

II

(Съобщения)

СЪОБЩЕНИЯ НА ИНСТИТУЦИИТЕ, ОРГАНИТЕ, СЛУЖБИТЕ И АГЕНЦИИТЕ НА
ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКА КОМИСИЯ

Известие на Комисията относно прилагането на законодателството на ЕС в областта на храните и защитата на потребителите спрямо проблеми, свързани с разлики в качеството на продуктите — специфичният случай с храните

(2017/C 327/01)

Свободното движение на стоки е една от четирите основни свободи на единния пазар. Единният пазар на стоки насърча иновациите в продуктови пазари, като същевременно допринася за повече възможности за предприятията и предоставя по-голям избор на потребителите в цяла Европа.

Свободното движение на стоки не означава непременно, че всеки продукт трябва да бъде идентичен във всяко кътче на единния пазар. Докато потребителите са свободни да купуват продукти по свой избор, стопанските субекти също така са свободни да предлагат на пазара и продават стоки с различен състав или характеристики, при условие че те спазват изцяло законодателството на ЕС (независимо дали става въпрос за законодателство относно безопасността на продуктите и тяхното етикетиране, или за друго хоризонтално или секторно законодателство). За да продължат да бъдат успешни, предприятията трябва непрекъснато да адаптират и да обновяват своите продукти в отговор на различни тенденции в търсенето, логистични проблеми и нововъзникващи технологии. Дори продукти с една и съща производствена марка могат да имат различни характеристики поради основателни причини, като например мястото на производство или предпочитанията на потребителите в регионите, за които тези продукти са предназначени. Това, което обаче може да бъде източник на безпокойство, е когато стоки с различен състав, но с идентична производствена марка, се предлагат на пазара по начин, който може да заблуди потребителя.

ЕС е въвел широкообхватна законодателна рамка за защита на правата на потребителите. Ефективната защита на потребителите е от съществено значение за един ефективен и добре функциониращ пазар. Тази рамка включва защитата на потребителите срещу заблуждаваща информация и заблуждаващи търговски практики.

Проблемът с разликите в качеството на някои продукти⁽¹⁾, и по-специално хранителни продукти, е източник на нарастваща загриженост. През март 2017 г. Европейският съвет приветства действията на Комисията за задълбочено обсъждане на темата. Както ясно бе подчертано от председателя Юнкер в речта му за състоянието на Съюза⁽²⁾, не може да има второкласни потребители в Съюза, в който всички са равни, и не е приемливо „в някои части на Европа на хората да се продават храни с по-ниско качество, отколкото в други страни, въпреки че търговската марка и опаковката са едни и същи“. Комисията предприема действия по различни направления с цел възстановяване на доверието и увереността на гражданите в единния пазар и реши да отдели специално внимание на първо място на областта на храните.

Тези действия съчетават диалог със заинтересованите страни и практически стъпки, които да дадат възможност за предприемане на конкретни мерки от страна на компетентните органи. След обсъжданията по време на заседанието на Европейския съвет през март 2017 г. Комисията отнесе въпроса до Форума на високо равнище за подобряване на функционирането на веригата на доставки на храни с цел да инициира диалог между промишлеността, потребителите и националните органи. Този диалог ще продължи през идните месеци. Освен това Комисията работи по конкретни мерки за осигуряване на надеждни и сравними данни, първоначално от областта на храните. Съвместният изследователски център (JRC) разработва насоки за обща методика за изпитване, които ще представляват стъпка към осигуряването на сравними и авторитетни изследвания в целия ЕС. От съществено значение е да се оцени мащабът на проблема и да се осигури солидният набор от данни, необходим за предприемането на действия.

⁽¹⁾ Става въпрос за стоки, предлагани на единния пазар с една и съща производствена или търговска марка, но с разлики в съдържанието, състава или качеството в отделните държави — членки на ЕС.

⁽²⁾ http://europa.eu/rapid/press-release_SPEECH-17-3165_bg.htm.

