσότητα βάσει παρεκκλίσεων που παρέχονται κατά το άρθρο 6 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1925/2006 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 20ής Δεκεμβρίου 2006 για την προσθήκη βιταμινών και ανόργανων στοιχείων και ορισμένων άλλων ουσιών στα τρόφιμα (1).

ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ [ΟΝΟΜΑ ΒΙΤΑΜΙΝΗΣ/ΩΝ] Ή/ΚΑΙ [ΟΝΟΜΑ ΑΝΟΡΓΑΝΟΥ ΑΛΑΤΟΣ/ΩΝ]

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο έχει υψηλή περιεκτικότητα σε βιταμίνες ή/και ανόργανα άλατα, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν περιέχει τουλάχιστον τη διπλάσια ποσότητα από την «πηγή [ΟΝΟΜΑ ΒΙΤΑΜΙΝΗΣ/ΩΝ] ή/και [ΟΝΟΜΑ ΑΝΟΡΓΑΝΟΥ ΑΛΑΤΟΣ/ΩΝ]».

ΠΕΡΙΕΧΕΙ [ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΘΡΕΠΤΙΚΗΣ Ή ΑΛΛΗΣ ΟΥΣΙΑΣ]

Ο ισχυρισμός ότι τρόφιμο περιέχει θρεπτική ή άλλη ουσία, για την οποία ο παρών κανονισμός δεν θέτει ειδικούς όρους, καθώς και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν είναι σύμφωνο με όλες τις εφαρμοστέες διατάξεις του παρόντος κανονισμού και ιδίως το άρθρο 5. Για τις βιταμίνες και τα ανόργανα άλατα, ισχύουν οι όροι για τη χρήση του ισχυρισμού «πηγή».

ΑΥΞΗΜΕΝΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ (ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΘΡΕΠΤΙΚΗΣ ΟΥΣΙΑΣ)

Ο ισχυρισμός ότι έχει αυξηθεί η περιεκτικότητα μιας ή περισσότερων θρεπτικών ουσιών, πλην βιταμινών και ανόργανων αλάτων, και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν το προϊόν πληροί τις προϋποθέσεις για τον ισχυρισμό «πηγή» και η περιεκτικότητα έχει αυξηθεί τουλάχιστον κατά 30% σε σύγκριση με παρόμοιο προϊόν.

ΜΕΙΩΜΕΝΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ (ΟΝΟΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΘΡΕΠΤΙΚΗΣ ΟΥΣΙΑΣ)

Ο ισχυρισμός ότι έχει μειωθεί η περιεκτικότητα μιας ή περισσότερων θρεπτικών ουσιών, και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, μπορεί να χρησιμοποιείται μόνον όταν η περιεκτικότητα έχει μειωθεί τουλάχιστον κατά 30% σε σύγκριση με παρόμοιο προϊόν, εκτός από την περίπτωση ιχνοστοιχείων όπου επιτρέπεται διαφορά της τάξης του 10% ως προς τις τιμές αναφοράς που ορίζονται με την οδηγία 90/496/ΕΟΚ, και του νατρίου, ή της ισοδύναμης τιμής νατρίου, όπου επιτρέπεται διαφορά της τάξης του 25%.

ΜΕΙΩΜΕΝΩΝ ΘΕΡΜΙΔΩΝ (LIGHT/LITE)

Ο ισχυρισμός ότι προϊόν είναι μειωμένων θερμίδων, και κάθε ισχυρισμός που ενδέχεται να έχει το ίδιο νόημα για τον καταναλωτή, πρέπει να πληροί τις ίδιες προϋποθέσεις με αυτές που καθορίζονται για τον όρο «μειωμένο»: ο ισχυρισμός πρέπει επίσης να συνοδεύεται από ένδειξη του ή των χαρακτηριστικών που καθιστούν το προϊόν «μειωμένων θερμίδων» («light» ή «lite»).

ΕΚ ΦΥΣΕΩΣ/ΦΥΣΙΚΟ

Στην περίπτωση τροφίμων τα οποία εκ φύσεως πληρούν την ή τις προϋποθέσεις που ορίζονται με το παρόν παράρτημα, ο όρος «εκ φύσεως/φυσικό» μπορεί να χρησιμοποιηθεί προτασόμενος του ισχυρισμού.

➤ ΟΔΗΓΙΑ 2003/89/ΕΚ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 10ης Νοεμβρίου 2003 για την τροποποίηση της οδηγίας 2000/13/ΕΚ όσον αφορά την αναγραφή των συστατικών των τροφίμων

Προκειμένου να επιτευχθεί υψηλό επίπεδο προστασίας της υγείας των καταναλωτών και να εξασφαλισθεί το δικαίωμά τους στην ενημέρωση, πρέπει να εξασφαλισθεί η κατάλληλη ενημέρωση των καταναλωτών στον τομέα των τροφίμων, μεταξύ άλλων, με την αναφορά όλων των συστατικών στην ετικέτα.

Ορισμένα συστατικά ή άλλες ουσίες, όταν χρησιμοποιούνται στην παραγωγή τροφίμων και εξακολουθούν να υπάρχουν, προκαλούν αλλεργίες ή δυσανεξίες στους καταναλωτές, και ορισμένες από αυτές τις αλλεργίες ή δυσανεξίες συνιστούν κίνδυνο για την υγεία των ατόμων που υποφέρουν από αυτές.

Η επιστημονική επιτροπή τροφίμων η οποία έχει συσταθεί με το άρθρο 1 της απόφασης 97/579/ΕΚ της Επιτροπής (5) έχει δηλώσει ότι η συχνότητα εμφάνισης των τροφικών αλλεργιών είναι τέτοια ώστε οι αλλεργίες αυτές να επηρεάζουν τη ζωή πολλών ανθρώπων, προκαλώντας ασθένειες από τις οποίες ορισμένες είναι ελαφρές, ενώ άλλες μπορούν να επιφέρουν το θάνατο.

Η εν λόγω επιτροπή αναγνώρισε ότι, μεταξύ των πιο συνηθισμένων αλλεργιογόνων τροφών, περιλαμβάνονται το αγελαδινό γάλα, τα φρούτα, τα ψυχανθή (ιδίως οι αραχίδες και η σόγια), τα αυγά, τα καρκινοειδή, τα καρύδια, τα

ψάρια, τα λαχανικά (το σέλινο και άλλα τρόφιμα της οικογένειας των σκιαδανθών), το σιτάρι και άλλα σιτηρά.

Οι πιο συνηθισμένες αλλεργιογόνες τροφές απαντώνται σε μεγάλη ποικιλία μεταποιημένων τροφίμων.

Η εν λόγω επιτροπή σημείωσε επίσης ότι τα πρόσθετα τροφίμων μπορούν επίσης να προκαλέσουν ανεπιθύμητες αντιδράσεις και ότι είναι συχνά δύσκολο να αποφεύγονται τα πρόσθετα τροφίμων καθόσον δεν αναγράφονται όλα πάντοτε στην επισήμανση.

Ο κατάλογος αλλεργιογόνων ουσιών θα πρέπει να περιλαμβάνει τα τρόφιμα, συστατικά και άλλες ουσίες που έχει αναγνωρισθεί ότι προκαλούν υπερευαισθησία.

Για την καλύτερη ενημέρωση όλων των καταναλωτών και την προστασία της υγείας ορισμένων από αυτούς, θα πρέπει να καταστεί υποχρεωτική η αναγραφή, στον κατάλογο συστατικών, όλων των συστατικών και άλλων ουσιών που υπάρχουν στο τρόφιμο. Στην περίπτωση των αλκοολούχων ποτών, θα πρέπει να συμπεριλαμβάνονται υποχρεωτικά στην επισήμανση όλα τα αλλεργιογόνα συστατικά που υπάρχουν στο συγκεκριμένο ποτό.

Πιθανά αλλεργιογόνα τρόφιμα:

- ☐ Σιτηρά που περιέχουν γλουτένη (δηλαδή σιτάρι , σίκαλη, κριθάρι, βρώμη, σίτος σπέλτα, σιτηρό kamut ή οι υβριδικές τους ποικιλίες) και προϊόντα με βάση τα σιτηρά αυτά
- ☐ Καρκινοειδή και προϊόντα με βάση τα καρκινοειδή
- ☐ Αυγά και προϊόντα με βάση τα αυγά
- ☐ Ψάρια και προϊόντα με βάση τα ψάρια
- ☐ Αραχίδες και προϊόντα με βάση τις αραχίδες
- ☐ Σόγια και προϊόντα με βάση τη σόγια
- ☐ Γάλα και προϊόντα με βάση το γάλα (συμπεριλαμβανομένης της λακτόζης)
- ☐ Καρποί με κέλυφος, δηλαδή αμύγδαλα (*Amygdalus communis* L.), φουντούκια (*Corylus avellana*), καρύδια (*Juglans regia*), καρύδια ανακαρδιωδών (*Anacardium occidentale*), καρύδια πεκάν [*Carya illinoensis* (Wangenh) K. Koch], καρύδια Βραζιλίας (*Bertholletia excelsa*), φυστίκια (*Pistacia vera*), καρποί μακαδαμίας και καρύδια Κουίνσλαντ (*Macadamia ternifolia*) και προϊόντα με βάση τα ανωτέρω
- ☐ Σέλινο και προϊόντα με βάση το σέλινο
- ☐ Μουστάρδα και προϊόντα με βάση τη μουστάρδα
- ☐ Σπόροι σησαμιού και προϊόντα με βάση τους σπόρους σησαμιού
- ☐ Διοξείδιο του θείου καιθειώδεις ενώσεις σε συγκεντρώσεις άνω των 10 mg/Kg ή 10 mg/L εκπεφρασμένο ως SO₂.»

➤ **ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) ΑΡΙΘ. 1925/2006 ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 20ής Δεκεμβρίου 2006 σχετικά με την προσθήκη βιταμινών και ανόργανων συστατικών και ορισμένων άλλων ουσιών στα τρόφιμα**

Υπάρχει ευρύ φάσμα θρεπτικών ουσιών και άλλων συστατικών που επιτρέπεται να χρησιμοποιηθούν στην παρασκευή των τροφίμων, συμπεριλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, των βιταμινών, των ανόργανων συστατικών, συμπεριλαμβανομένων των ιχνοστοιχείων, των αμινοξέων, των απαραίτητων λιπαρών οξέων, των ινών, διαφόρων φυτών και εκχυλισμάτων φυτών. Η προσθήκη τους στα τρόφιμα διέπεται στα κράτη-μέλη από διαφορετικούς εθνικούς κανόνες που εμποδίζουν την ελεύθερη κυκλοφορία αυτών των προϊόντων, δημιουργούν άνισους όρους ανταγωνισμού και, ως εκ τούτου, έχουν άμεσες επιπτώσεις στη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Θα πρέπει, επομένως, να θεσπισθούν κοινοτικοί κανόνες οι οποίοι να εναρμονίζουν τις εθνικές διατάξεις που συνδέονται με την προσθήκη βιταμινών και ανόργανων συστατικών και ορισμένων άλλων ουσιών στα τρόφιμα.

Σκοπός του παρόντος κανονισμού είναι η ρύθμιση της προσθήκης βιταμινών και ανόργανων συστατικών στα τρόφιμα και της χρήσης ορισμένων άλλων ουσιών ή συστατικών που περιέχουν ουσίες άλλες πέραν των βιταμινών και των ανόργανων συστατικών, οι οποίες προστίθενται στα τρόφιμα ή χρησιμοποιούνται στην παρασκευή τροφίμων υπό συνθήκες που οδηγούν στην πρόσληψη ποσοτήτων οι οποίες υπερβαίνουν κατά πολύ εκείνες που ευλόγως αναμένεται να προσληφθούν υπό κανονικές συνθήκες κατανάλωσης στο πλαίσιο μιας ισορροπημένης και ποικίλης διατροφής και/ ή θα αποτελούσαν άλλως δυνητικό κίνδυνο για τους καταναλωτές. Όταν δεν υπάρχουν συγκεκριμένοι κοινοτικοί κανόνες που να απαγορεύουν ή να περιορίζουν τη χρήση ουσιών ή συστατικών που περιέχουν ουσίες άλλες πέραν των βιταμινών ή των ανόργανων συστατικών δυνάμει του παρόντος κανονισμού ή δυνάμει άλλων συγκεκριμένων κοινοτικών διατάξεων,

μπορούν να εφαρμόζονται οι σχετικοί εθνικοί κανόνες, υπό την επιφύλαξη των διατάξεων της Συνθήκης.

Ορισμένα κράτη μέλη απαιτούν την υποχρεωτική προσθήκη μερικών βιταμινών και ανόργανων συστατικών σε ορισμένα συνήθη τρόφιμα, για λόγους που υπαγορεύονται από την προφύλαξη της δημόσιας υγείας. Οι λόγοι αυτοί μπορεί να είναι σημαντικοί σε εθνικό ή και σε περιφερειακό επίπεδο αλλά δεν θα συνηγορούσαν σήμερα υπέρ της εναρμόνισης της υποχρεωτικής προσθήκης θρεπτικών ουσιών σε ολόκληρη την Κοινότητα. Ωστόσο, εάν και όταν αυτό καταστεί κατάλληλο, οι διατάξεις αυτές θα μπορούσαν να εγκριθούν σε κοινοτικό επίπεδο. Εν τω μεταξύ, θα ήταν χρήσιμο να συλλεχθούν πληροφορίες για τα εθνικά αυτά μέτρα.

Στα τρόφιμα θα πρέπει να επιτρέπεται η προσθήκη μόνον των βιταμινών και των ανόργανων συστατικών που συνήθως ανευρίσκονται και καταναλίσκονται ως μέρος της διατροφής και θεωρούνται ως απαραίτητες θρεπτικές ουσίες, μολονότι αυτό δεν σημαίνει ότι η προσθήκη τους εκεί είναι αναγκαία. Θα πρέπει επίσης να αποφευχθεί τυχόν αμφισβήτηση η οποία θα μπορούσε να προκύψει όσον αφορά την ταυτότητα των απαραίτητων αυτών θρεπτικών ουσιών. Ως εκ τούτου, είναι σκόπιμο να καταρτισθεί θετικός κατάλογος των εν λόγω βιταμινών και ανόργανων συστατικών.

Οι χημικές ουσίες που χρησιμοποιούνται ως πηγές βιταμινών και ανόργανων συστατικών και που μπορούν να προστίθενται στα τρόφιμα θα πρέπει να είναι ασφαλείς και βιοδιαθέσιμες, δηλαδή να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τον ανθρώπινο οργανισμό. Για το λόγο αυτόν, θα πρέπει να καταρτισθεί θετικός κατάλογος και των εν λόγω ουσιών. Στο θετικό αυτόν κατάλογο θα πρέπει να περιλαμβάνονται οι ουσίες που έχουν εγκριθεί από την Επιστημονική Επιτροπή Τροφίμων με την γνωμοδότηση της 12ης Μαΐου 1999, βάσει των ανωτέρω κριτηρίων ασφάλειας και βιοδιαθεσιμότητας, για χρήση στην παρασκευή τροφίμων που προορίζονται για βρέφη και μικρά παιδιά, άλλων τροφίμων ειδικής διατροφής ή συμπληρωμάτων διατροφής. Μολονότι το χλωριούχο νάτριο (κοινό αλάτι) δεν

συμπεριλαμβάνεται στις ουσίες του εν λόγω καταλόγου, μπορεί να εξακολουθήσει να χρησιμοποιείται ως συστατικό για την παρασκευή τροφίμων.

Η υπερβολική πρόσληψη βιταμινών και ανόργανων συστατικών μπορεί να έχει παρενέργειες για την υγεία και γι' αυτό καθίσταται αναγκαία η θέσπιση ανώτατων ποσοτήτων γι' αυτά όταν προστίθενται στα τρόφιμα. Οι ποσότητες αυτές θα πρέπει να εξασφαλίζουν ότι η κανονική χρήση των προϊόντων, με βάση τις οδηγίες χρήσεως του παρασκευαστή και στο πλαίσιο ποικίλης διατροφής, θα είναι ασφαλής για τον καταναλωτή. Συνεπώς, οι ποσότητες αυτές θα πρέπει να είναι συνολικά ανώτατα επίπεδα ασφάλειας των βιταμινών και των ανόργανων συστατικών που υπάρχουν στο τρόφιμο εκ φύσεως ή/ και προστίθενται στο τρόφιμο για οποιοδήποτε σκοπό, συμπεριλαμβανομένων των τεχνολογικών χρήσεων.

Επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση:

1. Η επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση των τροφίμων στα οποία έχουν προστεθεί βιταμίνες και ανόργανα συστατικά δεν πρέπει να αναφέρει ρητά ή να υπονοεί, καθ' οιονδήποτε τρόπο, ότι μια επαρκής και ποικίλη διατροφή δεν μπορεί να παράσχει κατάλληλες ποσότητες θρεπτικών ουσιών. Εφόσον κρίνεται σκόπιμο, μπορεί να θεσπίζεται, παρέκκλιση για μια συγκεκριμένη θρεπτική ουσία.
2. Η επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση των τροφίμων στα οποία έχουν προστεθεί βιταμίνες και ανόργανα συστατικά δεν πρέπει να παραπλανά ή να εξαπατά τον καταναλωτή ως προς τη διατροφική αξία των τροφίμων που ενδέχεται να προκύπτει από την προσθήκη αυτών των θρεπτικών ουσιών.
3. Η επισήμανση σχετικά με τις διατροφικές ιδιότητες των προϊόντων στα οποία έχουν προστεθεί βιταμίνες και ανόργανα συστατικά και τα οποία καλύπτονται από τον παρόντα κανονισμό είναι υποχρεωτική.
4. Η επισήμανση των προϊόντων στα οποία έχουν προστεθεί βιταμίνες και ανόργανα συστατικά μπορεί να αναφέρει την προσθήκη αυτήν βάσει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1924/2006.

5. Το παρόν άρθρο ισχύει υπό την επιφύλαξη άλλων διατάξεων της ισχύουσας νομοθεσίας περί τροφίμων οι οποίες εφαρμόζονται σε συγκεκριμένες κατηγορίες τροφίμων.

