



ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 27.6.2007  
COM(2007) 360 τελικό

**ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**

**σχετικά με τις εξελίξεις στην αγορά όσον αφορά τα γαλακτοκομικά και τα  
ανταγωνιστικά προς αυτά προϊόντα**

## ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

**σχετικά με τις εξελίξεις στην αγορά όσον αφορά τα γαλακτοκομικά και τα ανταγωνιστικά προς αυτά προϊόντα**

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87 του Συμβουλίου σχετικά με την προστασία της ονομασίας του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων<sup>1</sup> προβλέπει στο άρθρο 4 παράγραφος 3 ότι τα κράτη μέλη πρέπει να διαβιβάζουν κάθε χρόνο στην Επιτροπή πριν την 1<sup>η</sup> Οκτωβρίου έκθεση σχετικά με τις εξελίξεις στην αγορά όσον αφορά τα γαλακτοκομικά και τα ανταγωνιστικά προς αυτά προϊόντα. Η Επιτροπή υποβάλει εν συνεχεία έκθεση προς το Συμβούλιο πριν την 1<sup>η</sup> Μαρτίου του επόμενου έτους.

Τέτοιες εκθέσεις όμως δεν έχουν σταλεί στην Επιτροπή εδώ και πολλά έτη και γι' αυτό το λόγο η Επιτροπή δεν υπέβαλε καμία έκθεση στο Συμβούλιο κατά τη διάρκεια αυτών των ετών. Το 2006 η Επιτροπή ζήτησε εκ νέου από τα κράτη μέλη να της διαβιβάζουν στοιχεία για να συντάξει την προαναφερόμενη έκθεσή της αλλά μόνο 10 κράτη μέλη διέθεσαν κάποιες πληροφορίες και τα περισσότερα από αυτά μάλιστα μετά την εκπνοή της προθεσμίας που προβλέπεται από το άρθρο 4 παράγραφος 3, δηλαδή μετά την 1<sup>η</sup> Οκτωβρίου.

Κανένα κράτος-μέλος δεν μπορούσε να διαθέσει στατιστικές σχετικά με την αγορά των γαλακτοκομικών και των ανταγωνιστικών προς αυτά προϊόντων αλλά όσον αφορά τις άλλες πληροφορίες τα κράτη-μέλη θεωρούν ότι ορισμένες ονομασίες μπορούν όντως να παραπλανήσουν τους καταναλωτές. Στα καταστήματα λιανικής πώλησης τα γαλακτοκομικά προϊόντα εκτίθενται συχνά στα ίδια ράφια και ενδέχεται να είναι συσκευασμένα κατά τον ίδιο τρόπο με συνέπεια να υπάρχει κίνδυνος παραπλάνησης του καταναλωτή από τα ανταγωνιστικά προϊόντα, εάν δεν είναι σαφές ότι πρόκειται για μη γαλακτοκομικά προϊόντα.

Η παρούσα έκθεση περιλαμβάνει ορισμένες πληροφορίες όσον αφορά τις αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων με τις διαφορές που υπάρχουν στα διάφορα κράτη μέλη ανάλογα με τα γαλακτοκομικά προϊόντα που παράγουν ή με την κατηγορία του γάλακτος που προτιμούν να καταναλώνουν.

Δεν διατίθεται σχεδόν κανένα στοιχείο για τα ανταγωνιστικά προϊόντα αλλά το γενικό αίσθημα είναι ότι η επίπτωση αυτών των προϊόντων εξακολουθεί να είναι οριακή. Το ότι είναι χαμηλότερες οι τιμές τους πάντως αποτελεί πλεονέκτημα για αυτά τα προϊόντα.

Η σήμανση των ανταγωνιστικών προϊόντων φαίνεται να γίνεται σωστά εκ μέρους της βιομηχανίας αλλά στο επίπεδο του λιανικού εμπορίου δεν τηρούνται πάντοτε οι διατάξεις του κανονισμού με συνέπεια να υπάρχει κίνδυνος παραπλάνησης των καταναλωτών.