Друга стъпка за постигане на яснота и прозрачност би била подобряването на информацията относно точното съдържание на даден продукт. В областта на храните Комисията обсъжда с бизнеса, по-специално с производителите на храни и търговците на дребно, как да се осигури (отвъд настоящите правни задължения) пълна прозрачност относно състава на продуктите. Една от проучваните възможности представлява изготвянето на Кодекс за поведение за производителите, в който да се установят стандарти, които трябва да бъдат спазвани, за да се предотвратят проблемите, свързани с разликите в качеството. Накрая, Комисията заедно с националните органи по защита на потребителите и безопасност на храните анализира прилагането на съответното законодателство на ЕС.

Настоящото известие представлява принос към тази цялостната стратегия и има за цел да улесни практическото прилагане на действащото законодателство. Няколко са законодателните актове на ЕС, които имат отношение към предприемането на действия за решаване на проблема с разликите в качеството на продуктите. Що се отнася по-конкретно до хранителните продукти, на които се отделя централно внимание в настоящото известие, сред тези актове са:

- Общият регламент за законодателството в областта на храните ⁽¹⁾, който има за цел да гарантира, че само безопасни хранителни продукти се пускат на пазара в ЕС и че потребителите са точно информирани и не са заблуждавани по отношение на състава и характеристиките на хранителните продукти, предлагани за продажба;
- Регламентът за предоставянето на информация за храните на потребителите ⁽²⁾, в който са установени общите правила и изисквания относно етикетването, включително задължителното предоставяне на пълен списък на съставките, благодарение на който потребителите да бъдат напълно информирани за състава на хранителните продукти ⁽³⁾;
- Директивата за нелоялните търговски практики ⁽⁴⁾, която гарантира потребителите да не бъдат заблуждавани или излагани на агресивен маркетинг и всяко твърдение на търговци в ЕС да бъде ясно, точно и обосновано. С нея се цели на потребителите да се даде възможност да направят информиран и обмислен избор. Тази хоризонтална директива се прилага за много търговски практики, които се регулират и от друго общо или специфично за отделни сектори законодателство на ЕС, като например секторите на храните, играчките, козметиката, почистващите препарати и други, но единствено по отношение на аспектите, които не са обхванати от секторно законодателство.

Задължение на държавите членки, и по-специално на националните органи по защита на потребителите и безопасност на храните, е да гарантират съответствието с достиженията на правото на ЕС и да осигуряват прилагането на национално равнище на европейското законодателство в областта на безопасността на храните и тяхното етикетване. Комисията обаче е ангажирана да подпомага националните органи, като им предоставя подкрепата и насоките, от които те имат нужда. В настоящото известие се разяснява съответната законодателна рамка, за да се предоставят на националните органи инструменти и показатели за осигуряване на нейното правилно прилагане. Известието следва да се разглежда като първа стъпка от действията на Комисията за подкрепа на националните правоприлагащи органи в усилията им да сложат край на нелоялните практики. То може да бъде актуализирано с оглед на нови данни, събрани посредством общата методика за изпитване, и относно продукти, различни от храните.

1. Изисквания за обективно информиране съгласно Регламент (ЕС) № 1169/2011 за предоставянето на информация за храните на потребителите

В съответствие с изискването на член 8 от Регламент (ЕО) № 178/2002 за установяване на общите принципи и изисквания на законодателството в областта на храните, съгласно който законодателството в областта на храните е насочено към предотвратяването на практики, заблуждаващи потребителите, Регламент (ЕС) № 1169/2011 за предоставянето на информация за храните на потребителите (Регламента за предоставянето на информация за храните) въвежда всеобхватна правна рамка, целяща да се гарантира не само високо равнище на защита на здравето на потребителите, както и на техните социални и икономически интереси, но също така и свободното движение на безопасна и здравословна храна в рамките на единния пазар на ЕС.

⁽¹⁾ Регламент (ЕО) № 178/2002 на Европейския парламент и на Съвета от 28 януари 2002 година за установяване на общите принципи и изисквания на законодателството в областта на храните, за създаване на Европейски орган за безопасност на храните и за определяне на процедури относно безопасността на храните (ОВ L 31, 1.2.2002 г., стр. 1).

