

Згідно ЗУ "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" інформація про харчовий продукт має бути:

**Розміщеною на
видному місці**

Кожен харчовий продукт, призначений для кінцевого споживача або закладу громадського харчування, має супроводжуватися інформацією відповідно до вимог Закону.

Інформація повинна розташовуватися на видному місці, не перекриватись текстом або зображеннями, бути незмивною!

**Розбірливою
та легкою для
розуміння**

Назву та кількість харчового продукту розташовують в однаковій зоні видимості. Назва має точно характеризувати продукт.

Інформація щодо характерних властивостей, фізичного стану продукту або спеціального оброблення є обов'язковою (порошкоподібний, концентрований, заморожений тощо).

Шрифт назви - не менше 2 мм, шрифт іншої обов'язкової інформації - не менше 0,8 мм.

**Достовірною і
не вводити в
оману**

Інформація про харчовий продукт не повинна вводити в оману щодо його походження, складу, терміну придатності або інших характеристик.

Приписувати лікувальні властивості (крім природних мінеральних вод та харчових продуктів для спеціальних медичних цілей).



ОБОВ'ЯЗКОВА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ХАРЧОВИЙ ПРОДУКТ

- Назва харчового продукту, яка є зрозумілою для споживача без додаткових роз'яснень
- Інформація про фізичний стан продукту (сублімований, заморожений, рідкий тощо)
- Перелік інгредієнтів (вказуються в порядку зменшення їхньої масової частки)
- Наявність алергенів (виділяються окремим кольором, шрифтом та стилем)
- Позначка "з ГМО", якщо частка ГМО перевищує 0,9%
- Фактичний вміст спирту етилового, для напоїв із вмістом понад 1,2%
- Термін придатності: "Вжити до...", "Краще спожити до...", "Краще спожити до кінця..."
- Умови зберігання/використання
- Відповідальний за інформацію про харчовий продукт, назва оператора ринку
- Країна походження/місце походження зазначається, якщо відсутність такої інформації може ввести споживача в оману
- Інструкція з використання державною мовою, якщо її відсутність може ускладнити використання продукту
- Поживна цінність, включає інформацію про: енергетичну цінність, вміст жирів, насичених жирів, вуглеводів, цукрів, білків та солі.
- Чи піддавався харчовий продукт заморожуванню/розморожуванню (якщо піддавався — зазначається дата)

ЯКЩО ТОВАР НЕФАСОВАНИЙ

Нефасовані товари, призначені для кінцевого споживача або для постачання закладам громадського харчування, обов'язково мають відповідати усім вимогам щодо надання інформації про харчові продукти!

Інформація про нефасовані продукти надається у спосіб, визначений оператором: може бути розташована на мішку або іншій ємності, на стенді поряд, надаватись на вимогу покупця.



АКЦЕНТ НА АЛЕРГЕНИ!



Інгредієнти-алергени, які можуть входити до складу харчового продукту, обов'язково мають бути виділені кольором або шрифтом!



Меню закладів громадського харчування також обов'язково має містити інформацію про наявність алергенів у складі готових страв!

До таких продуктів належать: яйця, риба, горіхи, молоко, селера, гірчиця тощо.



БЕЗ ГМО? ОРГАНІЧНИЙ? НАТУРАЛЬНИЙ?



Відтепер ми зможемо спостерігати на упаковці товару позначку "з ГМО", яка є обов'язковою для харчових продуктів, в яких частка ГМО перевищує **0,9%**!

Позначку "без ГМО" виробник має право розміщувати виключно за підтвердження відсутності ГМО.



Використання державного логотипа встановленого зразка та маркування органічної продукції [сировини] здійснюється виключно за наявності відповідного сертифіката.



Закон визначає чіткі умови застосування слова "натуральний" у позначенні ароматизатора, харчового продукту й, окремо, молочних продуктів.

Слово "натуральний" може використовуватися для позначення ароматизаторів, ароматичний компонент яких містить виключно натуральні ароматичні препарати та/або натуральні ароматичні речовини.

Застосування слова "натуральний" щодо молочних продуктів чи їхніх інгредієнтів допустимо, якщо вони:
не містять штучної сировини/барвників/ароматизаторів/консервантів/стабілізаторів/ харчових добавок/підсолоджувачів;
вироблені із сировини в результаті фізичних та/або ферментативних, та/або мікробіологічних процесів переробки.