Ο κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87 πρέπει να διατηρηθεί σε ισχύ γιατί διασφαλίζει τη σωστή σήμανση του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων και εξασφαλίζει τους ίδιους όρους ανταγωνισμού των γαλακτοκομικών και των ανταγωνιστικών προς αυτά προϊόντων. Η ετήσια έκθεση όμως δεν θεωρείται πλέον αναγκαία.

---

<sup>1</sup> ΕΕ L 182 της 3.7.1987, p. 36.

## Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Είναι γνωστό ότι οι καταναλωτικές τάσεις δείχνουν ότι μειώνεται το ενδιαφέρον για το λίπος του γάλακτος για λόγους υγείας και εξαιτίας των νέων καταναλωτικών συνηθειών (οι μικρές οικογένειες μαγειρεύουν λιγότερο στο σπίτι) και αυξάνεται το ενδιαφέρον για την πρωτεΐνη του γάλακτος ειδικά υπό τη μορφή συστατικών τροφών.

Αντί για τα **βασικά προϊόντα** όπως είναι το βούτυρο και το γάλα σε υγρή μορφή, καταναλώνονται όλο και περισσότερο μεταποιημένα προϊόντα, τα οποία ταιριάζουν καλύτερα στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Αντί για απλό γάλα τα παιδιά προτιμούν τώρα το αρωματισμένο γάλα όπως προκύπτει σαφώς από το πρόγραμμα του σχολικού γάλακτος. Το γάλα αυτό καθεαυτό έχει χάσει κάπως την ελκυστικότητά του αλλά τα τρόφιμα και ροφήματα με γαλακτοκομικά συστατικά είναι πολύ της μόδας: τα μίγματα χυμών φρούτων και γάλακτος ή γαλακτοκομικών προϊόντων, το καπουτσίνο και τα συναφή ποτά, ζεστά ή κρύα, διατίθενται τώρα και καταναλώνονται σε ευρεία κλίμακα.

Για λόγους προστασίας της υγείας διατίθενται τώρα λιγότερο παχιά προϊόντα αλλά η περιεκτικότητα σε λίπος ή ζάχαρη σε ορισμένες μεταποιημένες τροφές, οι οποίες καταναλώνονται αντί των βασικών προϊόντων, ενδέχεται να είναι τουλάχιστον η ίδια με αυτή των παλιών "βασικών προϊόντων".

Τα βασικά γαλακτοκομικά προϊόντα μπορούν επίσης να αντικατασταθούν από τροφές με συστατικά γάλακτος που περιέχουν μεγάλη ποσότητα πρωτεΐνης. Τα προϊόντα από ορό γάλακτος, που κάποτε θεωρούντο υπολείμματα που προκαλούσαν ρύπανση του περιβάλλοντος, κατατάσσονται τώρα στην κατηγορία των "υγιεινών τροφών" ή θεωρούνται ως σημαντικό μέρος των γαλακτοκομικών διαιτητικών προϊόντων. Στις αρχές του 2007 οι τιμές των προϊόντων από ορό γάλακτος ήταν οι υψηλότερες στην αγορά.

Η εξέλιξη της **κατανάλωσης γάλακτος** δείχνει ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται περισσότερο για το ημιαποβουτυρωμένο ή για το αποβουτυρωμένο γάλα και σε ορισμένα κράτη μέλη έχει επιτραπεί να διοχετεύουν στην αγορά γάλα κατανάλωσης<sup>2</sup> με περιεκτικότητα σε λιπαρά που δεν εμπίπτει στις συνήθεις κατηγορίες (πλήρες γάλα με περιεκτικότητα σε λιπαρά 2,8 έως 3,2%, αντί για 3,5% τουλάχιστον και ημιαποβουτυρωμένο γάλα με περιεκτικότητα σε λιπαρά 1,0–2,5% αντί για 1,5 έως 1,8%). Αυτές οι παρεκκλίσεις περιορίζουν την παραγωγή και την εμπορία του εν λόγω γάλακτος στο κράτος μέλος για το οποίο ισχύουν αυτές οι παρεκκλίσεις. Το Φεβρουάριο του 2007 υπεβλήθη πρόταση στο Συμβούλιο για την κατάργηση των περιορισμών όσον αφορά την περιεκτικότητα σε λιπαρά του γάλακτος κατανάλωσης εντός της ΕΕ, ώστε να ανοίξει η εσωτερική αγορά για το γάλα που παράγεται σε οποιοδήποτε κράτος μέλος και να έχουν περισσότερες δυνατότητες επιλογής οι καταναλωτές.