⁽²⁾ Регламент (ЕС) № 1169/2011 на Европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 година за предоставянето на информация за храните на потребителите, за изменение на регламенти (ЕО) № 1924/2006 и (ЕО) № 1925/2006 на Европейския парламент и на Съвета и за отмяна на Директива 87/250/ЕИО на Комисията, Директива 90/496/ЕИО на Съвета, Директива 1999/10/ЕО на Комисията, Директива 2000/13/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, директиви 2002/67/ЕО и 2008/5/ЕО на Комисията и на Регламент (ЕО) № 608/2004 на Комисията (ОВ L 304, 22.11.2011 г., стр. 18).

⁽³⁾ По отношение на някои продукти, като например шоколад, плодови сокове и конфитюр, се прилагат специфични изисквания по отношение на състава или те са предмет на разпоредби за качество по силата на хармонизирано законодателство на равнището на ЕС или по силата на национално законодателство.

⁽⁴⁾ Директива 2005/29/ЕО на Европейския Парламент и на Съвета от 11 май 2005 година относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар и изменение на Директива 84/450/ЕИО на Съвета, Директиви 97/7/ЕО, 98/27/ЕО и 2002/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета, и Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета („Директива за нелоялни търговски практики“) (ОВ L 149, 11.6.2005 г., стр. 22).

За тази цел Регламентът за предоставянето на информация за храните въвежда общия принцип, че информацията за храните не трябва да бъде заблуждаваща, особено:

- по отношение на характеристиките на храната, и по-специално по отношение на нейното естество, същност, свойства, състав, количество, трайност, страна на произход или място на произход, метод на изработка или производство; и
- като се внушава посредством външния вид, описанието или картинното изображение наличието на определена храна или съставка, докато в действителност даден естествено присъстващ компонент или обичайно използвана съставка в тази храна са заменени с различен компонент или различна съставка.

Също така в посочения регламент е определен списък със задължителни данни, които по принцип следва да се предоставят за всички храни: по-специално наименованието на храната, списъкът на съставките, количеството на определени съставки или категории съставки, информация за алергените, обявяване на хранителните стойности и т.н. Информацията за храните трябва да е точна, ясна и лесноразбираема за потребителя. За тази цел с регламента се установяват специфични изисквания за представяне на задължителната информация, включително минимален размер на шрифта.

Службите на Комисията работиха активно с компетентните органи на държавите членки, за да насърчат общо разбиране за разпоредбите на Регламента за предоставянето на информация за храните и да улеснят прилагането им. Понастоящем те прецизират елементите на едно известие, което предстои да бъде прието скоро от Комисията. Специални насоки по отношение на информацията за веществата или продуктите, причиняващи алергии или непоносимост, бяха издадени под формата на Известие C(2017) 4864 final на Комисията от 13 юли 2017 г.

За компетентните правоприлагащи органи извършването на контрол за спазването на Регламента за предоставянето на информация за храните следва да бъде първата стъпка от проверката дали предлагането на хранителните продукти на пазара се извършва в съответствие със всички правила.

2. Практики за информиране относно характеристиките на продуктите съгласно Директива 2005/29/ЕО за нелоялните търговски практики (ДНТП)

*Взаимодействие със законодателството в областта на храните, и по-специално с Регламента за предоставянето на информация за храните, – принципът *lex specialis* и неговото отражение върху правоприлагането*

Съгласно принципа *lex specialis*, установен в член 3, параграф 4 от ДНТП, в случай на противоречие или припокриване между ДНТП и специфични за отделни сектори разпоредби от правото на Съюза, които уреждат специфични аспекти на нелоялни търговски практики, специфичните за съответния сектор правила имат предимство и се прилагат спрямо тези специфични аспекти.⁽¹⁾ Въпреки това ДНТП ще продължи да бъде от значение за оценката на други възможни аспекти на съответната търговска практика, които не са обхванати от специфични за отделни сектори разпоредби. Поради тази причина ДНТП обикновено може да се прилага заедно със специфични за отделни сектори правила на ЕС, като ги допълва. Тъй като съгласно член 11 от ДНТП от всички държави членки се изисква да осигуряват достатъчни и резултатни средства за борба срещу нелоялни търговски практики, в тези държави членки, където различни органи отговарят за прилагането на ДНТП и на специфично за конкретния сектор законодателство, органите следва да си сътрудничат тясно, за да гарантират, че констатациите от техните съответни проверки по отношение на един и същ търговец и/или една и съща търговска практика са съгласувани⁽²⁾.