Βιταμίνες και ανόργανα συστατικά που επιτρέπεται να προστίθενται στα τρόφιμα

1. Βιταμίνες	2. Ανόργανα Συστατικά
Βιταμίνη Α	Ασβέστιο
Βιταμίνη D	Μαγνήσιο
Βιταμίνη Ε	Σίδηρος
Βιταμίνη Κ	Χαλκός
Βιταμίνη Β1	Ιώδιο
Βιταμίνη Β2	Ψευδάργυρος
Νιασίνη	Μαγγάνιο
Παντοθενικό οξύ	Νάτριο
Βιταμίνη Β6	Κάλιο
Φολικό οξύ	Σελήνιο
Βιταμίνη Β12	Χρώμιο
Βιοτίνη	Μολυβδαίνιο
Βιταμίνη C	Φθοριούχα
	Χλωριούχα
	Φώσφορος

- **ΟΔΗΓΙΑ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 21ης Δεκεμβρίου 1988 για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με τα πρόσθετα που μπορούν να χρησιμοποιούνται στα τρόφιμα τα οποία προορίζονται για ανθρώπινη διατροφή (89/107/ΕΟΚ)**

Η παρούσα οδηγία εφαρμόζεται στα πρόσθετα τροφίμων των κατηγοριών που απαριθμούνται στον παρακάτω πίνακα, τα οποία χρησιμοποιούνται ή προορίζονται να χρησιμοποιηθούν ως συστατικά κατά την κατασκευή ή την παρασκευή ενός τροφίμου και παραμένουν στο τελικό προϊόν, έστω και με αλλαγμένη μορφή, και τα οποία στο εξής καλούνται «πρόσθετα τροφίμων».

Ορισμοί:

Ως «πρόσθετο τροφίμων» νοείται οποιαδήποτε ουσία που είτε έχει θρεπτική αξία είτε όχι, δεν καταναλώνεται συνήθως μόνη της ως τρόφιμο ούτε χρησιμοποιείται συνήθως ως χαρακτηριστικό συστατικό τροφίμων και της οποίας η σκόπιμη προσθήκη στα τρόφιμα, για τεχνολογικούς σκοπούς, κατά την κατασκευή, τη μεταποίηση, την παρασκευή, την κατεργασία, τη συσκευασία, τη μεταφορά ή την αποθήκευση, έχει ως αποτέλεσμα ή αναμένεται λογικά να έχει ως αποτέλεσμα να αποτελέσουν η ίδια ή τα παράγωγά της συστατικό στοιχείο των τροφίμων αυτών, άμεσα ή έμμεσα.

Γενικοί όροι για τα πρόσθετα που δεν προορίζονται για πώληση:

Τα πρόσθετα των τροφίμων που δεν προορίζονται για πώληση στον τελικό καταναλωτή μπορούν να διατίθενται στο εμπόριο μόνον εφόσον η συσκευασία τους ή τα δοχεία τους φέρουν τις ακόλουθες ενδείξεις, που πρέπει να είναι ευδιάκριτες, ευανάγνωστες και ανεξίτηλες:

- α)** —όταν τα πρόσθετα των τροφίμων πωλούνται μόνα τους ή αναμεμιγμένα μεταξύ τους, την ονομασία κάθε προσθέτων, όπως προβλέπεται από τις ισχύουσες κοινοτικές διατάξεις και τον αριθμό ΕΟΚ ή, όταν δεν υπάρχουν παρόμοιες διατάξεις, μια αρκετά ακριβή περιγραφή του προϊόντος που να

επιτρέπει τη διάκρισή του από άλλα με τα οποία μπορεί να γίνει σύγχυση, κατά φθίνουσα τάξη βάρους στο σύνολο·

—όταν στα πρόσθετα ενσωματώνονται άλλες ουσίες, ύλες ή συστατικά τροφίμων για να διευκολύνεται η αποθήκευση, η πώληση, η τυποποίηση, η διάλυση ή η αραίωση ενός προσθέτου ή προσθέτων, το όνομα του προσθέτου σύμφωνα με όσα ορίζονται στην πρώτη περίπτωση, καθώς και η ένδειξη του κάθε συστατικού στοιχείου, κατά φθίνουσα τάξη βάρους στο σύνολο·

β) —την ένδειξη «κατάλληλο για τρόφιμα»·

—ή «για τρόφιμα, περιορισμένη χρήση»,

—ή πιο συγκεκριμένη ένδειξη για τη χρήση του στο τρόφιμο για το οποίο προορίζεται·

γ) ενδεχομένως, τυχόν ιδιαίτερες συνθήκες διατήρησης και χρήσης·

δ) οδηγίες χρήσης, σε περίπτωση που η παράλειψή τους δεν επιτρέπει την ορθή χρησιμοποίηση του προσθέτου·

ε) ένδειξη που να επιτρέπει την αναγνώριση της παρτίδας·

στ) το όνομα ή την εταιρική επωνυμία και τη διεύθυνση του κατασκευαστή ή του συσκευαστή ή ενός πωλητή εγκατεστημένου στην Κοινότητα·

ζ) την ένδειξη της εκατοστιαίας αναλογίας κάθε συστατικού στοιχείου του οποίου η παρουσία στο τρόφιμο υπόκειται σε ποσοτικό περιορισμό ή επαρκή στοιχεία για τη σύνθεση του προϊόντος, ώστε ο αγοραστής να είναι σε θέση να συμμορφωθεί με τυχόν κοινοτικές διατάξεις ή, όταν δεν υπάρχουν, με τις εθνικές διατάξεις που ισχύουν για το τρόφιμο αυτό. Όταν ο ίδιος ποσοτικός περιορισμός εφαρμόζεται σε ομάδα συστατικών στοιχείων που χρησιμοποιούνται μεμονωμένα ή σε συνδυασμό, η εκατοστιαία αναλογία του συνδυασμού μπορεί να εκφράζεται με μια μόνο τιμή·

η) την καθαρή ποσότητα

Γενικοί όροι για τα πρόσθετα που προορίζονται για πώληση:

Τα πρόσθετα των τροφίμων που προορίζονται για πώληση στον τελικό καταναλωτή μπορούν να διατίθενται στο εμπόριο μόνον εφόσον η συσκευασία

τους ή τα δοχεία τους φέρουν τις ακόλουθες ενδείξεις, που πρέπει να είναι ευδιάκριτες, ευανάγνωστες και ανεξίτηλες:

α) την ονομασία πώλησης του προϊόντος. Η ονομασία αυτή είναι εκείνη που καθορίζεται από τις κοινοτικές διατάξεις που ισχύουν για το εν λόγω προϊόν και τον αριθμό ΕΟΚ ή, όταν δεν υπάρχουν παρόμοιες διατάξεις, μια αρκετά ακριβής περιγραφή του προϊόντος που να επιτρέπει τη διάκρισή του από άλλα με τα οποία μπορεί να γίνει σύγχυση.

β) την ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας του προϊόντος.

Κατηγορίες προσθέτων τροφίμων:

Χρωστικό	Συντηρητικό
Αντιοξειδωτικό	Γαλακτωματοποιητής
Γαλακτωματοποιητικό άλας	Πυκνωτικό μέσο
Πηκτωματοποιητής	Σταθεροποιητής
Ενισχυτικό γεύσης	Μέσο οξινισμού
Διορθωτικό οξύτητας	Αντισυσσωματωτικό
Τροποποιημένο άμυλο	Γλυκαντικό
Διογκωτική σκόνη	Αντιαφριστικό
Υλικό επικάλυψης	Βελτιωτικό αλεύρων
Σκληρυντικό	Υγροσκοπικό μέσο
Συμπλοκοποιητής	Ενζυμο
Διογκωτικό	Προωστικό αέριο και αέριο συσκευασίας

- Γενικές οδηγίες για την εφαρμογή της αρχής της ποσοτικής δήλωσης συστατικών (QUID) άρθρο 7 της οδηγίας 79/112/EEC όπως τροποποιείται από την οδηγία 97/4/EC

Πεδίο γενικής εφαρμογής

1. Η απαίτηση ποσοτικής δήλωσης συστατικών θα ισχύσει σε γενικές γραμμές για όλα τα τρόφιμα, συμπεριλαμβανομένων των ποτών, με περισσότερα από ένα συστατικά.
2. Η ποσοτική δήλωση συστατικού θα ισχύσει επίσης για τα προϊόντα που αυτήν την περίοδο έχουν απαλλαγεί από την επισήμανση της λίστας συστατικών. Για αυτά τα τρόφιμα, η ποσοτική δήλωση συστατικών θα πρέπει να υποδειχθεί μέσα ή αμέσως δίπλα στο όνομα με το οποίο το προϊόν πωλείται εκτός αν υπάρχει ένας κατάλογος συστατικών εθελοντικά υποδειγμένος στη συσκευασία, οπότε σ' αυτή την περίπτωση η ποσότητα μπορεί να εμφανιστεί στον κατάλογο. Η ποσοτική δήλωση συστατικού δεν ισχύει για προϊόντα κακάου και σοκολάτας.
3. Η απαίτηση ποσοτικής δήλωσης συστατικού δεν ισχύει για τα φυσικά παρόντα συστατικά στα τρόφιμα που δεν έχουν προστεθεί ως συστατικά, π.χ. καφεΐνη (στον καφέ) και βιταμίνες και ανόργανα άλατα (στους χυμούς φρούτων).

Η ποσοτική δήλωση συστατικών απαιτείται στις ακόλουθες περιπτώσεις:

«... όπου το συστατικό ή η κατηγορία σχετικών συστατικών εμφανίζεται στο όνομα με το οποίο τα τρόφιμα πωλούνται ή συνδέονται συνήθως με εκείνο το όνομα από τον καταναλωτή.»

Δηλαδή, όπου:

- α) το συστατικό συμπεριλαμβάνεται στο όνομα των τροφίμων ή
- β) η κατηγορία συστατικού συμπεριλαμβάνεται στο όνομα των τροφίμων

Πιο αναλυτικά:

Όταν ένα σύνθετο συστατικό εμφανίζεται στο όνομα (π.χ. γεμιστά μπισκότα με μια κρέμα), αυτό είναι το ποσοστό του σύνθετου συστατικού που πρέπει να υποδειχθεί. Εάν ένα συστατικό του σύνθετου συστατικού αναφέρεται, το ποσοστό

του πρέπει επίσης να δοθεί (π.χ. γεμιστά μπισκότα με μια κρέμα που περιέχει αυγά).

Ακόμη, απαιτείται μια ποσοτική δήλωση συστατικών στα προϊόντα όπου ο καταναλωτής συνδέει γενικά το συστατικό ή την κατηγορία συστατικών με το όνομα των τροφίμων. Αυτό είναι πλέον πιθανό να συμβεί όπου τα προϊόντα περιγράφονται χρησιμοποιώντας τα συνήθη ονόματα χωρίς πρόσθετη περιγραφή.

Δύο όροι πρέπει να ικανοποιηθούν έτσι ώστε η ποσοτική δήλωση συστατικών να μπορεί να ισχύσει:

Το συστατικό ή η κατηγορία συστατικού πρέπει να είναι ουσιαστικό

- α) για να χαρακτηρίσει τα τρόφιμα, και
- β) για να τα διακρίνει από τα προϊόντα με τα οποία μπορεί να συγχέεται λόγω του ονόματός του ή της εμφάνισής του.

Η ποσοτική δήλωση συστατικών δεν απαιτείται στις ακόλουθες περιπτώσεις:

Οποιοδήποτε προϊόν που δηλώνει το ξηρό καθαρό βάρος και το καθαρό βάρος στην ετικέτα του απαλλάσσεται της ανάγκης να δοθεί μια χωριστή ποσοτική δήλωση συστατικών εφόσον η ποσότητα ενός συστατικού ή μιας κατηγορίας συστατικών μπορεί να υπολογισθεί από τις ενδείξεις που αναγράφονται.

Επίσης, η απαλλαγή από την απαίτηση ποσοτικής δήλωσης συστατικών εφαρμόζεται όπου η ποσότητα ενός συστατικού που αναφέρεται στο όνομα τροφίμων δεν έχει επιπτώσεις στην καταναλωτική συμπεριφορά.

Η απαλλαγή ισχύει μόνο στις περιπτώσεις όπου το όνομα του συστατικού εμφανίζεται στο όνομα των τροφίμων. Εφαρμόζεται επίσης όπου γίνεται πανομοιότυπη επανάληψη της διατύπωσης του ονόματος του προϊόντος στις διαφορετικές πλευρές της συσκευασίας. Δεν θα ισχύσει εάν δίνεται έμφαση στο όνομα του συστατικού, και ιδιαίτερα όπου εκείνο το όνομα εμφανίζεται πάνω από το όνομα με το οποίο το προϊόν πωλείται και μέσα στις πληροφορίες που εφιστούν την προσοχή του αγοραστή στην παρουσία του συστατικού.

Η θέση της ποσοτικής δήλωσης συστατικού

«η ένδειξη θα εμφανιστεί είτε μέσα είτε αμέσως δίπλα στο όνομα με το οποίο τα τρόφιμα πωλούνται ή στον κατάλογο συστατικών σχετικά με το συστατικό ή την κατηγορία των εν λόγω συστατικών.»

➤ ***Οδηγία 98/6/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 16ης Φεβρουαρίου 1998, περί της προστασίας των καταναλωτών όσον αφορά την αναγραφή των τιμών των προϊόντων που προσφέρονται στους καταναλωτές.***

Η αναγραφή της τιμής πώλησης και της μοναδιαίας τιμής είναι υποχρεωτική για όλα τα προϊόντα που προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές, έτσι ώστε να βελτιωθεί η ενημέρωση των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η σύγκριση των τιμών. Οι αναγραφόμενες τιμές πρέπει να είναι σαφείς, εύκολα αναγνωρίσιμες και ευανάγνωστες.

Η τιμή πώλησης και η μοναδιαία τιμή πρέπει να αναγράφονται σε όλα τα προϊόντα που προσφέρονται από τους εμπόρους στους καταναλωτές με τρόπο σαφή, εύκολα αναγνωρίσιμο και ευανάγνωστο. Ως σαφή, η οδηγία εννοεί την τελική τιμή συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ και των λοιπών φόρων.

Στα προϊόντα πωλούμενα χύμα, πρέπει να αναγράφεται μόνο η μοναδιαία τιμή.

Κάθε διαφήμιση η οποία αναφέρει την τιμή πώλησης πρέπει επίσης να δηλώνει και τη μοναδιαία τιμή.

Τα κράτη μέλη μπορούν:

- να απαλλάγουν από την υποχρέωση αναγραφής της μοναδιαίας τιμής για τα προϊόντα εκείνα στα οποία η ένδειξη αυτή δεν θα ήταν χρήσιμη ή θα μπορούσε να δημιουργήσει σύγχυση·
- να καταρτίσουν έναν κατάλογο μη εδωδίων προϊόντων τα οποία υπάγονται στην υποχρέωση αναγραφής της τιμής ανά μονάδα μέτρησης.

A4: ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗΣ

Τρόφιμα που προορίζονται για ειδική διατροφή

Τα τρόφιμα που προορίζονται για ειδική διατροφή (βρέφη, πρόσωπα με προβλήματα του πεπτικού συστήματος ή του μεταβολισμού, ή σε ιδιαίτερη φυσιολογική κατάσταση) εναρμονίζονται όσον αφορά την παρουσίασή τους. Η επισήμανση αυτών των προϊόντων έχει ειδικές απαιτήσεις, για παράδειγμα την αναφορά της ενεργειακής αξίας, του περιεχομένου σε υδατάνθρακες, πρωτεΐνες και λιπίδια

- *Οδηγία 89/398/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 3ης Μαΐου 1989 για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών σχετικά με τα τρόφιμα που προορίζονται για ειδική διατροφή*

Η οδηγία εφαρμόζεται στα τρόφιμα που προορίζονται για ειδική διατροφή. Τα τρόφιμα αυτά αντιστοιχούν στον αναφερόμενο διατροφικό στόχο και διατίθενται στο εμπόριο κατά τρόπο που να αναφέρει ότι ανταποκρίνονται στο στόχο αυτό. Η ειδική διατροφή πρέπει να ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες διατροφικές ανάγκες των ακόλουθων κατηγοριών καταναλωτών:

- πρόσωπα τα οποία παρουσιάζουν προβλήματα του πεπτικού συστήματος ή του μεταβολισμού·
- πρόσωπα τα οποία βρίσκονται σε ιδιαίτερη φυσιολογική κατάσταση·
- βρέφη ή νήπια σε καλή κατάσταση υγείας.

Απαγορεύεται η χρήση των χαρακτηριστικών «διαιτητικό» ή «διαίτης» στην επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση τροφίμων μαζικής κατανάλωσης.

Η οδηγία καθορίζει τη διαδικασία η οποία πρέπει να ακολουθείται για ένα συγκεκριμένο προϊόν διατροφής, για το οποίο, αν και συμμορφώνεται προς τις προδιαγραφές της αντίστοιχης ειδικής οδηγίας, υπάρχουν υποψίες ότι παρουσιάζει κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία.

Επίσης η οδηγία αυτή θεσπίζει τον κατάλογο των τροφίμων που προορίζονται για ειδική διατροφή και για τα οποία θα εκδοθούν διατάξεις μέσω ειδικών οδηγιών:

- Τροφές με βάση τα δημητριακά και παιδικές τροφές για βρέφη και μικρά παιδιά.
- Τρόφιμα που προορίζονται να χρησιμοποιηθούν σε δίαιτες μειωμένων θερμίδων για απώλεια βάρους.
- Σκευάσματα για βρέφη και σκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας
- Διαιτητικά τρόφιμα προοριζόμενα για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς .
- Τρόφιμα για την καταβολή έντονης μυϊκής προσπάθειας, ιδίως για τους αθλητές.

