



EUROOPA ÜHENDUSTE KOMISJON

Brüssel 27.6.2007
KOM(2007) 360 lõplik

KOMISJONI ARUANNE NÕUKOGULE

piimatoodete ja konkureerivate toodete turu arengu kohta

KOMISJONI ARUANNE NÕUKOGULE

piimatoodete ja konkureerivate toodete turu arengu kohta

SISSEJUHATUS

Nõukogu määruse (EMÜ) nr 1898/87 piima ja piimatoodete turustamisel kasutatavate nimetuste kaitse kohta¹ artikli 4 lõikes 3 on sätestatud liikmesriikide kohustus teatada igal aastal enne 1. oktoobrit komisjonile arengutest piimatoodete ja konkureerivate toodete turul. Komisjon esitab seejärel enne järgmise aasta 1. märtsi nõukogule aruande.

Kõnealuseid teateid ei ole komisjonile siiski aastaid saadetud ja seetõttu ei ole nende aastate jooksul nõukogule aruannet esitatud. 2006. aastal palus komisjon veel kord liikmesriike esitada andmeid kõnealuse aruande jaoks, kuid ainult 10 liikmesriiki saatsid mõningast teavet, enamik neist tegi seda pärast artikli 4 lõikes 3 sätestatud tähtaega, st pärast 1. oktoobrit.

Ükski liikmesriik ei saanud esitada statistilisi andmeid piima ja piimatoodetega konkureerivate toodete turu kohta, kuid seoses muu teabega leiavad liikmesriigid, et mõned nimetused võivad tegelikult üsna sageli tarbijat eksitada. Jaemüügikauplustes on piimatooted ja konkureerivad tooted sageli seatud ühele ja samale riiulile, kasutatakse sarnaseid pakendeid ja konkureeriv toode võib tarbijat eksitada, kui sellel puudub selge märge, et tegemist on alternatiivse tootega, mis ei ole piimatoode.

Käesolevas aruandes esitatakse teatavat teavet piimatoodete turgude kohta, mille olukord erineb liikmesriigiti, kus toodetakse erinevaid piimatooteid või eelistatakse konkreetse kategooria joogipiima.

Andmed konkureerivate toodete kohta praktiliselt puuduvad, kuid üldiselt arvatakse, et selliste toodete mõju on veel väike. Nende toodete kasuks räägib siiski odavam hind.

Tundub, et tootjad märgistavad konkureerivaid tooteid õigesti, kuid jaemüüjate tasandil ei peeta määrusest alati samamoodi kinni, mistõttu valitseb ilmne oht eksitada tarbijaid.

Määrust (EMÜ) nr 1898/87 peetakse siiski õigustatuks, sest sellega tagatakse nii piima ja piimatoodete õige märgistamine kui ka võrdsed võimalused piimatoodetele ja nendega konkureerivatele toodetele. Iga-aastane aruannete esitamine ei tundu aga enam õigustatud.

PIIMATOODETE TURU ARENG

On teada, et tarbimissuundumused näitavad huvi vähenemist piima rasvafraktsiooni vastu, mis tuleneb suuremast tähelepanust tervisele ja uutest tarbimisharjumustest (näiteks tehakse väiksemates peredes kodus vähem süüa), ning piima valgufraktsiooni kasutamise kasvu, eriti toidu koostisainena.

¹ EÜT L 182, 3.7.1987, lk 36.

Põhitoodete nagu või ja vedela piima tarbimiselt on tarbijate eelistused üle kandunud keerukamate toodete tarbimisele. Tavalise piima asemel eelistavad lapsed nüüd maitsestatud piima, see tendents on selgelt märgatav ka koolipiima programmis. Piim kui selline on kaotanud osa oma atraktiivsusest, kuid piima sisaldavad toidud ja joogid on moes: puuviljamahla ja piima või piimatoodete segud, *cappuccino* ning muud sarnased kuumad ja külmad joogid on nüüd kõikjal saadaval ja neid tarbitakse palju.