Οι συνήθειες όσον αφορά την κατανάλωση γάλακτος διαφέρουν ανάμεσα στα κράτη μέλη. Στην ΕΕ των 25 η κατανάλωση πλήρους γάλακτος αντιπροσωπεύει το 1/3 του παραγόμενου γάλακτος, η κατανάλωση ημιαποβουτυρωμένου γάλακτος αντιπροσωπεύει πάνω από το 50% και η κατανάλωση αποβουτυρωμένου γάλακτος το 10%. Τα εθνικά στατιστικά στοιχεία εντούτοις δείχνουν ότι υπάρχουν μεγάλες διαφορές ανάμεσα στα διάφορα κράτη μέλη. Για παράδειγμα η κατανάλωση αποβουτυρωμένου γάλακτος είναι οριακή σε ορισμένα από αυτά,

---

<sup>2</sup> Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 2597/97 του Συμβουλίου περί συμπληρωματικών κανόνων της κοινής οργάνωσης αγοράς στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων όσον αφορά το γάλα κατανάλωσης (ΕΕ L 351 της 23.12.1997, σ. 13).

κάτω από το 3%, ενώ στη Δανία η κατηγορία αυτή αντιπροσωπεύει το 49% του γάλακτος που καταναλώνεται.

|                        |      |
|------------------------|------|
| Γάλα κατανάλωσης       | 100% |
| Πλήρες γάλα            | 36%  |
| Ημιαποβουτυρωμένο γάλα | 54%  |
| Αποβουτυρωμένο γάλα    | 10%  |

Στον τομέα των **λιπαρών ουσιών επάλειψης** έχουν καθοριστεί ειδικοί κανόνες<sup>3</sup>, επειδή η μαργαρίνη και τα διάφορα μίγματα αλλά και οι λιπαρές ουσίες για επάλειψη με μικρή περιεκτικότητα σε λιπαρά (συνήθως 40% ή 60%) αποτελούν υποκατάστατα του βουτύρου (80 ή 82%). Τα στοιχεία όσον αφορά την κατανάλωση δείχνουν ότι αυτό που καθορίζει την προτίμηση των καταναλωτών δεν είναι η ονομασία του βουτύρου αλλά η περιεκτικότητα σε λιπαρά. Το βούτυρο παρόλα αυτά εξακολουθεί να θεωρείται ως πρώτης ποιότητας προϊόν όπως φαίνεται από τη χρησιμοποίηση των ονομασιών που χρησιμοποιούνται στο εμπόριο όπως π.χ. το «παγωτό με άρωμα βουτύρου», που δεν έχει ως συστατικό του το βούτυρο, ή τα «μπισκότα βουτύρου», για τα οποία ο καταναλωτής δεν μπορεί να είναι σίγουρος ότι έχουν παρασκευαστεί με βούτυρο ή με άλλες λιπαρές ουσίες. Αξίζει να επισημανθεί ότι η Πολωνία ανέφερε ότι αυξάνονται οι πωλήσεις βουτύρου τις εβδομάδες πριν τις παραδοσιακές γιορτές ενώ κατά τον υπόλοιπο χρόνο χρησιμοποιούνται κυρίως άλλες λιπαρές ουσίες.

Η ζήτηση βουτύρου επηρεάζεται επίσης και από την τιμή. Το ίδιο συμβαίνει με τα περισσότερα γαλακτοκομικά προϊόντα με τους πλουσιότερους καταναλωτές να προτιμούν τα αρωματικά και εύγευστα προϊόντα.