Σύνθεση τροφίμων που προορίζονται για ειδική διατροφή

- *Οδηγία 2001/15/EK της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, της 15ης Φεβρουαρίου 2001, σχετικά με τις ουσίες που επιτρέπεται να προστίθενται για ειδικούς διατροφικούς σκοπούς σε τρόφιμα προοριζόμενα για ειδική διατροφή [Επίσημη Εφημερίδα L 52, 22.02.2001]*

Η οδηγία αυτή καθορίζει ποιες είναι οι θρεπτικές ουσίες που επιτρέπεται να προστίθενται στα τρόφιμα που προορίζονται για ειδική διατροφή. Κατ' αυτό τον τρόπο, επιτρέπεται η προσθήκη των ακόλουθων θρεπτικών ουσιών:

- Των χημικών ουσιών που προσδιορίζονται στο παράρτημα της οδηγίας και ανήκουν σε ορισμένες κατηγορίες ουσιών (βιταμίνες, ανόργανα άλατα, αμινοξέα, καρνιτίνες και ταυρίνες, νουκλεοτίδια, χολίνες και ινοσιτόλες). Για την επιλογή αυτών των χημικών ουσιών κριτήρια είναι ο ακίνδυνος χαρακτήρας τους, η δυνατότητα χρησιμοποίησής τους από τον άνθρωπο και οι οργανοληπτικές και οι τεχνολογικές τους ιδιότητες. Ως προς αυτές ισχύουν τα κριτήρια καθαρότητας που προβλέπονται κατά κανόνα από την κοινοτική νομοθεσία για την παρασκευή τροφίμων και, ελλείψει αυτών, τα γενικώς

αποδεκτά κριτήρια καθαρότητας που συνιστώνται από τους διεθνείς οργανισμούς.

- Των χημικών ουσιών που ανήκουν σε κατηγορίες ουσιών άλλες από τις βιταμίνες, τα ανόργανα άλατα, τα αμινοξέα, τις καρνιτίνες και ταυρίνες, τα νουκλεοτίδια και τις χολίνες και ινοσιτόλες.

Τα τρόφιμα στα οποία προστίθενται αυτές οι θρεπτικές ουσίες πρέπει να είναι ακίνδυνα και να ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες ανάγκες διατροφής των ατόμων για τα οποία προορίζονται.

Ταξινόμηση, συσκευασία και επισήμανση των επικίνδυνων ουσιών

Εναρμονίζονται η ταξινόμηση, η συσκευασία και η επισήμανση των επικίνδυνων ουσιών για να εξασφαλιστεί η προστασία της δημόσιας υγείας και του περιβάλλοντος καθώς και η ελεύθερη κυκλοφορία των προϊόντων αυτών. Η εναρμόνιση της επισήμανσης επιτρέπει στους καταναλωτές να αναγνωρίζουν εύκολα τις ουσίες αυτές. Εξάλλου, η νομοθεσία ρυθμίζει και τους τύπους των δοκιμών που πρέπει να διενεργούνται, επιχειρώντας να αντικαταστήσει τα πειράματα με ζώα με άλλους τύπους δοκιμών που είναι επιστημονικά αποδεκτές. Η τελευταία πρόταση τροποποίησης της νομοθεσίας αποσκοπεί στη θέσπιση ενός ενιαίου ολοκληρωμένου συστήματος καταχώρισης (σύστημα REACH) και στη σύσταση ενός Ευρωπαϊκού Οργανισμού Χημικών Προϊόντων.

- **Οδηγία 67/548/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 27ης Ιουνίου 1967, περί προσεγγίσεως των νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων που αφορούν την ταξινόμηση, συσκευασία και επισήμανση των επικινδύνων ουσιών.**

Ορισμός

Στο πλαίσιο της οδηγίας νοούνται ως ουσίες τα χημικά στοιχεία και οι ενώσεις τους όπως παρουσιάζονται στη φυσική τους κατάσταση ή όπως παράγονται από τη βιομηχανία. Ως «παρασκευάσματα» νοούνται τα μίγματα ή διαλύματα που αποτελούνται από δύο ή περισσότερες ουσίες.

Ταξινόμηση

Η ταξινόμηση των επικίνδυνων ουσιών βασίζεται στις κατηγορίες που ορίζονται σαφώς στην οδηγία λαμβάνοντας υπόψη τον υψηλότερο βαθμό και την ειδική φύση των κινδύνων. Οι ουσίες ταξινομούνται ως εκρηκτικές, εύφλεκτες, τοξικές, επιβλαβείς κ.λπ. Στο παράρτημα I της οδηγίας περιλαμβάνεται κατάλογος για την ταξινόμηση των επικίνδυνων ουσιών.

Συσκευασία

Η συσκευασία των ουσιών πρέπει να πληρεί τις ακόλουθες διατάξεις:

- η συσκευασία πρέπει να εμποδίζει κάθε απώλεια του περιεχομένου με εξαίρεση τις περιπτώσεις όπου έχουν προδιαγραφεί ειδικά συστήματα ασφαλείας·
- τα υλικά από τα οποία αποτελείται η συσκευασία και το σύστημα κλεισίματος δεν πρέπει να προσβάλλονται από το περιεχόμενο ούτε να σχηματίζουν με αυτό επικίνδυνες ή βλαβερές ενώσεις·
- οι συσκευασίες και τα συστήματα κλεισίματος πρέπει να είναι ανθεκτικά κατά τρόπο που να αποκλείει κάθε χαλάρωση.

Επισήμανση

Στην επισήμανση πρέπει να δηλώνεται:

- η ονομασία της ουσίας·
- η προέλευση της ουσίας (το όνομα και η διεύθυνση του παραγωγού, του διανομέα ή του εισαγωγέα)·
- τα σύμβολα και οι ενδείξεις των κινδύνων που παρουσιάζει η χρησιμοποίηση της ουσίας·
- υπόμνηση σχετικά με τις ιδιαίτερα επικίνδυνες καταστάσεις που προκύπτουν από τους κινδύνους αυτούς.

Επιπλέον, η επισήμανση πρέπει να τηρεί τις διατάξεις σχετικά με τις διαστάσεις της ετικέτας. Οι διαστάσεις της ετικέτας πρέπει να είναι τουλάχιστον ίσες προς τις διαστάσεις του κανονικού τύπου A8 (52 x 74 mm) και κάθε σύμβολο πρέπει να καταλαμβάνει τουλάχιστον ένα δέκατο της επιφάνειας της ετικέτας.

Όσον αφορά την επισήμανση, τα κράτη μέλη δύνανται να απαιτούν το περιεχόμενο της ετικέτας επικίνδυνης ουσίας να έχει συνταχθεί στην ή στις εθνικές τους γλώσσες.

Στην περίπτωση που η συσκευασία είναι πολύ μικρών διαστάσεων, επιτρέπεται η επισήμανση με άλλον τρόπο. Εξάλλου, οι συσκευασίες των επικίνδυνων ουσιών που δεν είναι ούτε εκρηκτικές ούτε τοξικές επιτρέπεται να μην φέρουν ετικέτα ή να επισημαίνονται κατ' άλλον τρόπο, εφόσον περιέχουν ποσότητες τόσο περιορισμένες ώστε να μην δικαιολογείται φόβος κινδύνου για τους χρήστες.

Ιχνηλασιμότητα και επισήμανση των γενετικά τροποποιημένων οργανισμών (ΓΤΟ)

Η Ευρωπαϊκή Ένωση εγγυάται την ιχνηλασιμότητα και την επισήμανση των γενετικά τροποποιημένων οργανισμών και των προϊόντων που λαμβάνονται από τους ΓΤΟ σε όλο το μήκος της τροφικής αλυσίδας. Η ιχνηλασιμότητα των ΓΤΟ επιτρέπει τον έλεγχο και την επαλήθευση των ενδείξεων που αναφέρονται στις ετικέτες, την παρακολούθηση των επιπτώσεων στο περιβάλλον και την απόσυρση των ΓΤΟ που είναι ενδεχομένως επικίνδυνοι για την υγεία του ανθρώπου ή των ζώων.

- **Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1831/2003 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Σεπτεμβρίου 2003, σχετικά με την ιχνηλασιμότητα και την επισήμανση γενετικώς τροποποιημένων οργανισμών και την ιχνηλασιμότητα τροφίμων και ζωοτροφών που παράγονται από γενετικώς τροποποιημένους οργανισμούς, καθώς και για την τροποποίηση της οδηγίας 2001/18/ΕΚ.**

Ορισμός

Ιχνηλασιμότητα (δυνατότητα προσδιορισμού της προέλευσης): η ικανότητα παρακολούθησης των ΓΤΟ και των προϊόντων που παρασκευάζονται από ΓΤΟ σε όλα τα στάδια της εμποροποίησης τους, καθ' όλο το μήκος της αλυσίδας παραγωγής και διανομής.

Ο κανονισμός σχετικά με την ιχνηλασιμότητα και την επισήμανση των ΓΤΟ και των προϊόντων που λαμβάνονται από τους ΓΤΟ προβλέπει ότι η ιχνηλασιμότητα θα απαιτείται καθ' όλο το μήκος της τροφικής αλυσίδας. Το μέτρο αυτό αποβλέπει σε δύο κύριους στόχους:

- να ενημερώνονται οι καταναλωτές χάρη στην υποχρεωτική επισήμανση αυτού του τύπου προϊόντων,
- να δημιουργηθεί ένα «δίκτυο ασφαλείας» με βάση την ιχνηλασιμότητα των προϊόντων αυτών σε όλα τα στάδια της παρασκευής και της διάθεσης στην αγορά.

Αυτό το «δίκτυο ασφαλείας» επιτρέπει τον έλεγχο και την επαλήθευση των ισχυρισμών περί θρεπτικής αξίας που εμφανίζονται στις ετικέτες, την εποπτεία των δυνητικών επιπτώσεων στην ανθρώπινη υγεία ή στο περιβάλλον και την απόσυρση προϊόντων εάν διαπιστωθεί απρόοπτος κίνδυνος για την ανθρώπινη υγεία ή το περιβάλλον.

Επισήμανση

Περιλαμβάνει όλα τα τρόφιμα που παράγονται από ΓΤΟ.

Περιλαμβάνει επίσης όλες τις γενετικά τροποποιημένες ζωοτροφές, με τον ίδιο βαθμό προστασίας όπως τα τρόφιμα που προορίζονται για κατανάλωση από τον άνθρωπο.

Όλα τα εγκεκριμένα σύμφωνα με τον εν λόγω κανονισμό προϊόντα πρέπει να υποβάλλονται σε υποχρεωτική επισήμανση, και επομένως ο καταναλωτής θα διαθέτει περισσότερες πληροφορίες σχετικά με την επισήμανση των προϊόντων ΓΤΟ που προορίζονται για κατανάλωση είτε από τον άνθρωπο είτε από τα ζώα. Την ασφάλεια του καταναλωτή εγγυάται η ιχνηλασιμότητα των προϊόντων ΓΤΟ ή εκείνων που περιέχουν ΓΤΟ.

Προϊόν ΓΤΟ ή προϊόν που περιέχει ΓΤΟ

Για να διευκολυνθεί η ιχνηλασιμότητα των ΓΤΟ και για να προστατευθεί επίσης το περιβάλλον, ο κανονισμός απαιτεί από τους υπεύθυνους γεωργικών εκμεταλλεύσεων τη διαβίβαση των ακόλουθων πληροφοριών:

- την ένδειξη ότι τα προϊόντα είναι ΓΤΟ ή περιέχουν τέτοιους οργανισμούς·
- τον ενιαίο αλφαριθμητικό κωδικό που χρησιμεύει για τον προσδιορισμό των ΓΤΟ που περιέχονται στα προϊόντα.

Αυτό το σύστημα αναγνώρισης ή ενιαίου κωδικού των ΓΤΟ, επιτρέπει τη γνώση των ιδιαιτεροτήτων και χαρακτηριστικών που προσιδιάζουν σε αυτά τα προϊόντα για την εποπτεία της ιχνηλασιμότητας

Άλλωστε, ο κανονισμός προβλέπει ότι οι υπεύθυνοι εκμεταλλεύσεων που διαθέτουν στην αγορά ένα προσυσκευασμένο προϊόν αποτελούμενο από ΓΤΟ ή που περιέχει τέτοιους, σε όλα τα στάδια της αλυσίδας παραγωγής και διανομής, φροντίζουν ώστε η ένδειξη «το παρόν προϊόν περιέχει γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς» ή «προϊόν από ΓΤΟ (ονομασία του οργανισμού)» να εμφανίζεται σε ετικέτα τοποθετημένη επί τους προϊόντος. Εάν πρόκειται για προϊόντα, ακόμη και σε μεγάλες ποσότητες, που δεν είναι συσκευασμένα και εάν η χρησιμοποίηση ετικέτας είναι αδύνατη, ο υπεύθυνος της εκμετάλλευσης πρέπει να φροντίζει ώστε οι πληροφορίες αυτές να διαβιβάζονται μαζί με το προϊόν. Αυτές μπορούν να παρέχονται, για παράδειγμα, με τη μορφή συνοδευτικών εγγράφων.

Προϊόν διατροφής που έχει παρασκευασθεί από ΓΤΟ

Κατά τη διάθεση στην αγορά ο υπεύθυνος της εκμετάλλευσης πρέπει να διαβιβάζει στον έμπορο που παραλαμβάνει το προϊόν τις ακόλουθες πληροφορίες:

- ένδειξη κάθε συστατικού που παράγεται από ΓΤΟ,
- ένδειξη κάθε πρώτης ύλης ή προσθέτου ζωοτροφών που παράγεται από ΓΤΟ,
- εάν δεν υπάρχει κατάλογος συστατικών, πρέπει τουλάχιστον να αναγράφεται επί του προϊόντος ότι έχει παρασκευασθεί από ΓΤΟ.

- **ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 834/2007 ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 28ης Ιουνίου 2007 για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91**

Το μερίδιο της βιολογικής γεωργίας αυξάνεται στα περισσότερα κράτη μέλη. Η άνοδος της καταναλωτικής ζήτησης είναι ιδιαίτερα αισθητή τα τελευταία χρόνια. Οι πρόσφατες μεταρρυθμίσεις της κοινής γεωργικής πολιτικής, με την έμφαση που έδωσαν στον προσανατολισμό στην αγορά και στην προσφορά ποιοτικών προϊόντων που θα ικανοποιούν τις απαιτήσεις των καταναλωτών, πιθανώς θα τονώσουν ακόμη περισσότερο την αγορά των βιολογικών προϊόντων. Με τα δεδομένα αυτά, η νομοθεσία για τη βιολογική παραγωγή διαδραματίζει ολοένα σημαντικότερο ρόλο στο πλαίσιο της γεωργικής πολιτικής και συνδέεται στενά με τις εξελίξεις στις αγορές των γεωργικών προϊόντων.

Το κοινοτικό νομικό πλαίσιο που διέπει τον κλάδο της βιολογικής παραγωγής θα πρέπει να αποσκοπεί στη διασφάλιση του θεμιτού ανταγωνισμού και της εύρυθμης λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς βιολογικών προϊόντων, καθώς και στη διατήρηση και τη δικαίωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στα προϊόντα με ετικέτα που δηλώνει ότι είναι βιολογικά. Θα πρέπει επιπλέον να έχει ως στόχο τη δημιουργία των συνθηκών εκείνων που θα επιτρέψουν στον συγκεκριμένο κλάδο να προοδεύσει ανάλογα με την εξέλιξη της παραγωγής και της αγοράς.

Τα μεταποιημένα τρόφιμα θα πρέπει να επισημαίνονται ως βιολογικά μόνον στις περιπτώσεις όπου είναι βιολογικά όλα ή σχεδόν όλα τα συστατικά γεωργικής προέλευσης. Ωστόσο, θα πρέπει να προβλέπονται ειδικές διατάξεις περί επισήμανσης για τα μεταποιημένα τρόφιμα που περιέχουν γεωργικά συστατικά μη βιολογικής προέλευσης, όπως συμβαίνει στην περίπτωση των μη εκτρεφόμενων ψαριών και θηραμάτων. Επιπλέον, για τους σκοπούς της ενημέρωσης των καταναλωτών, της διαφάνειας στην αγορά και της ενθάρρυνσης της χρήσης βιολογικής παραγωγής, θα πρέπει επίσης να καθίσταται δυνατή, υπό ορισμένες

προϋποθέσεις, η αναφορά, στον κατάλογο συστατικών, του βιολογικού τρόπου παραγωγής.

Για να υπάρξει σαφήνεια για τους καταναλωτές στο σύνολο της κοινοτικής αγοράς θα πρέπει να καταστεί υποχρεωτικό το λογότυπο της ΕΕ για όλα τα προσυσκευασμένα βιολογικά τρόφιμα που παράγονται στην Κοινότητα. Άλλως, θα πρέπει να είναι δυνατή η χρήση του λογότυπου της ΕΕ σε εθελοντική βάση στην περίπτωση μη προσυσκευασμένων βιολογικών προϊόντων που παράγονται εντός της Κοινότητας ή τυχόν βιολογικών προϊόντων που εισάγονται από τρίτες χώρες.

Θεωρείται, ωστόσο, σκόπιμο να περιορισθεί η χρήση του λογότυπου της ΕΕ σε προϊόντα που περιέχουν μόνον ή σχεδόν μόνον βιολογικά συστατικά, ούτως ώστε να μην παραπλανώνται οι καταναλωτές ως προς τη βιολογική προέλευση του όλου προϊόντος. Κατά συνέπεια, δεν θα πρέπει να επιτρέπεται η χρήση του στην επισήμανση για προϊόντα μετατροπής ή μεταποιημένα τρόφιμα στα οποία το βιολογικό ποσοστό είναι μικρότερο του 95 % των συστατικών γεωργικής προέλευσης.

Επισήμανση

- ***Χρήση όρων που αναφέρονται στη βιολογική παραγωγή***

1. Για τους σκοπούς του παρόντος κανονισμού, ένα προϊόν θεωρείται ότι φέρει ενδείξεις σχετικές με τη βιολογική μέθοδο παραγωγής όταν, στην επισήμανση, στο διαφημιστικό υλικό ή στα εμπορικά έγγραφα, το προϊόν, τα συστατικά του ή τα υλικά ζωοτροφών περιγράφονται με όρους που υπονοούν, για τον αγοραστή, ότι το προϊόν, τα συστατικά του ή τα υλικά ζωοτροφών έχουν ληφθεί σύμφωνα με τους κανόνες που καθορίζονται στον παρόντα κανονισμό. Ειδικότερα, οι όροι που απαριθμούνται στο παράρτημα, καθώς και τα παράγωγα ή τα υποκοριστικά τους, όπως «βιο» και «οικο», μπορούν να χρησιμοποιούνται, μόνον ή σε συνδυασμό, σε όλη την έκταση και σε οποιαδήποτε γλώσσα της Κοινότητας για την επισήμανση και τη διαφήμιση προϊόντων που πληρούν τις απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού. Στην επισήμανση και τη διαφήμιση ζωντανών ή αμεταποίητων γεωργικών προϊόντων, είναι δυνατόν να χρησιμοποιούνται όροι σχετικοί με τη

βιολογική μέθοδο παραγωγής, μόνον εφόσον επιπροσθέτως όλα τα συστατικά των εν λόγω προϊόντων έχουν επίσης παραχθεί σύμφωνα με τις απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού.