УПАКОВКА СТАНЕ МЕНШ ПРИВАБЛИВОЮ, АЛЕ БІЛЬШ ЧЕСНОЮ!

Заборонено:

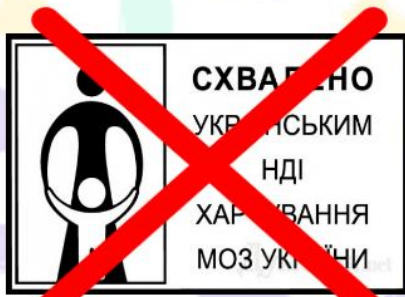
- Використовувати у назві продукти, які не входять до складу
- Розміщувати на упаковці зображення продуктів, які не входять до складу



Дозволено:

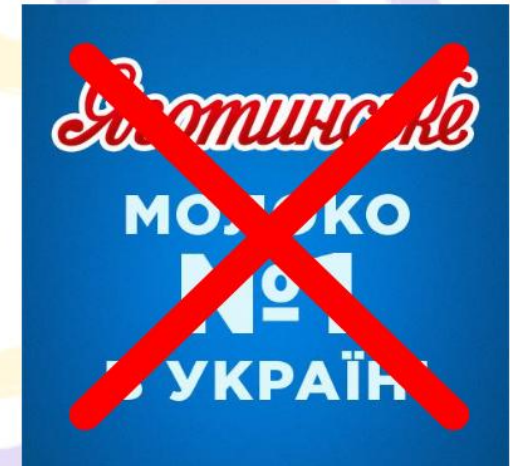
- Зображати сервірування/подачу продукту
- Використовувати у назві або розміщувати на упаковці зображення продуктів за наявності відповідного ароматизатору та з використанням напису "з ароматом" або "зі смаком"

МАРКЕТИНГОВІ КЛЕЙМИ ТА НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ



Будь-яка інформація на упаковці повинна бути підтвердженою!

- "Схвалено МОЗ...", "Схвалено НДІ...", "Клінічно доведено..."
- "Вибір року", "Відмінно", "№1!" та інші відзнаки
- Необхідно уникати будь-яких тверджень, що мають суб'єктивний характер, вищий ступінь порівняння, якщо вони не можуть бути доведені: унікальний, особливий, неперевершений, найкращий тощо
- Заборонено повідомляти про особливі властивості харчового продукту, якщо всі подібні продукти мають такі самі властивості



ТЕРМІН ПРИДАТНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Закон вводить поняття "мінімальний термін придатності харчового продукту" і дату "вжити до...":

Мінімальний термін придатності харчового продукту – дата, до настання якої характеристики харчового продукту залишаються незмінними у межах, визначених оператором ринку!

Є безліч продуктів, які за умови дотримання встановлених умов зберігання залишаються безпечними протягом певного часу після закінчення мінімального терміну придатності, прописаного у маркуванні [цукор, кава, крупи], якщо дотримані умови зберігання

Дата "вжити до" – граничний термін споживання харчових продуктів, які через свої мікробіологічні властивості є швидкопсувними, визначена оператором ринку, після спливу якої харчовий продукт може вважатися небезпечним для здоров'я людини.

Термін придатності на таких швидкопсувних продуктах як хлібобулочні та кондитерські вироби, і навіть алкогольні напої понад **10** градусів [зокрема, вино й шампанське] зможуть взагалі не вказувати.

НА КОГО РОЗПОВСЮДЖУЄТЬСЯ ЗАКОН ТА ПРО ПЕРЕХІДНИЙ ПЕРІОД



Закон "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів" поширюється насамперед на операторів ринку харчових продуктів і харчові продукти, а також заклади громадського харчування.

Це дозволить споживачам отримати вичерпну інформацію про харчові продукти, і таким чином подбати про своє здоров'я і захистити права.



Закон не вимагає моментальних змін, він передбачає перехідний період, який триватиме орієнтовно **3 роки**, щоб виробники все зробили згідно з новими вимогами.

Протягом цього часу суб'єкти господарювання будуть мати можливість продавати на ринку ту продукцію, яка маркована відповідно до дійсних на даний момент норм законодавства. Щоб не було необхідності в перемаркуванні, вилученні, відкликанні цієї продукції з ринку, бо це ву свою чергу тягне додаткові видатки та, відповідно, здорожчання продукції.