Важно е също да се подчертае, че информацията, изисквана съгласно специално за отделен сектор законодателство на ЕС, във връзка с търговски съобщения, включително реклама и продажби, се счита за „съществена“ по смисъла на ДНТП⁽³⁾. Съществената информация се отнася до ключови данни, които стопанските субекти трябва да предоставят на потребителите, за да им дадат възможност да вземат решение за сделка на база на осведоменост⁽⁴⁾. Непредоставянето на такава съществена информация може да бъде квалифицирано като заблуждаваща търговска практика, ако може да се счете, че е вероятно пропускат да подтикне средния потребител да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

⁽¹⁾ Като пример за специфично за друг сектор законодателство, вж. глава IV от Регламент (ЕС) № 1379/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2013 година относно общата организация на пазарите на продукти от риболов и аквакултури, за изменение на регламенти (ЕО) № 1184/2006 и (ЕО) № 1224/2009 на Съвета и за отмяна на Регламент (ЕО) № 104/2000 на Съвета (ОВ L 354, 28.12.2013 г., стр. 1).

⁽²⁾ Вж. по-специално стр. 17 от Насоките относно изпълнението/прилагането на Директива 2005/29/ЕО относно нелоялните търговски практики (насоките могат да бъдат изтеглени на следния адрес: http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm).

⁽³⁾ Член 7, параграф 5 от ДНТП и стр. 17-19 от Насоките относно изпълнението/прилагането на Директива 2005/29/ЕО относно нелоялните търговски практики.

⁽⁴⁾ Член 7, параграфи 1 и 2 от ДНТП и стр. 69 от Насоките относно изпълнението/прилагането на Директива 2005/29/ЕО относно нелоялните търговски практики.

Например съгласно Регламента за предоставянето на информация за храните от стопанските субекти се изисква да предоставят конкретна информация относно продуктите, като например информация за количеството на дадени съставки или за категориите съставки. Това е „съществена“ информация по смисъла на член 7, параграф 5 от ДНТП. Пропускането на тази информация би могло, след оценка на всеки отделен случай, да бъде счетено за заблуждаващо дотолкова, доколкото е възможно то да окаже въздействие върху решенията за сделка на средния потребител.

Прилагане на ДНТП по отношение на търговските практики

ДНТП функционира като защитна мрежа, която гарантира, че във всички сектори може да се поддържа общо високо равнище на защита на потребителите, и която допълва останалото законодателство на ЕС и запълва празнините в него. ДНТП забранява всяка търговска практика, която съдържа невярна информация или по някакъв начин заблуждава или е възможно да заблуди средния потребител, дори и ако съдържащата се в нея информация относно основните характеристики на продукта е фактически точна, и във всички случаи подтиква или е възможно да подтикне потребителя да вземе решение за сделка, което в противен случай не би взел.

За да се прецени дали дадена търговска практика нарушава ДНТП, е необходима преценка за всеки отделен случай.

Предлагането на пазара на стоки, които имат една и съща опаковка и производствена маркировка, но различно съдържание и сензорен профил, би могло да е в разрез с ДНТП, ако може да се докаже, във всеки отделен случай, че:

- потребителите имат оправдани конкретни очаквания към даден продукт, съпоставен с „референтен продукт“, и продуктът значително се отклонява от тези очаквания;
- търговецът пропуска да предостави или не предоставя подходяща информация на потребителите и те не могат да разберат, че е възможно да съществува разминаване с техните очаквания;
- тази неподходяща или недостатъчна информация вероятно променя икономическото поведение на средния потребител, например като го стимулира да закупи продукт, който иначе не би закупил.