2. Οι όροι που αναφέρονται στην παράγραφο 1 δεν χρησιμοποιούνται πουθενά στην Κοινότητα και σε καμία κοινοτική γλώσσα για την επισήμανση, τη διαφήμιση και τα εμπορικά έγγραφα προϊόντων που δεν πληρούν τις απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού, εκτός αν δεν εφαρμόζονται σε γεωργικά προϊόντα τροφίμων ή ζωοτροφών ή σαφώς δεν συνδέονται με τη βιολογική παραγωγή. Επιπλέον, στην επισήμανση ή τη διαφήμιση δεν χρησιμοποιούνται όροι ή πρακτικές, συμπεριλαμβανομένων των όρων εμπορικών σημάτων, που υπάρχει πιθανότητα να παραπλανήσουν τον καταναλωτή ή τον χρήστη υπονοώντας ότι ένα προϊόν ή τα συστατικά του πληρούν τις απαιτήσεις του παρόντος κανονισμού.

3. Οι όροι που αναφέρονται στην παράγραφο 1 δεν χρησιμοποιούνται για προϊόν για το οποίο πρέπει να δηλώνεται στην επισήμανση ή στη διαφήμιση ότι περιέχει ΓΤΟ, αποτελείται από ΓΤΟ ή παράγεται από ΓΤΟ σύμφωνα με τις κοινοτικές διατάξεις.

- **Υποχρεωτικές ενδείξεις**

1. α) ο κωδικός αριθμός της αρχής ελέγχου ή του φορέα ελέγχου στον οποίο υπόκειται η επιχείρηση που πραγματοποίησε την πλέον πρόσφατη εργασία παραγωγής ή παρασκευής.

β) το κοινοτικό λογότυπο, όσον αφορά στα προσυσκευασμένα τρόφιμα, εμφανίζεται επίσης στη συσκευασία·

γ) όταν χρησιμοποιείται το κοινοτικό λογότυπο, ένδειξη του τόπου όπου καλλιεργήθηκαν οι γεωργικές πρώτες ύλες από τις οποίες αποτελείται το προϊόν, εμφανίζεται επίσης στο ίδιο οπτικό πεδίο με το λογότυπο και λαμβάνει μια από τις ακόλουθες μορφές, ανάλογα με την περίπτωση:

— «Γεωργία ΕΕ», εφόσον η γεωργική πρώτη ύλη έχει παραχθεί στην ΕΕ,

— «Γεωργία εκτός ΕΕ», εφόσον η γεωργική πρώτη ύλη έχει παραχθεί σε τρίτες χώρες,

- «Γεωργία ΕΕ/εκτός ΕΕ», όταν μέρος των γεωργικών πρώτων υλών έχει παραχθεί στην Κοινότητα και μέρος τους έχει παραχθεί σε τρίτη χώρα.

Η προαναφερθείσα ένδειξη «ΕΕ» ή «εκτός ΕΕ» μπορεί να αντικαθίσταται ή να συμπληρώνεται από το όνομα μιας χώρας στην περίπτωση που όλες οι γεωργικές πρώτες ύλες από τις οποίες αποτελείται το προϊόν έχουν παραχθεί στη συγκεκριμένη χώρα.

2. Οι αναφερόμενες στην παράγραφο 1 ενδείξεις αναγράφονται σε εμφανή θέση και κατά τρόπο ώστε να είναι ευδιάκριτες, ευανάγνωστες και ανεξίτηλες.

- **Ειδικές απαιτήσεις για την επισήμανση**

Η Επιτροπή θεσπίζει ειδικές απαιτήσεις για την επισήμανση και τη σύνθεση που ισχύουν για:

- α) τις βιολογικές ζωοτροφές·
- β) τα προϊόντα μετατροπής φυτικής προέλευσης·
- γ) το αγενές φυτικό πολλαπλασιαστικό υλικό και τους σπόρους για καλλιέργεια.

A5: ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Ετικέτες και ισχυρισμοί διατροφής στη Νέα Ζηλανδία και την Αυστραλία: μια αναθεώρηση της χρήσης και της κατανόησης.ⁱⁱ (Mhurchu & Gorton, 2007)

Μελέτη για να καθοριστεί πόσο καλά οι καταναλωτές χρησιμοποιούν και καταλαβαίνουν τις ετικέτες και τους ισχυρισμούς διατροφής στη Νέα Ζηλανδία και την Αυστραλία. Στην έρευνα έγινε ανασκόπηση της βιβλιογραφίας για την επισημάνση των τροφίμων στη Νέα Ζηλανδία και την Αυστραλία που δημοσιεύθηκε μέχρι το τέλος της Ιουλίου 2005. Σημαντικές ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων αναζητήθηκαν όπως ήταν οι βιβλιογραφίες των σχετικών δημοσιεύσεων και των σχετικών ιστοχώρων. Οι μελέτες που εστίασαν στους ισχυρισμούς υγείας αποκλείστηκαν. Δεκαέξι εργασίες κρίθηκαν κατάλληλες για να συμπεριληφθούν στην ανασκόπηση. Όλες, εκτός από μια μελέτη, αξιολόγησαν τη χρήση και την κατανόηση των ετικετών διατροφής όπως οι ίδιοι οι καταναλωτές αναφέρουν. Η μελέτη που αξιολόγησε την πραγματική (παρατηρηθείσα) χρήση των ετικετών κατά τη διάρκεια των αγορών τροφίμων έδειξε ότι η συχνότητα αυτή ήταν πολύ χαμηλότερη από την αναμενόμενη με βάση τα αναφερθέντα στοιχεία, ενώ η πραγματική (αξιολογημένη) κατανόηση εμφανίστηκε να είναι μέτρια στην καλύτερη περίπτωση. Η αναφερθείσα χρήση των ετικετών και των διατροφικών ισχυρισμών βρέθηκαν να είναι κοινές στη Νέα Ζηλανδία και την Αυστραλία, αλλά η πραγματική χρήση και η κατανόηση εμφανίζονται να είναι περιορισμένες. Η διατροφικές ετικέτες αποτελούν ένα μέσο βελτίωσης των τροφικών επιλογών την ώρα της αγοράς, αλλά η πιθανή αξία τους περιορίζεται από την προφανή έλλειψη κατανόησης από την πλευρά των καταναλωτών. Οι ετικέτες τροφίμων είναι ένα σημαντικό μέρος ενός ενθαρρυντικού περιβάλλοντος που βοηθάει τα άτομα να κάνουν υγιείς επιλογές τροφίμων. Βελτιώνοντας την ευκολία στη χρήση και στην κατανόησή τους, έχουν τη δυνατότητα να προωθήσουν τις υγιέστερες επιλογές τροφίμων.

Ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα ενισχύει την κατανόηση ετικετών τροφίμων των νέων εφήβων.ⁱⁱⁱ (Hawthorne et al.,2006.)

Ενώ η περισσότερη έρευνα έχει εστιάσει στις συμπεριφορές κατανάλωσης των νέων εφήβων, λίγες μελέτες έχουν εξετάσει τη γνώση τους πάνω στις ετικέτες των τροφίμων. Οι στόχοι αυτής της μελέτης ήταν να αξιολογηθεί η κατανόηση των ετικετών διατροφής και η απαντήσεις των νέων εφήβων σε ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα για τις ετικέτες διατροφής. Τριάντα τέσσερις νέοι έφηβοι συμμετείχαν με τη συμπλήρωση ενός σύντομου ερωτηματολογίου και τη λήψη μιας προεξέτασης για τις ετικέτες διατροφικών στοιχείων και τις επιλογές των τροφίμων τους, οι οποίες περιέλαβαν τη χρησιμοποίηση των πραγματικών ετικετών από τα τρόφιμα που χαρακτηριστικά καταναλώνονται από τους εφήβους. Κατόπιν, οι έφηβοι συμμετείχαν σε ένα σύντομο εκπαιδευτικό πρόγραμμα για το πώς να διαβάσουν την ετικέτα διατροφικών στοιχείων. Αυτό ακολουθήθηκε από ένα σύντομο τεστ. Η αρχική γνώση της βασικής χρήσης της ετικέτας ήταν οριακή, με μόνο 6,65 (τυπική απόκλιση 2,23) ή περίπου 55% των ερωτήσεων προεξέτασης που απαντήθηκαν σωστά. Εντούτοις, τα αποτελέσματα των θεμάτων βελτιώνονται σημαντικά σε 8,32 (τυπική απόκλιση 2,01) ή περίπου 70% όπως δείχνουν τα τεστ ($P < 0.0001$, Fisher test) μετά από την εκπαιδευτική σύνοδο. Συμπερασματικά, οι νέοι έφηβοι μπορούν να μάθουν πώς να διαβάσουν και να καταλάβουν τις ετικέτες γεγονότων διατροφής μέσω εκπαιδευτικών συνεδριών.

Κατανόηση εκ μέρους των καταναλωτών και χρήση των ισχυρισμών υγείας για τα τρόφιμα.^{iv} (Williams, 2005)

Οι ισχυρισμοί υγείας για τα τρόφιμα επιτρέπονται σε αυξανόμενο ρυθμό χωρών, αλλά υπάρχουν πολύ λίγες μελέτες που αξιολογούν την επίδρασή τους στη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια των αγορών και την υγεία των καταναλωτών. Υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των χωρών αλλά, γενικά, οι καταναλωτές βλέπουν τους ισχυρισμούς υγείας χρήσιμους, προτιμούν μικρούς, σύντομους, και όχι δυσνόητους και σύνθετους, και θεωρούν ότι οι ισχυρισμοί πρέπει να εγκρίνονται από την κυβέρνηση. Οι καταναλωτές βλέπουν τα τρόφιμα που φέρουν

ισχυρισμούς υγείας ως υγιέστερες διατροφικές επιλογές και μπορεί να τους αποθαρρύνει από την αναζήτηση άλλων συμπληρωματικών πληροφοριών διατροφής. Οι καταναλωτές δεν διακρίνουν σαφώς μεταξύ της περιεκτικότητας σε θρεπτικά συστατικά, της δομή-λειτουργίας, και των ισχυρισμών υγείας. Υπάρχουν κάποια στοιχεία ότι η χρήση των ισχυρισμών υγείας βελτιώνει την ποιότητα των διαιτητικών επιλογών και τη γνώση σχέσεων διατροφής-ασθενειών.

Καταναλωτική κατανόηση και χρήση της επισήμανσης των διατροφικών ιδιοτήτων: μια συστηματική ανασκόπηση.^v (Cowburn & Stockley, 2005)

Έγινε ανασκόπηση, μεταξύ Ιουλίου 2002 και Φεβρουαρίου 2003, δημοσιευμένης και μη έρευνας για την καταναλωτική αντίληψη και τη χρήση της επισήμανσης των διατροφικών ιδιοτήτων από τους καταναλωτές. Μελετήθηκαν εκατόν τρεις εργασίες σχετικά με την καταναλωτική αντίληψη ή τη χρήση της επισήμανσης των διατροφικών ιδιοτήτων, προερχόμενα από τη Βόρεια Αμερική ή τη βόρεια Ευρώπη. Μόνο μερικές μελέτες (9%) θεωρήθηκαν υψηλής ή μέτρια υψηλής επιστημονικής ποιότητας. Διαπιστώθηκε ότι η αναφερόμενη χρήση των ετικετών τροφίμων είναι σε υψηλά ποσοστά αλλά αντικειμενικότερη ανάλυση των δεδομένων προτείνει ότι η πραγματική χρήση της επισήμανσης των τροφίμων κατά τη διάρκεια της αγοράς μπορεί να είναι πολύ χαμηλότερη. Εάν οι καταναλωτές μπορούν ή όχι να καταλάβουν και να χρησιμοποιήσουν την επισήμανση των διατροφικών ιδιοτήτων εξαρτάται από το σκοπό του στόχου. Τα διαθέσιμα στοιχεία προτείνουν ότι οι καταναλωτές που εξετάζουν τις ετικέτες μπορούν να καταλάβουν μερικούς από τους χρησιμοποιούμενους όρους αλλά συγχέονται από άλλους τύπους πληροφοριών. Οι περισσότεροι εμφανίζονται ικανοί να ανακτήσουν τις απλές πληροφορίες και να κάνουν τους απλούς υπολογισμούς και τις συγκρίσεις μεταξύ των προϊόντων χρησιμοποιώντας τις αριθμητικές πληροφορίες, αλλά η δυνατότητά τους να ερμηνεύσουν την ετικέτα μειώνεται ακριβώς καθώς η πολυπλοκότητα του στόχου αυξάνεται. Η προσθήκη ερμηνευτικών ενισχύσεων όπως λεκτικές περιγραφές και των συνιστώμενων τιμών αναφοράς βοηθάει στη σύγκριση των προϊόντων και στην τοποθέτηση των προϊόντων σε ένα συνολικής

πλαίσιο διατροφής. Οι βελτιώσεις στην επισήμανση των τροφίμων θα μπορούσαν να έχουν μια μικρή αλλά σημαντική συμβολή προς την επιλογή πιο υγιών διατροφικών επιλογών. Πιο συγκεκριμένα, οι ερμηνευτικές ενισχύσεις μπορούν να βοηθήσουν τους καταναλωτές να αξιολογήσουν τη θρεπτική συμβολή των συγκεκριμένων τροφίμων στη γενική διατροφή.

Η αντίληψη και η χρήση εκ μέρους των ασθενών των διατροφικών ετικετών στις συσκευασίες σνακ .^{vi} (Pelletier et al.,2004)

Λίγες είναι οι διαθέσιμες πληροφορίες για τον τρόπο με τον οποίο οι ασθενείς χρησιμοποιούν τις ετικέτες διατροφής της συσκευασίας τροφίμων. Θεωρήθηκε ότι οι ασθενείς της γενικής ιατρικής πρακτικής δεν μπορούν να κάνουν διάκριση μεταξύ του μεγέθους της μερίδας και των συνολικών πληροφοριών περί διατροφής στη συσκευασία, κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε παχυσαρκία. Ενενήντα ασθενείς μεταξύ των ηλικιών 18 και 65 που παρευρίσκονται στο ST O Francis πανεπιστημιακό κέντρο οικογενειακής πρακτικής του Tennessee πέρασαν από συνέντευξη για να καθοριστεί εάν θα μπορούσαν να υπολογίσουν τις συνολικές θερμίδες στο δείγμα σε συσκευασίες τροφίμων που περιείχαν περισσότερη από μια μερίδα. Ενενήντα τοις εκατό του δείγματός προσδιόρισε σωστά τον αριθμό θερμίδων ανά μερίδα, αλλά μόνο 37% ήταν σε θέση να αναγνωρίσουν ότι οι συσκευασίες δειγμάτων περιείχαν πολλαπλάσια της μερίδας. Η σύγκριση μεταξύ των θερμίδων ανά μερίδα και των συνολικών θερμίδων ανά συσκευασία συσχετίστηκε με τα χαμηλότερα εκπαιδευτικά επίπεδα ($p < 0,011$) και με την παρουσία καρδιαγγειακών καρδιακών παθήσεων. Οι ασθενείς έτειναν να σκεφτούν μια πολλαπλάσια μερίδα στις συσκευασίες ως μία μερίδα. Υποεκτίμησαν και ανέφεραν ελλιπώς τις συνολικές θερμίδες από διάφορες πηγές τροφίμων. Συμπεραίνουμε ότι οι διατροφικές ετικέτες, όπως αυτές πραγματικά χρησιμοποιούνται από τους ασθενείς δεν οδηγούν στις ενημερωμένες διαιτητικές επιλογές. Αυτά τα συμπεράσματα θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην πληρέστερη κατανόηση και τη σωστότερη διαχείρισή της παχυσαρκίας στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Οι αυστραλοί καταναλωτές είναι δύσπιστοι αλλά επηρεασμένοι από τους ισχυρισμούς διατροφής για το λίπος στις ετικέτες τροφίμων.^{vii} (Chan et al., 2005)

Σκοπός της έρευνας ήταν να μελετήσει τις πεποιθήσεις και τη στάση των αυστραλιανών καταναλωτών απέναντι στους ισχυρισμούς για το λίπος στις ετικέτες των συσκευασμένων τροφίμων. Αναλύθηκαν τα πρακτικά από συζητήσεις ομάδων εστίασης. Συνολικά 26 γυναίκες και 10 άντρες ηλικίας 20-80 χρόνων, που συμμετείχαν σε έξι ομάδες εστίασης, κατά κατάσταση ηλικίας, φύλου και υγείας. Η συνειδητοποίηση των ισχυρισμών για το λίπος ήταν υψηλή σε αυτό το δείγμα Αυστραλών και οι συμμετέχοντες αναγνώρισαν ότι επηρέασαν τις αποφάσεις αγορών τους. Η μορφή του ισχυρισμού που προτίμησαν ήταν «Χ% ελεύθερο σε λίπος» (στην ευρωπαϊκή νομοθεσία απαγορεύεται ο ισχυρισμός αυτός). Οι ισχυρισμοί θεωρήθηκαν πιο χρήσιμοι στα τρόφιμα που ήταν υψηλά σε λίπος. Υπήρξε ιδιαίτερος σκεπτικισμός για όλες τους θρεπτικούς ισχυρισμούς, και οι καταναλωτές προτίμησαν να ελέγξουν τις ισχυρισμούς για το λίπος σε σχέση με τις τιμές άλλων πληροφοριών διατροφής. Πολλοί διαφημιστικοί κυρίως ισχυρισμοί φάνηκαν ότι θα μπορούσαν να είναι αντικείμενο παραπλάνησης, ή και σύγχυσης. Ενώ οι ισχυρισμοί για το λίπος προτρέπουν τη δοκιμή προϊόντων, παράγοντες όπως η τιμή, η προτίμηση, η «φυσικότητα», καθώς επίσης και άλλοι θρεπτικοί παράγοντες, επηρέασαν επίσης τις αποφάσεις αγορών. Μερικοί καταναλωτές θεωρούν ότι οι χαμηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά ισχυρισμοί ενθαρρύνουν την υπερκατανάλωση των τροφίμων αυτών. Οι αλλαγές στους κανονισμούς για τους ισχυρισμούς διατροφής σχετικά με τις ετικέτες τροφίμων πρέπει να γίνονται για να ενισχύσουν την αξιοπιστία τους και να υποστηρίξουν το ρόλο τους στην ενίσχυση των καταναλωτών έτσι ώστε αυτοί να κάνουν υγιεινότερες επιλογές τροφίμων.