Suurema tähelepanu pööramine tervisele on toonud kaasa vähem rasvaste toodete pakkumise turul, kuid mõne põhitoodete asemel tarbitava töödeldud toiduaine rasva- või suhkrusisaldus võib olla vähemalt sama suur kui „vanades” põhitoodetes.

Põhilisi piimatooteid võivad asendada ka toiduained, mis sisaldavad peamiselt valgufraktsioonil põhinevaid piima koostisaineid. Vadakutooteid, mis kunagi olid jäätmeprobleeme tekitavad kõrvalsaadused, kuuluvad nüüd tervisliku toidu kategooriasse või on dieettoodete põhikoostisosad. 2007. aasta alguses olid vadaku turuhinnad kõrgemad kui kunagi varem.

Joogipiima areng näitab selgelt, et tarbijate huvi väherasvase või rasvatu piima vastu kasvab ning mõnes liikmesriigis on tehtud erand ja lubatud turustada joogipiima,² mille rasvasisaldus on tavapärasest erinev (täispiim minimaalse 3,5 % asemel 2,8–3,2 % rasvasisaldusega ja väherasvane piim 1,5–1,8 % asemel 1,0–2,5 % rasvasisaldusega). Kõnealuste erandite tõttu on sellise piima tootmine ja turustamine piiratud asjaomase liikmesriigiga. 2007. aasta veebruaris esitati nõukogule ettepanek muuta joogipiima rasvasisalduse normid ELis leebemaks, mis avaks siseturu mis tahes liikmesriigis toodetud piimale ja suurendaks tarbijate valikuvõimalusi.

Joogipiima tarbimise harjumused on liikmesriikides erinevad. Kogu 25-liikmelises ELis moodustab täispiim rohkem kui 1/3 toodetud joogipiimast; väherasvane piim enam kui 50% ja rasvatu piim 10%. Riikide andmed näitavad siiski suuri erinevusi: mõnes liikmesriigis tarbitakse rasvatut piima väga vähe (alla 3 %), kuid Taanis moodustab kõnealune kategooria 49 % joogipiimast.

Joogipiim	100 %
Täispiim	36 %
Väherasvane piim	54 %
Rasvatu piim	10 %

Võiderasvade sektoris on sätestatud erinormid,³ sest margariin ja rasvasegud ning ka piimast toodetud väiksema rasvasisaldusega võided (tavaliselt 40 % või 60 % rasva) on alternatiivid võile (80 % või 82 % rasva). Tarbimisandmed näitavad, et tarbija juhindub valiku tegemisel pigem rasvasisaldusest kui nimetusest „või”. Või nimetus jääb siiski endiselt peamiseks kvaliteedile osutajaks, mida näitab selliste kaubanimetuste kasutamine, nagu „võimaitseline jäätis”, mille koostises võid ei ole, või „võiküpsised”, mille puhul tarbija ei saa olla kindel,

² Nõukogu määrus (EMÜ) nr 2597/97, millega sätestatakse täiendavad eeskirjad piima- ja piimatooteturu ühise korralduse kohta joogipiima osas (EÜT L 351, 23.12.1997, lk 13).

³ Nõukogu määrus (EÜ) nr 2991/94, millega kehtestatakse võiderasvade standardid (EÜT L 316, 9.12.1994, lk 2).

kas need on tehtud võiga või muude rasvadega. Tuleb märkida, et Poolas kasvab või müük traditsioonilistele pühadele eelnevatel nädalatel, kusjuures muudel puhkudel kasutatakse enamasti teisi rasvu.

Või valimist mõjutavad ka majanduslikud kaalutlused. Sama kehtib ka muude piimatoodete suhtes, sest jõukamad tarbijad tavadsevad valida tugevama ja parema maitsega tooteid.

Jogurt on edukas toode ja selle tootmine on tõusuteel. Mõnede põhiliste, maitsestatamata ja magustamata või magustatud toodete asemele on tulnud maitsestatud jogurt või tooted, millele on lisatud puuvilju, pähkleid või teravilju. Kääritatud jookide sortiment on üldiselt laienemas, mõnes neist kasutatakse probiootikuid. Tervisliku toidu sektoris ei näi hind olevat peamiseks näitajaks, sest tooted, mida reklaamitakse lahja või tervisliku toiduna, on oluliselt kallimad kui tooted, mille puhul seda uut omadust ei rõhutata.