**Το γιαούρτι** είναι ένα πετυχημένο προϊόν και η παραγωγή του παρουσιάζει σταθερή αύξηση. Ορισμένα βασικά, απλά, με ζάχαρη ή χωρίς ζάχαρη προϊόντα έχουν αντικατασταθεί από αρωματικά γιαούρτια ή από προϊόντα με φρούτα, ξηρούς καρπούς ή δημητριακά. Οι κατηγορίες των ποτών που έχουν υποστεί ζύμωση βρίσκονται γενικά σε πλήρη ανάπτυξη και ορισμένα απ' αυτά περιέχουν προβιοτικά. Στον τομέα των «υγιεινών τροφών» η τιμή δεν φαίνεται να είναι η βασική παράμετρος δεδομένου ότι τα προϊόντα που παρουσιάζονται ως ελαφρά ή υγιεινά είναι πολύ πιο ακριβά από τα προϊόντα τα οποία δεν φημίζονται για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

**Το τυρί** είναι ένα άλλο πετυχημένο προϊόν και η παραγωγή του σημειώνει συνεχή αύξηση. Το τυρί θεωρείται όλο και περισσότερο ως βασικό στοιχείο διατροφής λόγω κυρίως του μεγάλου φάσματος προϊόντων με λίγα λιπαρά. Τα νέα είδη τυριών, τα τυριά που χρησιμοποιούνται κυρίως για σάντουιτς ή για σαλάτες, τα τριμμένα τυριά ή τα τυριά σε σκόνη που χρησιμοποιούνται για μαγείρεμα ή τα μεταποιημένα τυριά έχουν επίσης τονώσει την κατανάλωση καθώς τα τυριά θεωρούνται υποκατάστατα των προϊόντων κρέατος όταν κλονίζεται η εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε περιπτώσεις υγειονομικών κρίσεων. Εξάλλου η μείωση του χρόνου ωρίμανσης και η εμφάνιση φθηνότερων ειδών έχουν συμβάλει στο να γίνουν πιο προσιτά ορισμένα τυριά σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό καταναλωτών.

<sup>3</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2991/94 του Συμβουλίου για τον καθορισμό κανόνων για τις λιπαρές ουσίες για επάλειψη (ΕΕ L 316 της 9.12.1994, σ. 2).

Οι ενδείξεις σχετικά με τη θρεπτική αξία, όπως η «τρίχρωμη σήμανση» που χρησιμοποιείται στο Ηνωμένο Βασίλειο, ενδέχεται επίσης να έχουν κάποια επίπτωση στην κατανάλωση προϊόντων όπως είναι τα τυριά. Ορισμένα από αυτά έχουν κόκκινη σήμανση που σημαίνει ότι είναι πλούσια σε λιπαρά. Οι ενδείξεις βέβαια που φέρουν οι ετικέτες δεν αφορούν κάθε συσκευασμένο κομμάτι τυριού χωριστά αλλά την περιεκτικότητα του προϊόντος σε λιπαρά.

## **ΤΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

Κατά την σύνταξη της παρούσας έκθεσης οι υπηρεσίες της Επιτροπής διαπίστωσαν ότι ορισμένα προϊόντα τα οποία φέρουν τις ακόλουθες ενδείξεις δεν συμμορφούνται προς τις διατάξεις του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87:

- τυρί σόγιας,
- γάλα με βασιλικό πολτό (προσφέρεται και μέσω διαδικτύου)
- γάλα με ισοφλαβόνες σόγιας,
- γάλα με φυτικές στερόλες.

Τα κράτη-μέλη ερμηνεύουν κατά διαφορετικούς τρόπους τον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87. Ορισμένα από αυτά απαγορεύουν τέτοιες ονομασίες, ενώ ορισμένα άλλα δεν φαίνεται να λαμβάνουν κανένα μέτρο για την παρεμπόδιση τέτοιων καταχρηστικών ονομασιών.

Τα κράτη-μέλη δεν ανέφεραν καμία ειδική περίπτωση αλλά μπορεί να υποθέσει κανείς ότι η παραγωγή προϊόντων με βάση τη σόγια, το ρύζι ή τη βρώμη επισημαίνουν σωστά τα προϊόντα τους ως ροφήματα ή προϊόντα σόγιας, ρυζιού ή βρώμης, ακόμη και αν σε ορισμένες περιπτώσεις αναφέρονται στα πλεονεκτήματα αυτών των προϊόντων σε σύγκριση με τα γαλακτοκομικά προϊόντα (χωρίς λακτόζη και χωρίς χοληστερόλη).

Περιπτώσεις παραβίασης του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87 αντιθέτως έχουν διαπιστωθεί στους τομείς της διανομής και των εστιατορίων.