Η αποτελεσματικότητα της εκπαίδευσης διατροφής και της επισήμανσης στις ολλανδικές υπεραγορές.^{viii} (Steenhuis et al.,2004)

Η εκπαίδευση πάνω σε θέματα διατροφής και οι διατροφικές ετικέτες μπορούν να βοηθήσουν τους καταναλωτές για να καταναλώσουν λιγότερο λίπος. Ο σκοπός αυτής της μελέτης ήταν να αξιολογηθεί η επίδραση της διατροφικής εκπαίδευσης με και χωρίς την παρουσία ετικετών στα ράφια στη μειωμένη πρόσληψη λίπους σε ολλανδικά σούπερ μάρκετ. Η έρευνα βασίστηκε σε τυχαία τεστ πριν και μετά την αγορά σε πειραματική ομάδα και σε ομάδα ελέγχου. Στο σύνολο, 2203 πελάτες 13 σούπερ μάρκετ περιλήφθηκαν στο δείγμα. Η συνολική πρόσληψη λίπους των πελατών και οι καθοριστικοί συμπεριφοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης του λιγότερου λίπους μετρήθηκαν από ένα ερωτηματολόγιο. Ένα πρότυπο συσχέτισης πολλών παραγόντων χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση. Κανένα σημαντικό αποτέλεσμα δεν βρέθηκε για την εκπαιδευτική παρέμβαση, μόνη της ή μαζί με τη χρήση ετικετών, στη συνολική κατανάλωση λίπους εισαγωγή και τους ψυχοκοινωνικούς καθοριστικούς παράγοντες της κατανάλωσης λιγότερου λίπους. Η διατροφική εκπαίδευση και η επισήμανση των χαμηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά τροφίμων στα super market δεν αποδείχθηκαν αποτελεσματικές στρατηγικές. Το γεγονός ότι το super market είναι ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον μπορεί να είχε αποτελέσει αυτήν την έλλειψη επίδρασης.

Καθορίζοντας πώς οι χαμηλού εισοδήματος αγοραστές τροφίμων αντιλαμβάνονται, καταλαβαίνουν, και χρησιμοποιούν τις ετικέτες τροφίμων.^{ix} (Sullivan, 2003)

Μια απλή προσέγγιση συζήτησης ομάδας χρησιμοποιήθηκε για να εξερευνήσει πώς μια ομάδα χαμηλού εισοδήματος οκτώ καταναλωτών αντιλαμβάνεται, καταλαβαίνει, και χρησιμοποιεί την τρέχουσα ετικέτα τροφίμων στην αγορά τροφίμων. Η συνεδρίαση διάρκειας μια ώρας της φορά έγινε σε τρεις διαδοχικές εβδομάδες σε κοινοτικές εγκαταστάσεις. Η ομάδα συζήτησε τη συνολική συσκευασία τροφίμων, τον κατάλογο συστατικών μόνο του και σε συνδυασμό με τις διατροφικές πληροφορίες και τους ισχυρισμούς διατροφής. Όλες οι συνεδρίες

καταγράφηκαν και αναλύθηκαν αργότερα κατά λέξη. Μέσω της επαγωγικής ανάλυσης, τρεις ευρείες κατηγορίες στοιχείων επισήμανσης (εμπορικό σήμα, χαρακτηριστικό γνώρισμα συσκευασίας, σχετικές με την διατροφή πληροφορίες) και τα πολυάριθμα ελλοχεύοντα θέματα προέκυψαν από τα δεδομένα ενώ ένα θεωρητικό πλαίσιο προτάθηκε για να εξηγήσει τα στοιχεία αυτά και να παρέχει τη μελλοντική κατεύθυνση. Διάφορα εμπόδια στην αποτελεσματική χρήση της ετικέτας τροφίμων προσδιορίστηκαν, και προτάθηκαν μερικές χρήσιμες συμβουλές για τη διαιτητική πρακτική.

Κατανόηση διατροφικών ισχυρισμών των ετικετών τροφίμων από τους πανεπιστημιακούς προπτυχιακούς σπουδαστές* (Grenier & Grenier,1996)

Ο σκοπός αυτής της μελέτης ήταν να καθοριστεί εάν οι διατροφικοί ισχυρισμοί που γίνονται στις ετικέτες τροφίμων είναι καλά ή ανεπαρκώς κατανοητοί και εάν το φύλο και η εμπειρία των καταναλωτών στην αγορά των τροφίμων επηρεάζουν την κατανόησή των διάφορων όρων που χρησιμοποιούνται στη βιομηχανία τροφίμων. Ένα ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε τυχαία σε 285 σπουδαστές που εγγράφησαν στα διάφορα προπτυχιακά προγράμματα στο πανεπιστήμιο της Οττάβας. Ο μέσος βαθμός όλων των ερωτωμένων στο ερωτηματολόγιο ήταν 53.6% που δείχνει μια έλλειψη κατανόησης των εννοιών των διάφορων όρων που χρησιμοποιούνται στη βιομηχανία τροφίμων. Τα αποτελέσματα επίσης δείχνουν ότι η συχνότερη έκθεση στη διαφήμιση από τη βιομηχανία τροφίμων είναι ικανή να συγχύσει τον καταναλωτή. Τέλος, οι εναγόμενοι χωρίς εμπειρία στην αγορά των τροφίμων απάντησαν σημαντικά καλύτερα σε τρεις ερωτήσεις γενικά, οι άνδρες χωρίς εμπειρία είχαν σημαντικά καλύτερα αποτελέσματα από τις γυναίκες σε μερικές ερωτήσεις.

Συνεδρίες με focus groups για τα σχήματα των ετικετών διατροφής.^{xi} (Lewis & Yetley, 1992)

Τέσσερα focus groups καταναλωτών, με συνολικά 40 συμμετέχοντες, οργανώθηκαν για να συγκεντρώσουν τις πληροφορίες για τη χρησιμότητα και την καταλληλότητα επιλεγμένων συστατικών των σχημάτων στις ετικέτες διατροφής. Τα σχήματα που συζητήθηκαν ήταν γραφικές παραστάσεις με στήλες, διαγράμματα πιτών, αριθμητικές λίστες, και επίθετα όπως υψηλός και χαμηλός. Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να συγκρίνουν τις ετικέτες τροφίμων χρησιμοποιώντας τους διάφορους τύπους σχημάτων και να συζητήσουν τη χρησιμότητα και την ερμηνεία των σχημάτων. Τα αποτελέσματα πρότειναν ότι αυτοί οι καταναλωτές δεν βρήκαν τα διαγράμματα πιτών χρήσιμα. Θεώρησαν ότι οι γραφικές παραστάσεις με στήλες προκαλούν σύγχυση και είναι περιττές όταν παρέχονταν μαζί και οι αριθμητικές πληροφορίες. Οι λίστες με αριθμούς βρέθηκαν να είναι πιο χρήσιμες, ιδίως αυτές που αποτελούνται από δύο στήλες: μια που δείχνει τη λίστα των συστατικών που περιέχονται στη μερίδα του τροφίμου, και μια δεύτερη λίστα είτε με το ποσοστό του συστατικού που περιέχεται με βάση τη συνιστώμενη ημερήσια πρόσληψη είτε με την ποσότητα του συστατικού. Οι συμμετέχοντες τόνισαν επανειλημμένα το ενδιαφέρον τους για μια απλή ετικέτα. Τα αποτελέσματα διαμορφώνουν την προσπάθεια του FDA να αξιολογήσει τα σχήματα ετικετών διατροφής σύμφωνα με τις τρέχουσες πειραματικές και ποσοτικές ερευνητικές μελέτες.

Χρήση των ετικετών τροφίμων και ποτών από τους αγοραστές σούπερ μάρκετ στη Μπραζιλία της Βραζιλίας.^{xii} (Monteiro et al., 2005)

Ερευνήθηκε εάν οι ενήλικοι που ψωνίζουν στα σούπερ μάρκετ σε ένα μέρος της Μπραζιλία, την κύρια πόλη της Βραζιλίας, χρησιμοποιούν τις πληροφορίες που περιλαμβάνονται στις ετικέτες τροφίμων και ποτών, καθώς επίσης και για να χαρακτηρίσουν τη χρήση αυτή. Αυτή η μελέτη έγινε σε πέντε σούπερ μάρκετ στην στο κέντρο της Μπραζιλία. Η έρευνα διεξήχθη σε δύο στάδια: (1) ένα ποσοτικό στάδιο, κατά τη διάρκεια το οποίο 250 άτομα επιλέχθηκαν τυχαία και ερευνήθηκαν

στα σούπερ μάρκετ, και (2) ένα ποιοτικό στάδιο, στο οποίο 25 άτομα που είχαν συμμετάσχει στο πρώτο στάδιο υποβλήθηκαν σε πιο εκτενείς ατομικές συνεντεύξεις. Από τα 250 πρόσωπα που συμμετείχαν, 187 (74,8%) ανέφεραν ότι διάβαζαν συνήθως τις ετικέτες τροφίμων και ποτών. Εντούτοις, μόνο 25,7% των καταναλωτών που συμβουλευθήκαν τις ετικέτες έκανε έτσι για όλα τα τρόφιμα και τα ποτά. Από τα πρόσωπα που διαβάζουν τις ετικέτες, μια μικρή πλειοψηφία μόνο (59,9%) διάβασε τις ετικέτες για συγκεκριμένα τρόφιμα, συμπεριλαμβανομένου του γάλακτος, γαλακτοκομικών προϊόντων, κονσερβοποιημένων τροφίμων, λουκάνικων, και προϊόντων ειδικής διατροφής. Οι πληροφορίες οι οποίες οι αγοραστές συχνότερα θέλησαν να μαθαίνουν από τις ετικέτες ήταν ο αριθμός θερμίδων και της περιεκτικότητας σε λίπος και νάτριο. Η μελέτη καταδεικνύει την ανάγκη να χρησιμοποιηθούν τα συμπεράσματά μας στη βελτίωση των υπαρχουσών εκπαιδευτικών στρατηγικών για την υγιή κατανάλωση τροφίμων. Προτείνεται να συμμετάσχουν οι καταναλωτές, οι παραγωγοί τροφίμων, και οι διανομείς τροφίμων στην ανάπτυξη των στρατηγικών για την διατροφική εκπαίδευση.

Προσδοκίες σχετικά με τις πληροφορίες διατροφής για τις συσκευασίες τροφίμων ^{xiii} (Jarosz et al.,2003)

Οι ετικέτες των τροφίμων αναπτύχθηκαν αρχικά για να βοηθήσουν τους καταναλωτές να λάβουν τη σωστή απόφαση στην επιλογή των τροφίμων, ωστόσο βοήθησαν και στην καταναλωτική εκπαίδευση. Ο στόχος αυτής της μελέτης ήταν να αναλυθούν οι καταναλωτικές προτιμήσεις σχετικά με τις ετικέτες στα τρόφιμα. Αναλύθηκαν το είδος και η μορφή πληροφοριών και φυσικά οι ίδιες οι πληροφορίες. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε υπό μορφή ερωτηματολογίου μεταξύ 295 ανθρώπων που ήταν οι καταναλωτές των σούπερ μάρκετ. Τα μόνα κριτήρια ήταν οι συμμετέχοντες να συμφωνούν να συμμετέχουν στη μελέτη και να είναι οι επικεφαλές των οικογενειών τους. Βρέθηκε ότι το 54% δέχτηκε τις τρέχουσες πληροφορίες για τα τρόφιμα. Περισσότερο από 23% είπε ότι δεν κατάλαβαν τις πληροφορίες που παρέχονται από τις ετικέτες τροφίμων. Το 66% είπε ότι οι ετικέτες τροφίμων πρέπει να έχουν εκπαιδευτικές πληροφορίες σχετικά

με το ρόλο ενός συστατικού στην υγεία και τη διατροφή. Όλοι θέλησαν και «αρνητικές» πληροφορίες, παραδείγματος χάριν: «αυτό το προϊόν δεν συστήνεται για...»). Περισσότερο από 87% δήλωσε ότι θέλουν πληροφορίες όπως «αυτό το προϊόν συνιστάται για...». (Αυτό το είδος προτίμησης δεν είναι συνυφασμένο με τον τρέχοντα νόμο της χώρας σχετικά με τα τρόφιμα). Το καλύτερο κίνητρο για τη χρησιμοποίηση των ετικετών τροφίμων είναι η ύπαρξη κάποιας διατροφικά σχετιζόμενης ασθένειας. Το 89% των συμμετεχόντων είπε ότι οι πληροφορίες για τα τρόφιμα και η θρεπτική αξία είναι σημαντικότερες από τις πληροφορίες για τον παραγωγό. Οι πληροφορίες σχετικά με τα θρεπτικά συστατικά ανά 100g και ανά μερίδα προϊόντος ήταν ευκολότερα αντιληπτές από το 71% των συμμετεχόντων. Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης δείχνουν ότι η επισήμανση των τροφίμων είναι πολύ σημαντική μορφή εκπαίδευσης καταναλωτών.

Γνώση, κατανόηση, και στάση των καταναλωτών απέναντι στους ισχυρισμούς υγείας στις ετικέτες τροφίμων. ^{xiv}(Fullmer et al.,1991)

Ο σκοπός αυτής της μελέτης ήταν να αξιολογηθεί η γνώση των καταναλωτών πάνω στις τρέχουσες συστάσεις για την πρόσληψη διαιτητικών ινών και τον εντοπισμό της κατανόησης και της συνειδητοποίησης των ισχυρισμών υγείας στις ετικέτες δημητριακών πρωινού. Ένα τυχαίο δείγμα 241 συμμετεχόντων προήλθε από τέσσερα καταστήματα παντοπωλείων μιας τοπικής αλυσίδας στην πόλη Utah. Τα στοιχεία συλλέχθηκαν χρησιμοποιώντας ένα αυτοματοποιημένο σύστημα συνέντευξης. Τα αποτελέσματα πρότειναν ότι οι καταναλωτές με επίπεδο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης κατανοούσαν καλύτερα τα σχετικά με τη διατροφή και τις ασθένειες μηνύματα και είχαν μια θετικότερη στάση απέναντι στα μηνύματα υγείας στις ετικέτες των τροφίμων. Η γνώση περί διαιτητικών ινών συσχετίστηκε σημαντικά με τη θετική στάση απέναντι στα μηνύματα υγείας και την κατανόηση των μηνυμάτων υγείας. Συνολικά, η στάση απέναντι στην τοποθέτηση των σχετικών με τη διατροφή και με τις ασθένειες μηνυμάτων στις ετικέτες τροφίμων ήταν θετική. Σε μια κλίμακα 1 μέχρι 250, το μέσο αποτέλεσμα ήταν 182,5 (73%) με σταθερή απόκλιση $\pm 37,5$ μονάδες. Η γνώση των καταναλωτών για τις διαιτητικές

ίνες ήταν χαμηλή. Σε μια κλίμακα από 1-15, το μέσο αποτέλεσμα για τις ερωτήσεις γνώσης περί διαιτητικών ινών ήταν $8,8 \pm 2,1$ (59%). Οι καταναλωτές εξοικειώθηκαν με τον ρόλο που μπορούν να παίξουν οι φυτικές ίνες στη διατροφή. Η κατανόηση των μηνυμάτων υγείας ήταν σχετικά χαμηλή (45%). Εκτιμώντας ότι η καταναλωτική στάση απέναντι στα μηνύματα υγείας στις ετικέτες τροφίμων ήταν θετική, οι καταναλωτές (ειδικά οι λιγότερο μορφωμένοι καταναλωτές) δεν εμφάνιστηκαν να αντιλαμβάνονται τα μηνύματα καλά. Αυτά τα αποτελέσματα επαναφέρουν την ανησυχία των δημόσιων φορέων να ασκήσουν προσοχή και να εξασφαλίσουν ότι τα μηνύματα υγείας στις ετικέτες τροφίμων είναι ασφαλή και ακριβή. Τα αποτελέσματα επίσης υπενθυμίζουν στους επαγγελματίες διαιτολόγους-διατροφολόγους τον συνεχή ρόλο τους στην παροχή και την εξασφάλιση ακριβούς διατροφικής εκπαίδευσης στο κοινό.

Καταναλωτική κατανόηση των ισχυρισμών διατροφής και υγείας: Πηγές στοιχείων.^{xv} (Leathwood et al., 2007)

Υπό τον όρο ότι τεκμηριώνονται επιστημονικά, οι ισχυρισμοί διατροφής και υγείας που συνδέονται με τα τρόφιμα μπορούν να βοηθήσουν τους καταναλωτές να κάνουν καλά πληροφορημένες επιλογές τροφίμων. Η νέα ευρωπαϊκή νομοθεσία για τις αξιώσεις στα τρόφιμα τέθηκε σε ισχύ στις 19 Ιανουαρίου 2007. Ο νόμος καθορίζει τους όρους για τη χρήση τους, καθιερώνει ένα σύστημα για την επιστημονική αξιολόγησή τους, και θα δημιουργήσει τους ευρωπαϊκούς καταλόγους εξουσιοδοτημένων ισχυρισμών. Μια σημαντική πτυχή αυτής της νέας νομοθεσίας (κανονισμός 1924/2006) είναι ότι δηλώνει στο άρθρο 5.2: «η χρήση των ισχυρισμών διατροφής και υγείας θα επιτραπεί μόνο εάν ο μέσος καταναλωτής μπορεί και να αναμένεται να καταλάβει τα ευεργετικά αποτελέσματα που εκφράζονται στον ισχυρισμό». Η παρούσα ανασκόπηση εξετάζει την καταναλωτική αντίληψη των ισχυρισμών από την προοπτική της καταναλωτικής επιστήμης (consumer science). Εστιάζει στο είδος των στοιχείων και πληροφοριών που θα μπορούσε να απαιτηθεί για να παρέχει τα στοιχεία ότι ο μέσος καταναλωτής καταλαβαίνει επαρκώς έναν ιδιαίτερο ισχυρισμό. Μετά από έρευνα

με διάφορες διαφορετικές μεθοδολογίες, προτείνει μια συγκεκριμένη προσέγγιση χρησιμοποιώντας μια σταδιακή διαδικασία για την καταναλωτική κατανόηση ενός ισχυρισμού.