За описване на „референтния продукт“ може да е полезно да се ползват следните критерии:

- i) даден продукт се предлага на пазара в няколко държави членки със „същата опаковка и производствена маркировка“;
- ii) в по-голямата част от тези държави членки продуктът се продава с определен състав; и
- iii) възприятието на потребителите за основните характеристики на продукта съответства на състава на този продукт, както се рекламира в по-голямата част от въпросните държави членки.

Работата, извършвана понастоящем от Съвместния изследователски център, ще осигури повече показатели за прецизиране на сравнителните изследвания на храните.

За извършването на преценка за всеки отделен случай може да е полезно първо да се разгледат следните елементи:

- основните характеристики на даден продукт, които средният потребител вероятно би взел под внимание при вземането на решение за покупка и които влияят върху формирането на неговото положително или отрицателно решение за сключване на сделка ⁽¹⁾;
- дали информацията за основните характеристики на даден продукт е изпусната или неясна;
- дали липсващата или неясна информация за основните характеристики вероятно би променила решението на средния потребител за сключване на сделка.

Основни характеристики, които се вземат под внимание от потребителите при закупуване на маркови продукти

Наличието на един или няколко маркови продукта сред общото предлагане на определена категория преработени хранителни продукти (напр. кафе, шоколади, чай, безалкохолни напитки, и т.н.) оказва влияние върху избора на повечето потребители. Решението на потребителя за закупуване на марков продукт се основава в голяма степен на възприятието му за това какво представлява за него съответната марка. Що се отнася до храните, това е субективно мнение, формирано чрез сетивния опит на всеки потребител, хранителните му предпочитания и влияние на фактори като реклама на марки и усилия за изграждане на имидж.

Средният потребител може да не закупи марков продукт, ако има основания да смята, че купеният продукт се разминава с възприятията му за това какъв би следвало да бъде марковият продукт.

⁽¹⁾ Този критерий определя коя информация може да се счита за съществена, т.е. е важна за потребителите.

Трудността да се прецени дали в комуникацията относно марковите продукти са налице евентуални подвеждащи елементи се изразява в това, че характеристиките на даден продукт, които се възприемат като „маркови“, не се предават от производителите на марката под формата на обективно, изрично и измеримо описание. Те се подсказват на потребителите чрез различни неексплицитно формулирани средства за комуникация и/или общи твърдения, че стоката съответства на търговската си марка, или описания как е постигнала успех с течение на времето. Така например, на опаковките на храните често се срещат надписи като „оригинален“, „уникален“, „по рецепта на основателя на марката“ или „независимо къде сте, удоволствието от храната/напитката е винаги същото“.

Проучванията на лоялността към марката показват, че производствените марки действат в съзнанието на потребителите като сертификат за контролирано и постоянно качество. Това обяснява защо някои потребители може да очакват марковите продукти да са с едно и също качество, ако не и абсолютно същите ⁽¹⁾, независимо къде и кога се купуват, както и да очакват да бъдат информирани от собствениците на марката, когато последните решат да променят важен елемент от състава на продуктите си.

Следва също така да се припомни, че в рамките на единния пазар потребителите имат общо разбиране, че това е пазарът, на който купуват и където свободното движение на стоки и равният достъп до стоките са гарантирани, и априори не очакват марковите продукти, продавани в различни държави, да бъдат диференцирани.

За стопанските субекти в областта на храните и напитките обаче „постоянно качество“ не означава непременно еднакви продукти в различните географски области. Стопанските субекти в областта на храните често адаптират продуктите си спрямо предпочитанията на местните потребители и в зависимост от други условия. По-специално, сивните оптимизации се извършват с цел задоволяване на хранителните навици, които могат да бъдат много различни в различните региони. Освен това е възможно да съществуват обективни различия при осигуряването на доставките, в резултат на различия в наличието на суровини според географското местоположение или сезона (или специфични местни изисквания), и тези различия да оказват влияние върху състава и/или вкуса на продуктите и съответно да е трудно да бъдат избегнати от производителите. Също така е възможно да се въведат нови рецепти, за да се отразят технологичният напредък или политиките за промени в състава на храните, но по технически или икономически съображения това не може да бъде извършено едновременно на всички пазари. На последно място, стопанските субекти в областта на храните могат да адаптират състава на продуктите и спрямо еластичността на цените при местното търсене.