Juust on samuti edukas toode, mille tootmine suureneb pidevalt. Juust on võtnud üha kindlama koha tavapärase toidusedeli olulise komponendina, eelkõige tänu väikse rasvasisaldusega toodete valiku laienemisele. Uued erijuustud, võileibades või salatites laialdaselt kasutatav juust, riivitud või pulbristatud juust toiduvalmistamisel kasutamiseks ning sulatatud juust on samuti suurendanud tarbimist, nagu ka asjaolu, et juust oli alternatiiviks lihatoodetele, kui tarbijate usaldus nende vastu sanitaarprobleemide tõttu vähenes.

Lisaks on lühem laagerdusaeg ja odavamad kaubamärgid aidanud muuta teatavaid juustutooteid kättesaadavaks üha suuremale tarbijate hulgale.

Toiteväärtust näitav tähis, näiteks Ühendkuningriigis kasutatavad valgusfoori tuled, võib olla mõnevõrra mõjutanud selliste toodete nagu juustu tarbimist. Paljud tooted on tähistatud punase tulega, mis tähendab suurt rasvasisaldust. Sellise tähistuse puhul ei võeta siiski alati arvesse tavapärase portsjonite suurust, vaid see näitab toote absoluutset rasvasisaldust.

KONKUREERIVAD TOOTED

Käesoleva aruande koostamisel on komisjoni talitused avastanud tooteid, mis ei vasta määruse (EMÜ) nr 1898/87 tingimustele; konkreetselt avastati järgmised nimetused:

- sojajuust,
- mesilaspäimaga piim (leitud Internetist),
- soja isoflavonoididega piim,
- taimsete steroolidega piim.

Liikmesriigid on määrust (EMÜ) nr 1898/87 erinevalt tõlgendanud. Kui mõnes liikmesriigis ei ole kõnealused nimetused lubatud, siis teised ei näi võtvat mingeid meetmeid selliste väärnimetuste kasutamise vältimiseks.

Liikmesriigid ei ole konkreetsetest juhtumitest teatanud, kuid võib eeldada, et sojal, riisil või kaeral põhinevate toodete tootjad tähistavad oma tooted õigesti soja-, riisi- või kaerajoogina või -tootena, isegi kui vahel viidatakse selliste toodete paremusele võrreldes piimatoodetega (laktoosi- või kolesteroolivaba).

Määruse (EMÜ) nr 1898/87 rikkumise juhtumitest on teatatud pigem jaekaubandus- ja toitlustussektoris.

Mõned jaemüüjad reklaamivad oma tooteid voldikutes või müügisaalis posteritel nii, et tekitavad seose piimatoodete kaitstud nimetuse ja toote vahel, mis ei ole piimatoode. Tarbijat võivad eksitada tooted, mis on välimuse poolest piimatoodetega sarnased, on paigutatud piimatoodete lähedale või kus konkreetsetel tootel puudub selge koostisosade kirjeldus.

Märgatud on ka soja- või riisipiimajäätist.

Isegi traditsioonilised piimatoodete tootjad ise on välja töötanud piimatoodetega konkureerivaid tooteid ja tarbijaid võib eksitada nende usaldus piimatoodetega seostatud kaubamärgi vastu, ning nad ei pruugi teada, mida nende ostetav toode sisaldab.

On teatatud, et mõned toiduainetootjad ei kasuta oma toodetel nimetusi, vaid seostavad oma kaubamärgi mõne kvalitatiivse tagatisega. See näitab, et tarbija usaldab pigem kaubamärki kui toodet.

Väljas söömas käivad tarbijad sõltuvad väga palju restoranide ja teiste toitlustusasutuste esitatavast usaldusväärsest teabest, sest neil ei ole võimalik teada, kas neile serveeritakse piimatooteid või muid tooteid. Kreemide, kastmete või magustoitade puhul ei ole näha, mis toodetest nad on valmistatud, ja isegi lahtise või üksikute portsjonitena serveeritava kohvikoores puhul ei ole selgelt tuvastatav, kas tegemist on piimatoote või konkureeriva tootega.

Ajakirjades või tervisealastes väljaannetes ei kasutata kaitstud nimetusi alati õigesti, näiteks kasutatakse kirjelduses või soovitusel nimetust „sojapiim” või muid kaitstud nimetusi.

UUENDUSED

Näib, et piimatooted on teatud määral kaotanud oma maine kui tooted, mida lapsed peavad sööma, et terveks ja tugevaks kasvada, ning üha rohkem nähakse ja turustatakse neid hea toiduga seostatava naudingullikana, mis sisaldab ka olulisi toitaineid, näiteks kaltsiumi.

Sõnaga „bio” tähistatud tooted on nüüd jaemüügikauplustes üldiselt kättesaadavad, kuigi mõned aastad tagasi olid nad veel kallid nišitooted. Neid müüakse kõrgema hinnaga ja nad võivad tuua piimatootjatele suuremat kasumit.

Piimatoodete sektori viimase aja uuenduste seas tuleks ära märkida toode, mida nimetatakse *laban*'iks (kääritatud piimajook), mis vastab Aafrika põhjaosas pärit elanikkonna toitumisharjumustele.

KOKKUVÕTE

Üldiselt on positiivne, et tarbijad leiavad turult oma vajadustele või eelistustele vastavaid tooteid. Siiski on oluline, et iga tarbija teaks täpselt, mida ta ostab ja et ei tekiks mingitki segadust.

Määrusega (EMÜ) nr 1898/87 antakse tarbijatele ja piimatootjatele tagatis, et piimatooted on õigesti tähistatud, vältides samal ajal kaitstud nimetuste kasutamist teistel toodetel, mida võidakse paigutada samale riiulile. Valitsema peaks õiglane konkurents, kus tarbijad saavad oma valikuid teha täieliku ja usaldusväärse teabe alusel. Piimatoodete tootjatel peaks olema võimalik turustada oma tooteid konkureerivate toodetega õiglasel konkurentsil.

Paistab, et tootjad märgistavad konkureerivaid tooteid õigesti, kuid jaemüüjad ei käitu alati samamoodi, mistõttu valitseb selge oht tarbijaid eksitada.

Mõne liikmesriigi siseturul turustatakse tõenäoliselt tooteid, mis ei ole kooskõlas määrusega (EMÜ) nr 1898/87. Komisjon jälgib tähelepanelikult kõnealuse määruse kohaldamist ja tuletab samas liikmesriikidele meelde, et nad peavad võtma meetmeid ELi õigusaktide jõustamiseks ning rikkumiste ärahoidmiseks.

Lisaks võib mõne liikmesriigi turul olla määruse (EMÜ) nr 1898/87 artikli 3 lõike 1 teises lõigus osutatud tooteid. Kõnealused tooted on loetletud otsuses 88/566/EMÜ. Vajaduse korral võivad liikmesriigid pöörduda komisjoni poole asjakohaste märkustega, taotledes kõnealuste nimetuste analüüsimist ja kui see on põhjendatud, teeb komisjon ettepaneku muuta nimetatud otsust.

Konkureerivate toodete kohta on vähe teavet, kuid üldiselt tundub, et selliste toodete mõju on veel väike. Nende toodete kasuks räägib siiski odavam hind.

Piimatoodetega konkureerivaid tooteid käsitleva aruande esitamise sagedus tuleks üle vaadata, sest kõnealuste turgude arengu kohta iga-aastase aruande esitamise vajalikkus võib olla vaieldav. Ühest aruandest iga kolme või viie aasta järel tundub piisavat, et jälgida kõnealuste toodete tarbimise suundumusi. Seetõttu kaalub komisjon nõukogu määruse (EMÜ) nr 1898/87 muutmise ettepaneku esitamist.