Ετικέτες τροφίμων: Διαβάζουμε... τι τρώμε και πόσο ενημερωμένοι είμαστε; (Ίδρυμα Αριστείδης Δασκαλόπουλος, MRB Hellas S.A, 2006)

Στόχοι της ποσοτικής έρευνας αυτής ήταν να διερευνηθούν οι σύγχρονες διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων, να προσδιοριστούν οι απόψεις και οι στάσεις των Ελλήνων ως προς τη διατροφή και να προσδιοριστεί ο βαθμός ενημέρωσης που έχουν οι Έλληνες σε θέματα διατροφής. Η έρευνα έγινε από 25/01/06-07/02/06. Είναι ποσοτική με προσωπικές τηλεφωνικές συνεντεύξεις, έχει δείγμα 1300 ατόμων >15 ετών και είναι αντιπροσωπευτική του Ελληνικού πληθυσμού ως προς το φύλο, την ηλικία και τη γεωγραφική περιοχή. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ενώ οι ερωτηθέντες δήλωσαν σε ποσοστό >67% ότι έχουν ανάγκη ενημέρωσης για διάφορα θέματα που αφορούν τη διατροφή όπως η ασφάλεια των τροφίμων, τα πρόσθετα, οι Γ.Τ.Ο, και η σχέση της διατροφής με την υγεία, οι ίδιοι απάντησαν ότι ελάχιστα είναι τα στοιχεία εκείνα της ετικέτας που διαβάζουν. Χαρακτηριστικά, φαίνεται ότι οι καταναλωτές δίνουν περισσότερη προσοχή στην ημερομηνία λήξης και τα συστατικά, ανεξαρτήτως φύλου, ηλικιακής ομάδας και γεωγραφικής περιοχής, με τις γυναίκες όμως να διαβάζουν λίγο περισσότερο όλες τις πληροφορίες που αναγράφονται στις συσκευασίες. Στην ερώτηση σχετικά με το βαθμό ενημέρωσης για τις θερμίδες που περιέχει ένα τρόφιμο που καταναλώνουν, το 34% απάντησε ότι θεωρεί τον εαυτό του αρκετά έως πολύ ενημερωμένο. Ακόμη, λιγότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες δήλωσαν ότι εμπιστεύονται αρκετά έως πολύ τις αναγραφόμενες στη συσκευασία πληροφορίες σχετικά με τις θερμίδες. Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με μια ποιοτική έρευνα, έδειξαν ότι η πολυπλοκότητα της επισήμανσης φαίνεται να αποτρέπει τους καταναλωτές από το να διαβάζουν τις πληροφορίες στις ετικέτες. Βασικός λοιπόν στόχος θα πρέπει να είναι οι ετικέτες

των τροφίμων να βοηθούν τον καταναλωτή να επιλέγει τρόφιμα που πραγματικά θέλει να καταναλώσει και να αποφεύγει αυτά που ενδέχεται να τον βλάψουν.

Συμπέρασμα:

Συμπερασματικά, η αναφερόμενη χρήση των ετικετών τροφίμων φαίνεται να είναι αρκετά υψηλότερη από την πραγματική κατά τη διάρκεια της αγοράς τροφίμων. Αν και η επισήμανση αποτελεί σημαντική μορφή εκπαίδευσης αλλά και μέσο βελτίωσης των διαιτητικών επιλογών, η περιορισμένη χρήση της οφείλεται κυρίως στην έλλειψη κατανόησης από την πλευρά των καταναλωτών. Για το λόγο αυτό, θεωρείται σημαντική η εκπαίδευση των καταναλωτών αφού έχει φανεί ότι βοηθάει στην καλύτερη κατανόηση της διατροφικής επισήμανσης.

Όσον αφορά τους ισχυρισμούς διατροφής και υγείας, αυτοί φαίνεται να είναι περισσότερο αντιληπτοί από καταναλωτές με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, ενώ οι λιγότερο μορφωμένοι καταναλωτές δεν φαίνεται να αντιλαμβάνονται εξίσου τα διατροφικά μηνύματα. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για μια απλή και κατανοητή ετικέτα. Ακόμη, παράγοντες όπως η διαφήμιση μπορούν να προκαλέσουν σύγχυση στον καταναλωτή. Έτσι, υπό τον όρο ότι οι ισχυρισμοί υγείας και διατροφής είναι επιστημονικά τεκμηριωμένοι και αντιληπτοί από τον μέσο καταναλωτή, μπορούν να οδηγήσουν σε καλά πληροφορημένες επιλογές τροφίμων.

ΜΕΡΟΣ Β'

Η Έρευνα

HAROKOPIO UNIVERSITY

B1: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ – ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

Έγινε προσπάθεια για τη δημιουργία ενός απλού, κατανοητού και συνοπτικού ερωτηματολογίου. Εκτός από τις ερωτήσεις για το φύλο και την ηλικιακή ομάδα, συμπεριλήφθηκαν ερωτήσεις σχετικά με τις καταναλωτικές συνήθειες, τη χρήση της επισήμανσης των τροφίμων καθώς και ερωτήσεις αξιολόγησης των γνώσεων των καταναλωτών σχετικά με τις διατροφικές ετικέτες.

Η διεξαγωγή των συνεντεύξεων έλαβε χώρα σε ορισμένα υποκαταστήματα της αλυσίδας ΑΒ Βασιλόπουλος στην Αττική, και συγκεκριμένα στα υποκαταστήματα Περισσού, Αγίας Βαρβάρας, Μεταμόρφωσης, Κηφισιάς, και Καλλιθέας, μετά την έκδοση ενός φυλλαδίου-εγχειριδίου για τον καταναλωτή, σχετικά με την επισήμανση των τροφίμων.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν πελάτες των παραπάνω υποκαταστημάτων, που μιλούσαν την ελληνική γλώσσα, ηλικίας >15 ετών και επιλέχθηκαν με τυχαίο τρόπο.

Η διάρκεια της κάθε συνέντευξης ήταν περίπου 2 λεπτά.

Παρακάτω παρατίθεται το πλήρες ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα.

(σελίδες για ερωτηματολόγιο)

HAROKOPIO UNIVERSITY

(σελίδες για ερωτηματολόγιο)

HAROKOPIO UNIVERSITY

B2: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΛΑΝΟΥ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΙΓΜΑΤΩΝ

Η διεξαγωγή των συνεντεύξεων πραγματοποιήθηκε κατά τους μήνες Αύγουστο και Σεπτέμβριο του 2007. Πιο συγκεκριμένα, ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει αναλυτικά το πλάνο βάση του οποίου συλλέχθηκαν τα δεδομένα.

Ημερομηνία	Υποκατάστημα	Κωδικοί ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν
7 Αυγούστου	Αγ. Βαρβάρας	1-14
8 Αυγούστου	Αγ. Βαρβάρας	15-19
9 Αυγούστου	Αγ. Βαρβάρας	20-29
10 Αυγούστου	Μεταμόρφωσης	30-47
13 Αυγούστου	Μεταμόρφωσης	48-60
14 Αυγούστου	Αγ. Βαρβάρας	61-68
18 Αυγούστου	Κηφισιάς	69-77
23 Αυγούστου	Περισσού	78-92
30 Αυγούστου	Περισσού	93-112
31 Αυγούστου	Περισσού	113-131
3 Σεπτεμβρίου	Περισσού	132-182
5 Σεπτεμβρίου	Κηφισιάς	183-197
10 Σεπτεμβρίου	Περισσού	198-248
12 Σεπτεμβρίου	Καλλιθέας	249-266
13 Σεπτεμβρίου	Περισσού	267-287
14 Σεπτεμβρίου	Καλλιθέας	288-315

B3: ΣΥΛΛΟΓΗ – ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Για την ευκολότερη διαχείριση των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων, αυτά κωδικοποιήθηκαν με τον παρακάτω τρόπο:

ΗΑΡΟΚΟΡΡΙΟ UNIVERSITY

(εδώ μπαίνει το κωδικοποιημένο ερωτηματολόγιο)

ΗΑΡΟΚΟΡΡΙΟ UNIVERSITY

(εδώ μπαίνει το κωδικοποιημένο ερωτηματολόγιο)

HAROKORPIO UNIVERSITY

B4: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Ελέγχθηκαν οι κωδικοί των ερωτηματολογίων και η ορθότητα των απαντήσεων. Για την καταγραφή και επεξεργασία των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα Microsoft Office Excel 2003(Microsoft Corp. 2003) όπου κάθε γραμμή αντιπροσωπεύει τις απαντήσεις ενός(1) ερωτηματολογίου και κάθε στήλη αντιπροσωπεύει μία(1) ερώτηση, ενώ για τις στατιστικές δοκιμές χρησιμοποιήθηκε το STATISTICA 4.3 for Windows(StatSoft Inc. 1993).

ΜΕΡΟΣ Γ'

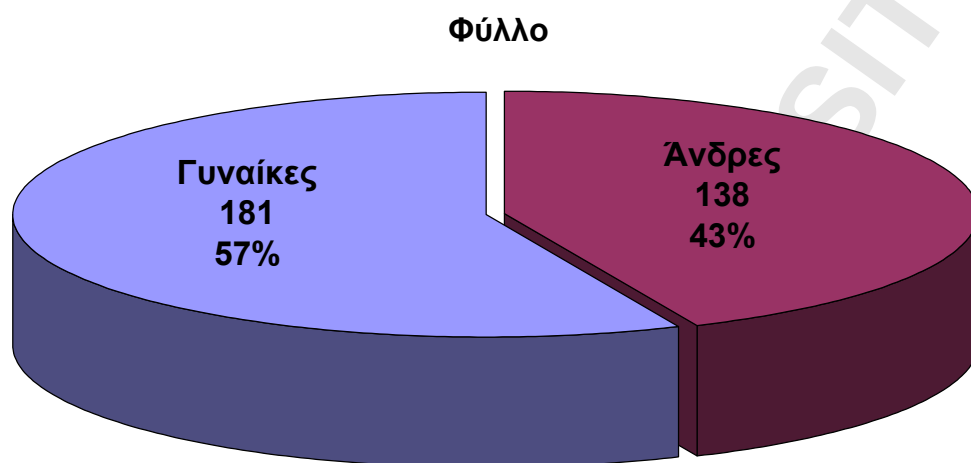
Αποτελέσματα

HAPOKOPIO UNIVERSITY

Γ1: ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ

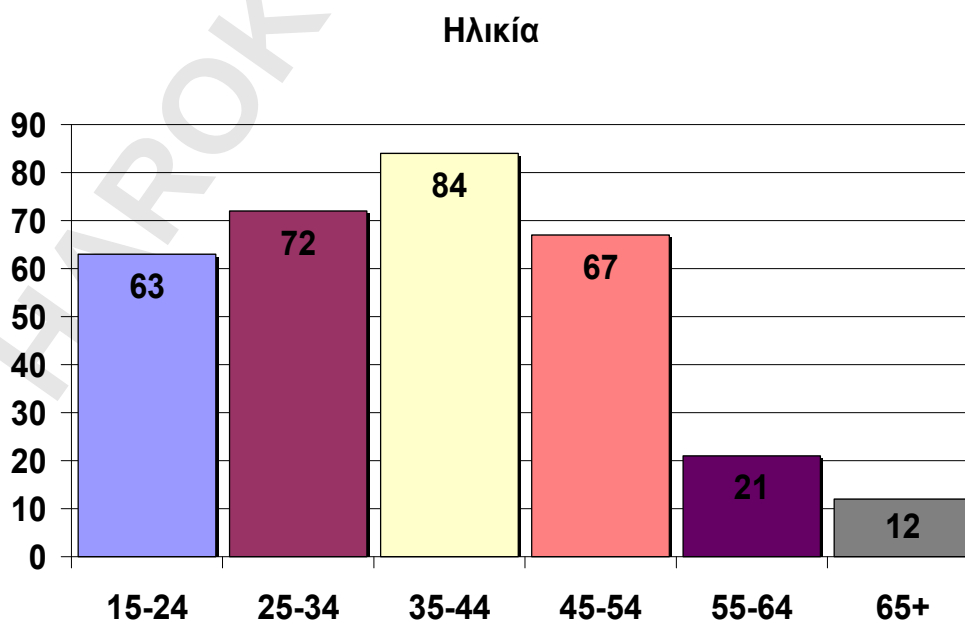
Παρακάτω, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης των ερωτηματολογίων.

▪ Ερώτηση 1^η



Στην έρευνα, συμμετείχαν περισσότερες γυναίκες (57%) από ότι άντρες (43%), με στατιστικά σημαντική διαφορά (0,0004).

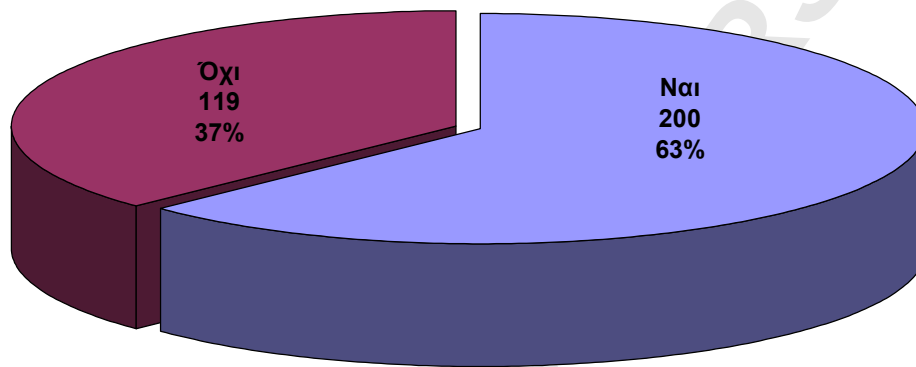
▪ Ερώτηση 2^η



Οι συμμετέχοντες κατατάχτηκαν σε 6 ηλικιακές ομάδες. Πιο συγκεκριμένα, εξήντα τρεις (63) ήταν από 15-24 ετών, εβδομήντα δυο (72) από 25-34 ετών, ογδόντα τέσσερις (84) από 35-44 ετών, εξήντα επτά (67) από 45-54 ετών, είκοσι ένα (21) από 55-64 ετών και δώδεκα (12) ήταν πάνω από 65 ετών.

▪ Ερώτηση 3^η

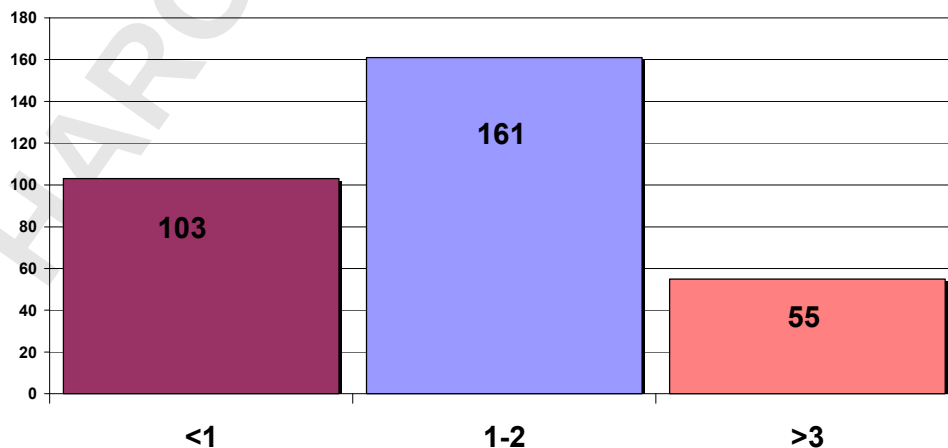
Είστε εσείς ο υπεύθυνος για την αγορά των τροφίμων στο σπίτι σας?



Το 63% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι είναι υπεύθυνο για την αγορά των τροφίμων στο σπίτι τους. Υπήρξε στατιστικά σημαντική διαφορά ποσοστού (0,0000).

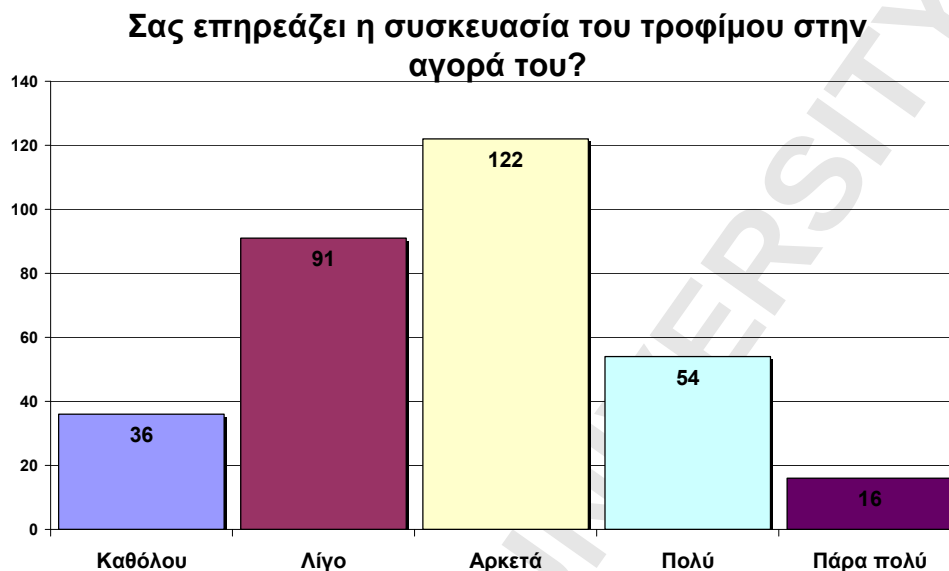
▪ Ερώτηση 4^η

Πόσες φορές τη βδομάδα ψωνίζετε στο σούπερ μάρκετ?



Οι 161 καταναλωτές (50%), δήλωσαν ότι ψωνίζουν 1-2 φ/βδ από το σούπερ μάρκετ και 103 καταναλωτές (32%) <1 φ/βδ με στατιστικά σημαντική διαφορά ποσοστού (0,0000). Οι υπόλοιποι 55 (17%), ψωνίζουν περισσότερες από 3 φ/βδ.

▪ Ερώτηση 5^η



Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες (122 καταναλωτές, 38%) φαίνεται ότι επηρεάζονται αρκετά από τη συσκευασία του τροφίμου ενώ οι 91 από αυτούς (29%), επηρεάζονται λίγο με στατιστικά ασήμαντη διαφορά (0,0163). Επίσης, 16 καταναλωτές (5%), δήλωσαν ότι δεν επηρεάζονται καθόλου.

▪ Ερώτηση 6^η



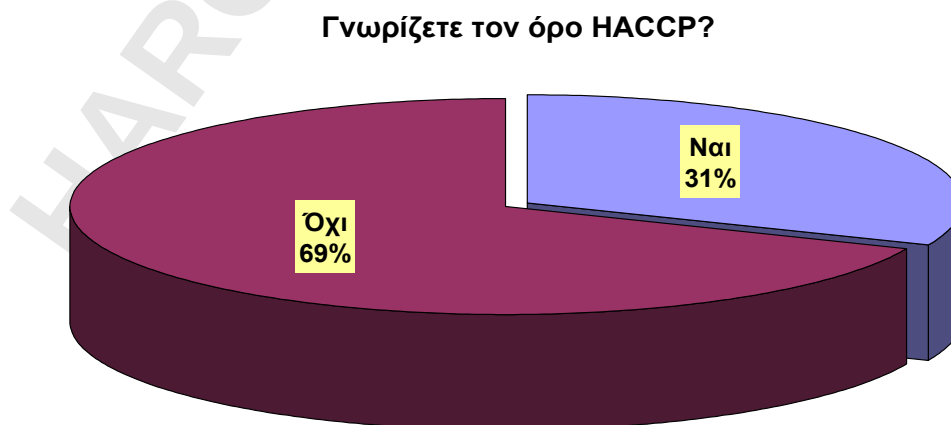
Μόνο 4 καταναλωτές (1%) δήλωσαν ότι δεν διαβάζουν ποτέ τις ετικέτες στα τρόφιμα. Ακόμη, 115 καταναλωτές δήλωσαν ότι τις διαβάζουν που και που ενώ 114 σχεδόν πάντα με στατιστικά ασήμαντη διαφορά ποσοστού (1,0000).

▪ Ερώτηση 7η



Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δήλωσε ότι στις ετικέτες προσέχει περισσότερο την ημερομηνία λήξης σε ποσοστό 87% (277 καταναλωτές) ενώ επίσης προσέχουν και τη σύνθεση/τα συστατικά σε ποσοστό 51% (163 καταναλωτές). Τελευταίες σε σειρά έρχονται οι πληροφορίες για τον κατασκευαστή με ποσοστό μόλις 6%.

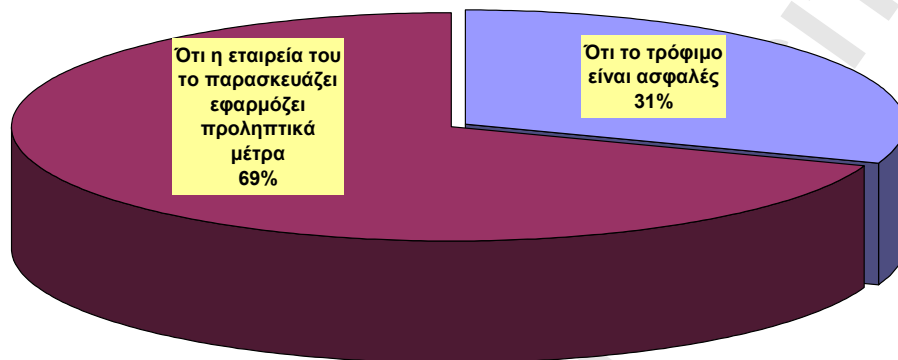
▪ Ερώτηση 8η



Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δε φαίνεται να γνωρίζει τον όρο HACCP με ποσοστό 69% (219 καταναλωτές) ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (31%) δήλωσε πως γνωρίζει τον όρο αυτό με στατιστικά σημαντική διαφορά (0,0000).

▪ Ερώτηση 9^η

Εάν Ναι, τι πιστεύετε ότι σημαίνει η σήμανση του στη συσκευασία ?

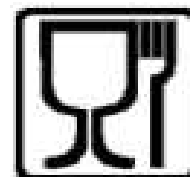


Από αυτούς που δήλωσαν ότι γνώριζαν τον όρο HACCP, το 69% έδωσε και τη σωστή ερμηνεία με στατιστικά σημαντική διαφορά (0,0000) με το υπόλοιπο 31% που έδωσε τη λάθος ερμηνεία.

▪ Ερώτηση 10^η

A)

Γνωρίζετε το παρακάτω σήμα?



Στην ερώτηση αυτή, αν και το σήμα του υλικού κατάλληλου για επαφή με τρόφιμα συναντάται πολύ συχνά στις συσκευασίες των τροφίμων, ένα 48% των καταναλωτών έδωσε λάθος απάντηση ενώ το υπόλοιπο 52% απάντησε σωστά με στατιστικά ασήμαντη διαφορά ποσοστού (0,3127).

B)

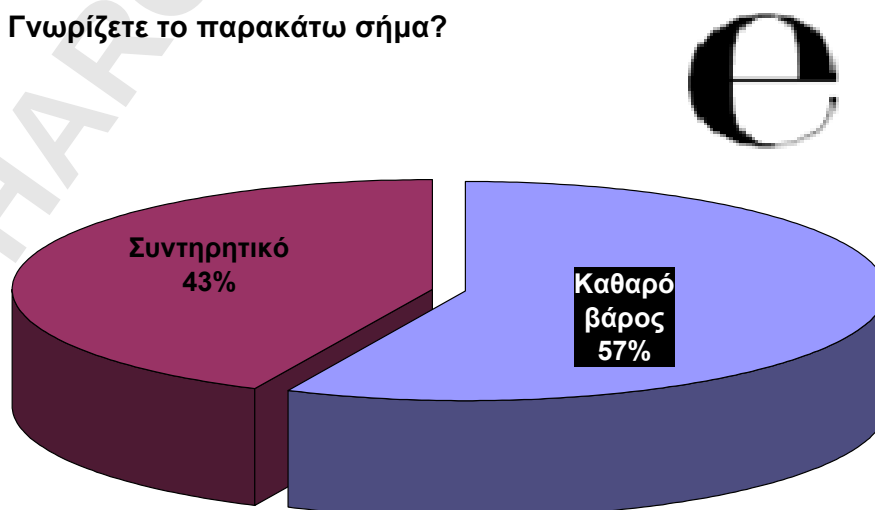
Γνωρίζετε το παρακάτω σήμα?



Το σήμα ανακυκλώσιμου υλικού συσκευασίας είναι ευρέως διαδεδομένο και φάνηκε ότι σχεδόν όλοι οι καταναλωτές το γνωρίζουν με μόνο τέσσερις από αυτούς να δίνουν τη λάθος απάντηση με ποσοστό μόλις 1% και στατιστικά σημαντική διαφορά ποσοστού (0,0000) με το υπόλοιπο 99%.

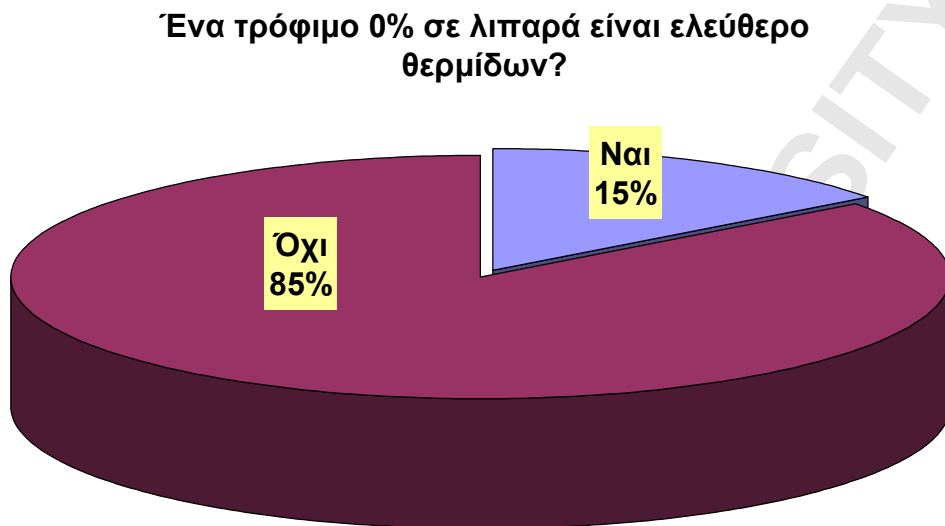
Γ)

Γνωρίζετε το παρακάτω σήμα?



Όσον αφορά το σήμα του καθαρού βάρους, αυτό φάνηκε να το γνωρίζει το 57% των ερωτηθέντων με στατιστικά σημαντική διαφορά (0,0004) από το υπόλοιπο 43% που δήλωσε ότι είναι συντηρητικό.

▪ Ερώτηση 11^η



Στην παραπάνω ερώτηση, το 85% (272 καταναλωτές), απάντησε ότι ένα τρόφιμο 0% σε λιπαρά δεν είναι και ελεύθερο θερμίδων σε αντίθεση με το υπόλοιπο 15% που πίστευε ότι ένα τρόφιμο χωρίς λιπαρά δεν έχει καθόλου θερμίδες. Μεταξύ των δύο αυτών ποσοστών, υπήρξε στατιστικά σημαντική διαφορά (0,0000).

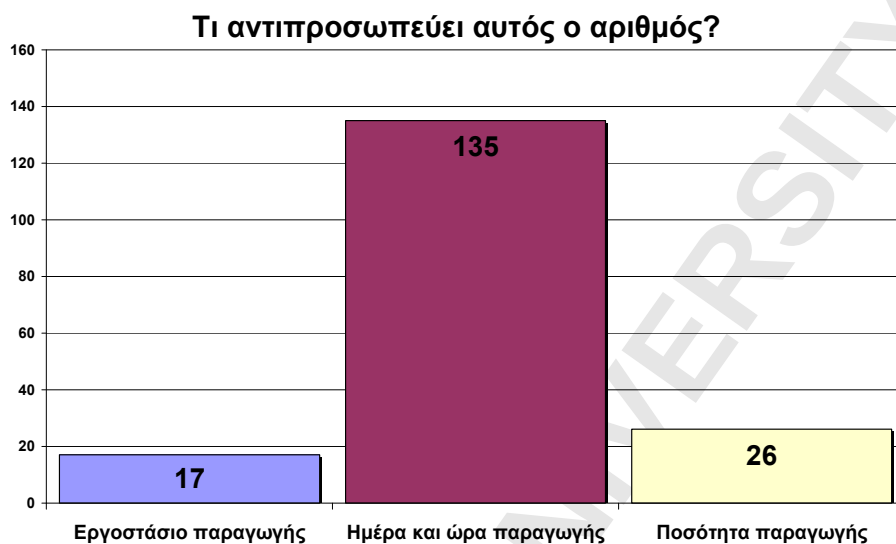
▪ Ερώτηση 12^η

A)



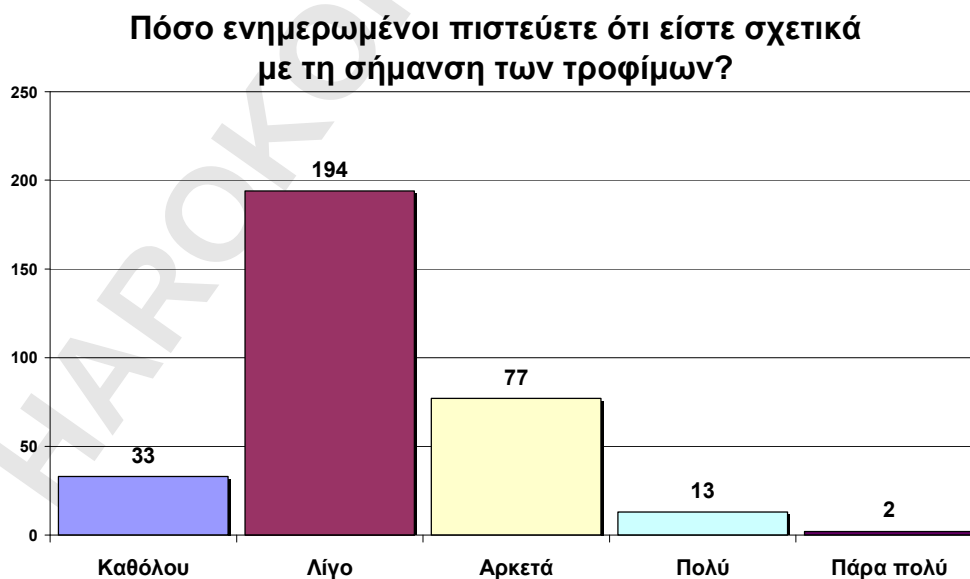
Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δήλωσε ότι γνώριζε τον αριθμό παρτίδας με ποσοστό 56% (176 καταναλωτές), ενώ το υπόλοιπο 44% (139 καταναλωτές) δεν τον γνώριζε με στατιστικά σημαντική διαφορά ποσοστού (0,0056).

B)



Από τους 176 καταναλωτές που δήλωσαν ότι γνώριζαν τον αριθμό παρτίδας, οι 135 (42%) έδωσαν και τη σωστή ερμηνεία.

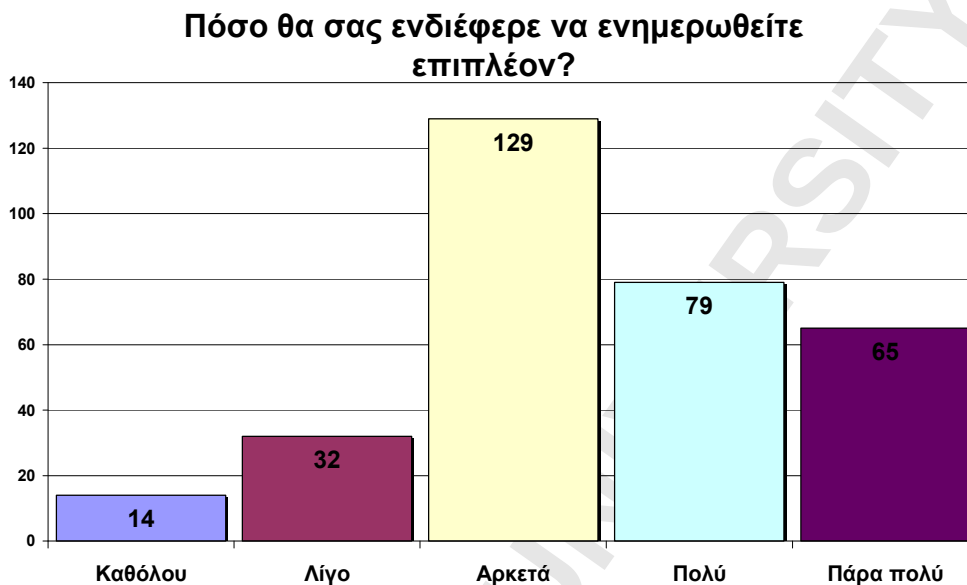
▪ Ερώτηση 13^η



Ένα μεγάλο ποσοστό της τάξης του 71% (227 άτομα) , πιστεύουν ότι είναι καθόλου έως λίγο ενημερωμένο. Οι περισσότεροι καταναλωτές πιστεύουν ότι είναι

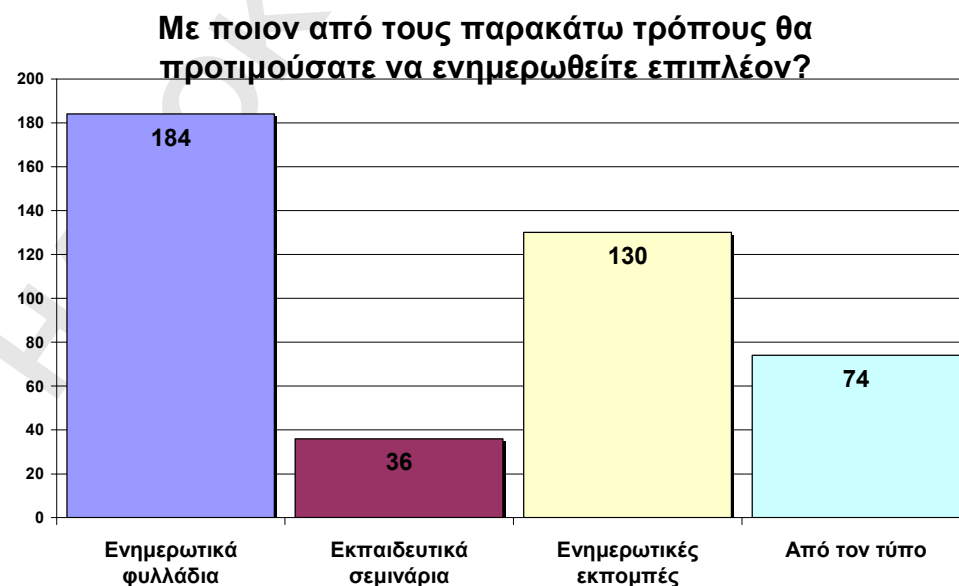
λίγο ενημερωμένοι σχετικά με τη σήμανση των τροφίμων σε ποσοστό 61% (194 άτομα), ένα ποσοστό 24% πιστεύει ότι είναι αρκετά ενημερωμένο ενώ μόνο 2 άτομα θεωρούν ότι είναι πάρα πολύ ενημερωμένα.