Възможни нелоялни практики при предлагането на диференцирани хранителни продукти на единния пазар

Недостатъчната информация за диференцирането на стоките, предлагани на пазара в различни държави членки под една и съща производствена марка, може да повлияе на покупателните решения на потребителите.

След проверка на спазването на законодателството на ЕС в областта на храните, когато правоприлагащите органи разполагат с конкретна информация, която след извършване на анализ за всеки отделен случай ги води до заключението, че практиките за диференциация, прилагани от даден стопански субект в областта на храните, може да представляват нелоялни търговски практики, тези органи може да помислят за извършване на изследвания на пазара, включващи сравнения на продуктите в различните региони и държави. Тези изследвания следва да се извършват, като се прилага общ подход за изследване, върху който Комисията работи в момента. Резултатът от тази работа може да осигури допълнителни данни и препоръки по разглеждания проблем.

Ако при изследванията се установи наличие на продукти, които:

- имат привидно еднакво представяне;
- са пуснати на пазара под една и съща производствена марка;
- но има значителни различия в техния състав и/или сензорен профил,

правоприлагащите органи трябва да решат за всеки отделен случай дали е необходимо допълнително разследване, за да се прецени дали съответните продукти са били пуснати на пазара при спазване на ДНТП, в това число и на изискването действията да се извършват при полагане на дължимата професионална грижа ⁽²⁾, предвидено в член 5, параграф 2 от нея.

⁽¹⁾ За някои категории маркови продукти, като парфюми, луксозни стоки и коли, хората търсят абсолютно същите продукти и се опасяват, че могат да попаднат на фалшификати. От това може да се направи извод, че подобно поведение може да съществува за всички видове потребителски стоки.

⁽²⁾ „Дължима професионална грижа“ е норма на специални умения и грижи, които може разумно да се очаква да бъдат приложени от стопанския субект спрямо потребителите и които съответстват на честната пазарна практика и/или на общия принцип за добросъвестност в сферата на дейност на стопанския субект. Това понятие включва също така съблюдаването на критерии за качество и контрол, оповестени от стопанския субект, като например сертифициране на качеството и други видове сертифициране. Това обхваща принципи, които вече бяха добре установени в законодателствата на държавите членки преди приемането на ДНТП, например принципите за „честна пазарна практика“, „добросъвестност“ и „добра пазарна практика“. Тези принципи подчертават нормативни ценности, които са приложими в специфичната област на стопанската дейност. Сред тези нормативни ценности следва да бъде спазването на приложимото секторно законодателство и насоките за прилагането му, описани в част 1.

При преценката на всеки отделен случай следва да се вземат под внимание логиката за продуктова диференциация, както и посочените по-долу елементи, като се изхожда от конкретните факти и обстоятелства на случая, за да се прецени дали те могат да повлияят върху поведението на потребителите:

- представяне или рекламиране на продукта, които биха накарали потребителите да повярват, че продуктът е един и същ навсякъде в единния пазар, например като се подчертава неговата уникалност, автентичност или оригиналност, неговият уникален традиционен метод на производство или рецепта, съответствието му с рецепта, създадена преди много години на определено място, и т.н.;
- маркетингови стратегии, отнасящи се за различни версии на даден продукт, които може да са обърквали за потребителите. Например стратегия за дистрибуция, прилагана от стопански субект, който разпространява продукти с различно качество на единния пазар, като в някои региони/държави продава само продукти от по-ниско качество, без да предоставя достатъчно информация, която да позволи на потребителите да разберат какво качество се предлага на техния местен пазар;
- липса на информация или недостатъчна информация за потребителите (чрез всякакви средства за обществена комуникация) относно факта, че елементи от състава на продуктите са били значително променени в сравнение с предишния състав (напр. въвеждане на нова рецепта) — като същевременно промените в самия състав се разглеждат в контекста на политиките на държавите членки за промени в състава на храните, съгласно изискването за полагане на дължимата професионална грижа.