Ορισμένα καταστήματα λιανικής πώλησης χρησιμοποιούν καταχρηστικά τις προστατευόμενες ονομασίες σε φυλλάδια και σε αφίσες των μαγαζιών για τη διαφήμιση μη γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι καταναλωτές μπορεί να παραπλανηθούν από προϊόντα που φαίνονται σαν γαλακτοκομικά προϊόντα και είναι τοποθετημένα δίπλα σε γαλακτοκομικά προϊόντα ή από κάποια ασαφή ένδειξη σχετικά με τα συστατικά ενός συγκεκριμένου προϊόντος.

Έχει επίσης εντοπιστεί προϊόν με την ένδειξη παγωτό με γάλα σόγιας ή ρυζιού.

Ακόμη και οι παραδοσιακοί παραγωγοί γαλακτοκομικών προϊόντων τα οποία συναγωνίζονται τα γαλακτοκομικά προϊόντα και οι καταναλωτές μπορούν να παραπλανηθούν από την εμπιστοσύνη που έχουν σε κάποια μάρκα προϊόντων που μοιάζουν με γαλακτοκομικά προϊόντα και να αγοράσουν προϊόντα χωρίς να γνωρίζουν κατ' ανάγκη ποια είναι τα συστατικά τους.

Έχει αναφερθεί ότι ορισμένοι παραγωγοί ειδών διατροφής δεν χρησιμοποιούν ονομασίες για τα προϊόντα τους, αλλά παρέχουν εγγυήσεις όσον αφορά την ποιότητά τους. Αυτό δείχνει ότι οι καταναλωτές έχουν εμπιστοσύνη σε κάποια μάρκα προϊόντων παρά στο ίδιο το προϊόν.

Όσοι τρώνε έξω εξαρτώνται πάρα πολύ από την αξιοπιστία των πληροφοριών που τους παρέχουν τα εστιατόρια και τα συναφή καταστήματα καθώς δεν είναι σε θέση να γνωρίζουν κατά πόσο τους σερβίρουν γαλακτοκομικά ή άλλα προϊόντα. Όσον αφορά τις κρέμες, τις σάλτσες και τα επιδόρπια, δεν αναφέρεται τι προϊόντα χρησιμοποιούνται και ακόμη και η κρέμα γάλακτος για τον καφέ, χύμα ή σε μερίδες, δεν διαχωρίζεται με σαφήνεια από τα ανταγωνιστικά της προϊόντα.

Τέλος, τα περιοδικά ή τα έντυπα που ασχολούνται με θέματα υγείας δεν χρησιμοποιούν συνήθως σωστά τις προστατευόμενες ονομασίες καθώς χρησιμοποιούν π.χ. σε περιγραφές ή σε συνταγές τον όρο «γάλα σόγιας» ή άλλες προστατευόμενες ονομασίες.

## **ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ**

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα φαίνεται να έχουν χάσει κάπως τη φήμη τους ότι είναι αναγκαία «για τη σωστή ανάπτυξη» των παιδιών και θεωρούνται και πωλούνται όλο και περισσότερο ως απολαυστικά είδη σε συνδυασμό με καλό φαγητό, εκτός του ότι περιέχουν και σημαντικά θρεπτικά συστατικά όπως είναι το ασβέστιο.

Τα «βιολογικά» προϊόντα πωλούνται τώρα σε καταστήματα λιανικής πώλησης ενώ πριν από μερικά χρόνια ήταν ακριβά και απευθύνονταν σε περιορισμένο αγοραστικό κοινό. Πωλούνται ακριβότερα και μπορούν να εξασφαλίσουν μεγαλύτερο εισόδημα στους παραγωγούς γάλακτος.

Μια από τις τελευταίες καινοτομίες στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων που αξίζει να επισημανθεί είναι η εμφάνιση ενός προϊόντος με την ονομασία *Labam* (ρόφημα από γάλα που έχει υποστεί ζύμωση), το οποίο ανταποκρίνεται στις συνήθειες των ανθρώπων που κατάγονται από τη βόρεια Αφρική.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Θετικό είναι το γεγονός ότι οι καταναλωτές βρίσκουν στην αγορά προϊόντα τα οποία ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους ή στις προτιμήσεις τους. Είναι όμως επίσης σημαντικό να γνωρίζει ακριβώς κάθε καταναλωτής τι αγοράζει, ώστε να αποφεύγει την οποιαδήποτε σύγχυση.

Ο κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87 παρέχει στους καταναλωτές και στους παραγωγούς γαλακτοκομικών προϊόντων την εγγύηση ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα φέρουν τις σωστές ονομασίες και αποφεύγεται οποιαδήποτε χρήση προστατευόμενων ονομασιών από άλλα προϊόντα που θα μπορούσαν ενδεχομένως να τοποθετηθούν στο ίδιο ράφι. Ο θεμιτός ανταγωνισμός θα πρέπει να αποτελεί τον κανόνα και οι καταναλωτές θα πρέπει να είναι σε θέση να κάνουν τις επιλογές τους με βάση πλήρεις και αξιόπιστες πληροφορίες. Οι παραγωγοί γαλακτοκομικών προϊόντων θα πρέπει να είναι σε θέση να πωλούν τα προϊόντα τους υπό συνθήκες θεμιτού ανταγωνισμού με τα ανταγωνιστικά προς αυτά προϊόντα.

Οι κανόνες σχετικά με τη σήμανση των ανταγωνιστικών προϊόντων φαίνεται να εφαρμόζονται σωστά από τη βιομηχανία αλλά δεν συμβαίνει το ίδιο με τους λιανοπωλητές, με συνέπεια να υπάρχει σοβαρός κίνδυνος παραπλάνησης των καταναλωτών.

Στην εσωτερική αγορά ορισμένων κρατών-μελών ενδέχεται να υπάρχουν προϊόντα τα οποία δεν συμμορφούνται προς τον κανονισμό (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87. Η Επιτροπή παρακολουθεί

προσεκτικά την εφαρμογή αυτού του κανονισμού και υπενθυμίζει τα κράτη μέλη ότι και αυτά είναι υποχρεωμένα να φροντίζουν για την εφαρμογή της κοινοτικής νομοθεσίας, ώστε να παρεμποδίζονται οι καταχρήσεις.

Εξάλλου, στην εσωτερική αγορά ορισμένων κρατών μελών ενδέχεται να κυκλοφορούν προϊόντα σαν κι αυτά που προβλέπονται από άρθρο 3 σημείο 1 δεύτερη παράγραφος του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87. Ο κατάλογος με τα προϊόντα αυτά αποτελεί μέρος της απόφασης 88/566/ΕΟΚ. Εάν παραστεί ανάγκη, τα κράτη μέλη πρέπει να έλθουν σε επαφή με την Επιτροπή και να την ενημερώσουν σχετικά, ώστε να μπορέσει να εξετάσει τις ονομασίες αυτών των προϊόντων και, εάν κριθεί σκόπιμο, να προτείνει τροποποίηση της προαναφερόμενης απόφασης.

Σχετικά με τα ανταγωνιστικά προϊόντα διατίθενται μέχρι τώρα ελάχιστες πληροφορίες, αλλά η γενική αίσθηση είναι ότι η επίπτωση αυτών των προϊόντων εξακολουθεί να είναι οριακή. Οι χαμηλές τιμές τους εντούτοις αποτελούν πλεονέκτημα γι' αυτά τα προϊόντα.

Τέλος, η συχνότητα σύνταξης εκθέσεων σχετικά με τα προϊόντα που ανταγωνίζονται τα γαλακτοκομικά θα πρέπει να αποτελέσει αντικείμενο επανεξέτασης καθώς θα μπορούσε να αμφισβητηθεί κατά πόσο αξίζει τον κόπο να συντάσσεται ετησίως αίτηση σχετικά με την εξέλιξη αυτών των αγορών. Μια έκθεση κάθε τρία έως πέντε έτη φαίνεται να επαρκεί για την παρακολούθηση των τάσεων όσον αφορά την κατανάλωση αυτών των προϊόντων. Για το λόγο αυτό η Επιτροπή θα εξετάσει το ενδεχόμενο να υποβάλει σχετική πρόταση τροποποίησης του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 1898/87 του Συμβουλίου.