▪ Ερώτηση 14^η



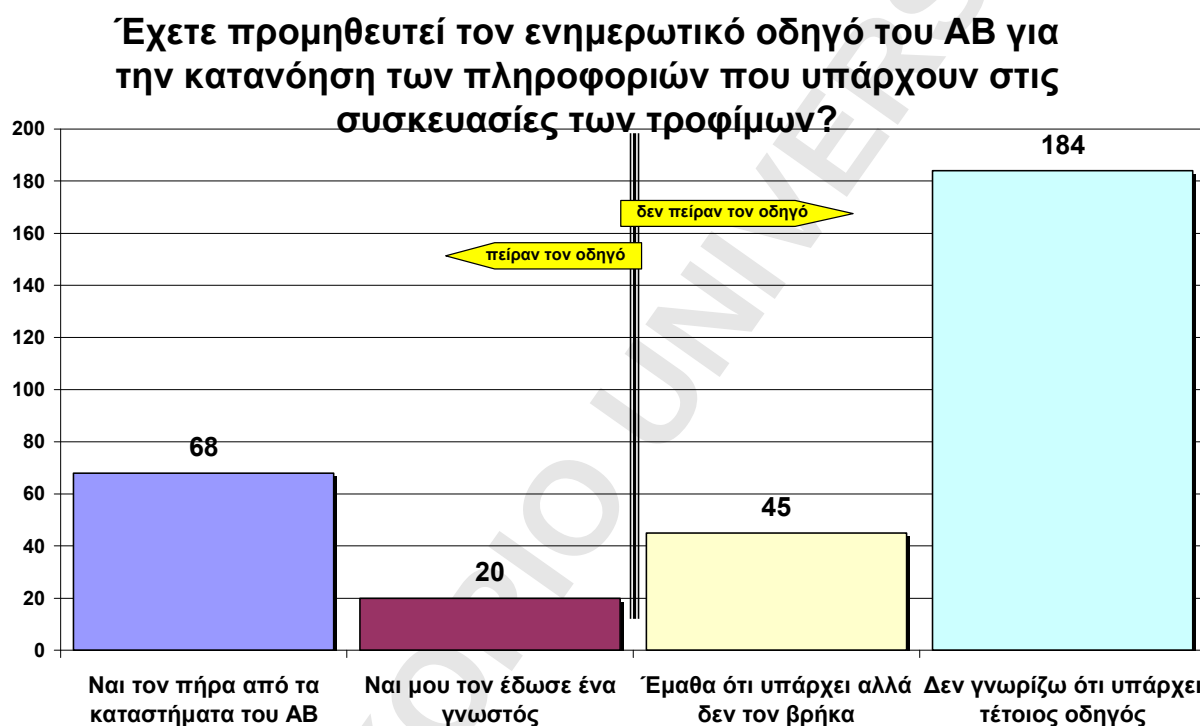
Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι 273 καταναλωτές (86%), ενδιαφέρονται αρκετά έως και πάρα πολύ να ενημερωθούν επιπλέον για τη σήμανση των τροφίμων ενώ μόνο 4% (14 άτομα), δεν ενδιαφέρονται καθόλου.

▪ Ερώτηση 15^η



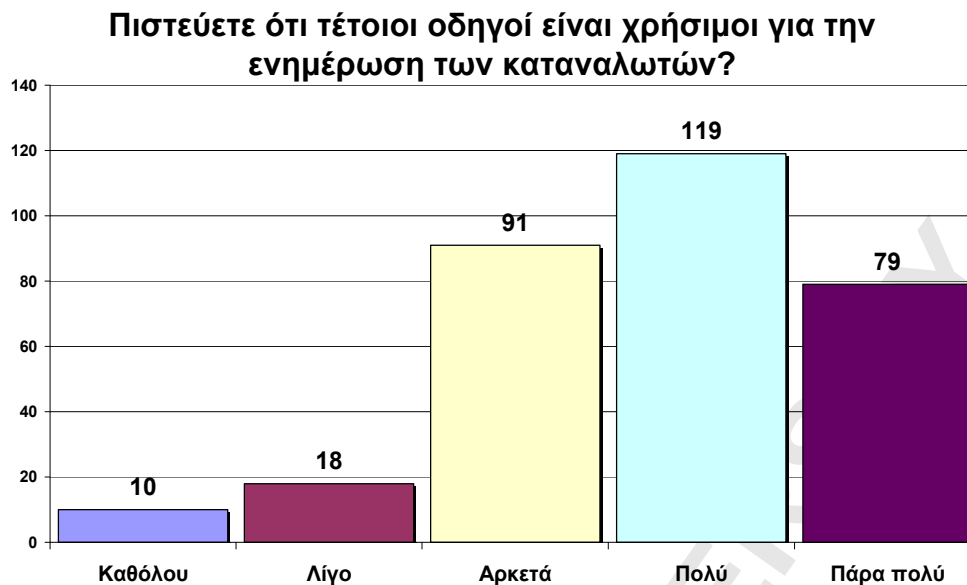
Τα ενημερωτικά φυλλάδια φαίνονται να είναι τα πρώτα σε προτίμηση για επιπλέον ενημέρωση σχετικά με τη σήμανση των τροφίμων σε ποσοστό 58%. Ακολουθούν οι ενημερωτικές εκπομπές με ποσοστό 41% (στατιστικά σημαντική διαφορά ποσοστού (0,0000). Τρίτος σε προτίμηση τρόπος ενημέρωσης είναι ο τύπος (εφημερίδες, περιοδικά), ενώ τελευταία σε προτίμηση είναι τα εκπαιδευτικά σεμινάρια, ως περισσότερο εξειδικευμένα.

▪ Ερώτηση 16^η



Οι περισσότεροι καταναλωτές (229 άτομα, 72%) δεν είχαν προμηθευτεί το εγχειρίδιο του καταναλωτή είτε γιατί δεν γνώριζαν την ύπαρξή του είτε γιατί ενώ ήξεραν ότι υπάρχει, δεν τον βρήκαν.

Ερώτηση 17^η



Ένα μικρό μόνο ποσοστό της τάξης του 3% πιστεύει ότι οδηγοί όπως το εγχειρίδιο του καταναλωτή δεν είναι καθόλου χρήσιμοι. Εκατόν δεκαπέντε (115) από τα άτομα που συμμετείχαν θεώρησαν ότι τέτοιοι οδηγοί είναι πολύ χρήσιμοι σε ποσοστό 37% ενώ ένα 29% (91 άτομα) βρίσκουν αρκετά χρήσιμους τέτοιους οδηγούς. Η διαφορά του ποσοστού των δύο τελευταίων κατηγοριών είναι στατιστικά ασήμαντη (0,0320).

Παρατηρήσεις:

Από τα άτομα που δήλωσαν υπεύθυνα για την αγορά των τροφίμων (200 άτομα 63%) :

- Τα 130 (65%) ήταν γυναίκες,
- Τα 115 (58%) ήταν από 35-64 ετών,
- Τα 109 (55%) ψωνίζουν 1-2 φ/βδ. Από το σούπερ μάρκετ,
- Τα 80 (40%) δηλώνει ότι επηρεάζεται αρκετά από τη συσκευασία,
- Τα 84 (42%) διαβάζει σχεδόν πάντα τις ετικέτες,
- Τα 168 (84%) προσέχει περισσότερο την ημερομηνία λήξης,
- Τα 115 (58%) θεωρούν ότι είναι λίγο ενημερωμένοι.

Από τα άτομα που επηρεάζονται τουλάχιστον αρκετά από τη συσκευασία του τροφίμου στην αγορά του (192 άτομα 60%) :

- Οι 111 (58%) ήταν γυναίκες,
- Το μικρότερο ποσοστό εμφανίζεται σε άτομα <55 ετών (8%) ,
- Τα 120 (63%) είναι υπεύθυνα για την αγορά τροφίμων.

Από τα άτομα που δήλωσαν ότι γνωρίζουν τον όρο HACCP (100 άτομα 31%):

- Τα 70 έδωσαν τη σωστή απάντηση,
- Τα 69 ήταν υπεύθυνοι για την αγορά τροφίμων,
- Τα 12 ψωνίζουν >3 φ/βδ.

Στην ερώτηση «ένα τρόφιμο 0% σε λιπαρά είναι ελεύθερο θερμίδων;», απάντησαν «Ναι» 47 άτομα (14%), από τα οποία:

- Τα 25 (53%) ήταν υπεύθυνα για την αγορά τροφίμων,
- Τα 30 (64%) ήταν <44 ετών.

Από τα άτομα που διαβάζουν τις ετικέτες «πάντα» και «σχεδόν πάντα» (173 άτομα 54%):

- Τα 103 (60%) ήταν γυναίκες,
- Τα 155 (90%) ήταν <54 ετών,
- Τα 124 (72%) ήταν υπεύθυνοι για την αγορά τροφίμων
- Τα 156 (90%) προσέχουν περισσότερο την ημερομηνία λήξης,
- Τα 109 (63%) προσέχουν τη σύνθεση/τα συστατικά,
- Μόνο 12 (7%) προσέχουν πληροφορίες για τον κατασκευαστή.

Από τα άτομα τα οποία δήλωσαν ότι γνωρίζουν τον αριθμό παρτίδας (176 άτομα 55%):

- Τα 94 (53%) έδωσαν τη σωστή απάντηση,
- Τα 115 (65%) ήταν υπεύθυνοι για την αγορά τροφίμων,
- Τα 143 (81%) ψωνίζουν <2 φ/βδ,
- Τα 53 (30%) πήραν τον ενημερωτικό οδηγό από τον ΑΒ.

Από τους καταναλωτές οι οποίοι πιστεύουν ότι είναι αρκετά ενημερωμένοι σχετικά με τη σήμανση των τροφίμων (77 άτομα 24%):

- Τα 28 (36%) πήραν τον οδηγό,
- Τα 58 (75%) ήταν υπεύθυνοι για την αγορά των τροφίμων,
- Τα 49 (64%) θέλουν να ενημερωθούν επιπλέον από ενημερωτικά φυλλάδια,
- Τα 46 (60%) απάντησαν σωστά στο σήμα καταλληλότητας για επαφή με τρόφιμα,
- Τα 43 (56%) απάντησαν σωστά στο σήμα καθαρού βάρους,
- Τα 45 (58%) απάντησαν σωστά στον αριθμό παρτίδας,
- Τα 29 (38%) θέλουν να ενημερωθούν επιπλέον από ενημερωτικές εκπομπές.

Από τα άτομα τα οποία προσέχουν πιθανές προειδοποιήσεις σχετικά με την κατανάλωση του τροφίμου από άτομα με συγκεκριμένες παθήσεις (42 άτομα 13%):

- Τα 25 (60%) ήταν υπεύθυνοι για την αγορά τροφίμων,

- Τα 20 (48%) ήταν >45 ετών.

Από τους 154 (48%) που απάντησαν λάθος στο σήμα της καταλληλότητας για επαφή με τρόφιμα:

- Οι 116 (75%) δεν πήραν τον οδηγό,
- Ήταν το 71% της ηλικίας 55-64,
- Ήταν το 41% της ηλικίας 15-24,
- Οι 90 (58%) είναι αυτοί που κάνουν κυρίως τα ψώνια της οικογένειας,
- Οι 80 (52%) ψωνίζουν 1-2 φορές την εβδομάδα.

Από τους 4 (1%) που απάντησαν λάθος στο σήμα της ανακύκλωσης:

- Οι 3 δεν πήραν τον οδηγό
- Ήταν ένας από κάθε ηλικία περίπου
- Ψωνίζουν λιγότερο από 2 φορές την εβδομάδα
- Οι 3 απάντησαν ότι διαβάζουν σχεδόν πάντα τις ετικέτες ?!

ΜΕΡΟΣ Δ'

Συμπεράσματα

ΗΑΡΟΚΟΡΡΙΟ UNIVERSITY

Δ1: Συζήτηση

Όπως προαναφέρθηκε, οι ετικέτες αποτελούν ένα βασικό εργαλείο για την επικοινωνία μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή, όπως επίσης και περιέχουν χρήσιμες πληροφορίες με στόχο την ενημέρωση του καταναλωτή ως προς μια σειρά στοιχείων που αφορούν το τρόφιμο (ονομασία, συστατικά, ημερομηνία λήξης, οδηγίες συντήρησης κα). Ακόμη, η σωστή χρήση και κατανόηση των ετικετών βοηθούν τον καταναλωτή ώστε αυτός να προβαίνει σε πιο υγιεινές επιλογές τροφίμων.

Στην Ε.Ε., ισχύουν διάφοροι κανονισμοί που αφορούν τη διατροφική επισήμανση. Σ' αυτούς, ορίζονται πληροφορίες των οποίων η αναγραφή είναι υποχρεωτική, αλλά και κάποιες άλλες προαιρετικές.

Ποιες πληροφορίες όμως διαβάζουν τελικά οι Έλληνες καταναλωτές στη συσκευασία και πόσο τις καταλαβαίνουν, αποτέλεσε και το θέμα της συγκεκριμένης έρευνας.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ενώ οι περισσότεροι καταναλωτές θεωρούν ότι είναι λίγο ενημερωμένοι σχετικά με τη σήμανση και ότι μεγάλος αριθμός αυτών έχει ανάγκη για επιπλέον ενημέρωση, την ίδια στιγμή, οι ίδιοι δηλώνουν ότι από τα πολυάριθμα στοιχεία που εμφανίζονται στις ετικέτες, επιλέγουν να διαβάσουν ελάχιστα. Χαρακτηριστικά, η ημερομηνία λήξης ενός τροφίμου φαίνεται να ελέγχεται πάνω από το 85% των ερωτηθέντων, η σύνθεση/τα συστατικά από περίπου το 50%, ενώ άλλα στοιχεία όπως για παράδειγμα πληροφορίες για τον κατασκευαστή, διαβάζονται μόνο από το 6% των καταναλωτών. Το παραπάνω, πιθανά να συμβαίνει για τον απλούστατο λόγο ότι στοιχεία όπως π.χ. η ημερομηνία λήξης, είναι κατανοητά και άμεσα συνδεδεμένα με την ασφάλειά τους. Επιπλέον, σε ειδικές περιπτώσεις οι καταναλωτές προσέχουν και ορισμένες πληροφορίες που τους αφορούν και τους ενδιαφέρουν περισσότερο, όπως πιθανές προειδοποιήσεις σχετικά με την κατανάλωση του τροφίμου από άτομα με συγκεκριμένες παθήσεις. Ακόμη, ενώ η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ενδιαφέρεται να ενημερωθεί επιπλέον μέσω ενημερωτικών φυλλαδίων, ένα μικρό

ποσοστό (15%) πήρε τον οδηγό. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους λόγους, όπως π.χ. στο σύντομο χρονικό διάστημα κυκλοφορίας του φυλλαδίου και στο ότι οι καταναλωτές δεν είχαν ενημερωθεί για την κυκλοφορία του με αποτέλεσμα να το θεωρούν σαν απλά άλλο ένα διαφημιστικό φυλλάδιο.

Το γιατί όμως οι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ότι χρειάζονται ενημέρωση ενώ παράλληλα δεν διαβάζουν τις πολυάριθμες πληροφορίες που αναγράφονται στις ετικέτες, φαίνεται να εξηγείται από την ελλιπή ενημέρωσή τους αλλά και από την πολύπλοκη φύση της ίδιας της επισήμανσης. Έτσι, η πολύπλοκη «γλώσσα» των ετικετών φαίνεται να είναι μία από τις σημαντικότερες αιτίες που οι καταναλωτές δε δίνουν τη δέουσα προσοχή στις πληροφορίες που αυτές περιέχουν με αποτέλεσμα να υπάρχει σύγχυση στο μυαλό τους.

Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να γίνει μια συντονισμένη προσπάθεια για τη σωστή εκπαίδευση των καταναλωτών αλλά και προσπάθεια εκ μέρους των υπεύθυνων φορέων για απλές και περιεκτικές ετικέτες, έτσι ώστε ο καταναλωτής να κάνει ενσυνείδητες αγορές τροφίμων και να προβαίνει σε υγιέστερες διατροφικές επιλογές.

Τέλος, κρίνεται απαραίτητη η περαιτέρω διερεύνηση των λόγων που αποθαρρύνουν τους καταναλωτές από την ανάγνωση των ετικετών αλλά και των χαρακτηριστικών που αυτοί θεωρούν ότι θα έπρεπε να έχει η ιδανική ετικέτα.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ⁱ Μπόσκου Γεώργιος, Σημειώσεις Διαχείρισης Μονάδων Διατροφής, Απρίλιος 2006
- ⁱⁱ Mhurchu CN, Gorton D, "Nutrition labels and claims in New Zealand and Australia: a review of use and understanding.", . Aust N Z J Public Health. 2007 Apr;31(2):105-12
- ⁱⁱⁱ Hawthorne KM, Moreland K, Griffin IJ, Abrams SA, " An educational program enhances food label understanding of young adolescents.", . J Am Diet Assoc. 2006 Jun;106(6):913-6
- ^{iv}Williams P., " Consumer understanding and use of health claims for foods.", Nutr Rev. 2005 Jul;63(7):256-64.
- ^v Cowburn G, Stockley L, " Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review.", . Public Health Nutr. 2005 Feb;8(1):21-8
- ^{vi} Pelletier AL, Chang WW, Delzell JE Jr, McCall JW, " Patients' understanding and use of snack food package nutrition labels.", . J Am Board Fam Pract. 2004 Sep-Oct;17(5):319-23
- ^{vii} (Chan C, Patch C, Williams P.) , " Australian consumers are sceptical about but influenced by claims about fat on food labels.", Eur J Clin Nutr. 2005 Jan;59(1):148-51.
- ^{viii} Steenhuis I, van Assema P, van Breukelen G, Glanz K, " The effectiveness of nutrition education and labeling in Dutch supermarkets.", Am J Health Promot. 2004 Jan-Feb;18(3):221-4.
- ^{ix} Sullivan AD., "Determining how low-income food shoppers perceive, understand, and use food labels.", Can J Diet Pract Res. 2003 Spring;64(1):25-30
- ^x Grenier K, Grenier J, " Comprehension of food label claims by university undergraduate students", . Can J Public Health. 1996 Sep-Oct;87(5):351-3
- ^{xi} Lewis CJ, Yetley EA, "Focus group sessions on formats of nutrition labels.", J Am Diet Assoc. 1992 Jan;92(1):62-6.

-
- ^{xii} Monteiro RA, Coutinho JG, Recine E, “Usage of food and beverage labels by supermarket shoppers in Brasilia, Brazil”, . *Rev Panam Salud Publica*. 2005 Sep;18(3):172-7.
- ^{xiii} Jarosz A, Kozłowska-Wojciechowska M, Uramowska-Zyto B,, “Expectations regarding nutrition information on food product packages”, . *Rocz Panstw Zakl Hig*. 2003;54(2):231-9
- ^{xiv} Fullmer S, Geiger CJ, Parent CR, “Consumers' knowledge, understanding, and attitudes toward health claims on food labels.”, . *J Am Diet Assoc*. 1991 Feb;91(2):166-71.
- ^{xv} P.D. Leathwood, D.P. Richardson, P. Sträter, P.M. Todd and H.C.M. van Trijp, “Consumer Understanding of Nutrition and Health Claims: Sources of Evidence”, *British Journal of Nutrition* 2007;98(3):474-484 (in press)

Ιστοσελίδες:

<http://ec.europa.eu>

<http://www.pubmed.com>