Преценката за това какво означава „значителни“ разлики може да варира в зависимост от фактите и обстоятелствата по всеки отделен случай, но значителна разлика в основните характеристики на даден продукт обикновено може да се установи, когато: i) една или няколко ключови съставки или тяхното процентно съдържание в даден продукт се различава съществено в сравнение с „референтния продукт“; ii) тази разлика би могла да промени икономическото поведение на средния потребител, който би взел различно покупателно решение, ако знаеше за разликата.

Практически съображения

Органите, отговарящи за прилагането на ДНТП и на законодателството в областта на храните, следва да работят в тясно сътрудничество при провеждане на тези разследвания, за да се гарантира съгласуваност на констатациите от съответните им разследвания на един и същ стопански субект и/или търговска практика. По-специално:

- по отношение на всеки хранителен продукт следва да се извършва предварителна проверка на всички изисквания, съдържащи се в Регламента за предоставянето на информация за храните;
- по отношение на хранителните продукти, за чийто състав се прилагат стандарти, следва да се проверява също дали са изпълнени нормативните изисквания на приложимите регламенти ⁽¹⁾;
- ако каквато и да било част от информацията, изисквана съгласно горепосочените регламенти, липсва или е представена по заблуждаващ начин, компетентните органи следва да предприемат необходимите правоприлагащи мерки;
- разследването на други възможни нелоялни търговски практики може да се провежда съгласно ДНТП.

Трансгранично сътрудничество

Тъй като настоящият въпрос касае практики на стопански субекти, намиращи се из целия единен пазар, и има трансгранично измерение, компетентните органи следва да се стремят, доколкото е целесъобразно, да провеждат горепосоченото разследване координирано, като прилагат Регламент (ЕО) № 2006/2004 за сътрудничество в областта на защита на потребителите (Регламент за СОЗП) ⁽²⁾. С посочения регламент се установяват ясни задължения за взаимопомощ между

⁽¹⁾ Такъв е например случаят с консервираната риба тон, чийто състав е стандартизиран с Регламент (ЕИО) № 1536/92 на Съвета от 9 юни 1992 година относно определяне на общите стандарти за търговия с консервирана риба тон и паламуд (ОВ L 163, 17.6.1992 г., стр. 1) и Регламент (ЕИО) № 2136/89 на Съвета от 21 юни 1989 година относно установяване на общи стандарти за търговия с консервирани сардини (ОВ L 212, 22.7.1989 г., стр. 79).

⁽²⁾ Регламент (ЕО) № 2006/2004 на Европейския парламент и на Съвета от 27 октомври 2004 година за сътрудничество между националните органи, отговорни за прилагане на законодателството за защита на потребителите (регламент за сътрудничество в областта на защита на потребителите) (ОВ L 364, 9.12.2004 г., стр. 1)..

компетентните органи, за да се гарантира, че органите на държавата членка, в която е установен търговецът, предприемат необходимите мерки за преустановяване на нарушенията, които засягат потребителите в други държави на Съюза. В регламента е закрепено също така задължение за органите в целия ЕС да се предупреждават взаимно за възможни нарушения и да обменят информация за такива нарушения. В случай на заблуждаваща информация за характеристиките на даден хранителен продукт органите за сътрудничество в областта на защитата на потребителите в държавата, чиито потребители може да пострадат, следва да използват пълноценно инструментите, предоставени от Регламента за СОЗП, и да поискат съдействие от колегите си от органите на държавата, в която се намира търговецът. В тази връзка новият Регламент за СОЗП, който ще започне да се прилага в ЕС до края на 2019 г., засили механизмите за сътрудничество и наблюдение, предвидени от сегашната система, и ще позволи по-бърз и по-ефективен обмен на информация и сигнали за нарушения в целия ЕС. Комисията може да улесни този процес и е възможно да бъдат отпуснати средства по програма „Потребители“.

Преценка за възможни нелоялни търговски практики при марковите хранителни продукти — схема:

