



EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO

Bryssel 27.6.2007
KOM(2007) 360 lopullinen

KOMISSION KERTOMUS NEUVOSTOLLE

maitotuotteiden ja niiden kanssa kilpailevien tuotteiden markkinoiden kehityksestä

KOMISSIION KERTOMUS NEUVOSTOLLE

maitotuotteiden ja niiden kanssa kilpailevien tuotteiden markkinoiden kehityksestä

JOHDANTO

Maidon ja maitotuotteiden kaupan pitämisessä käytettävien nimitysten suojelemisesta annetun neuvoston asetuksen (ETY) N:o 1898/87¹ 4 artiklan 3 kohdassa säädetään jäsenvaltioiden velvollisuudesta antaa joka vuosi ennen 1. lokakuuta kertomus maitotuotteiden ja niiden kanssa kilpailevien tuotteiden markkinoiden kehityksestä. Komission on annettava oma kertomuksensa neuvostolle ennen seuraavan vuoden 1. maaliskuuta.

Näitä kertomuksia ei ole lähetetty komissiolle kuitenkaan useisiin vuosiin, joten neuvostollekaan ei ole esitetty kertomuksia asianomaisina vuosina. Vuonna 2006 komissio pyysi jäsenvaltioita uudelleen antamaan tietoja kertomusta varten, mutta ainoastaan 10 jäsenvaltiota esitti tietoja ja useimmat niistäkin vasta 4 artiklan 3 kohdassa säädetyn määräajan (1. lokakuuta) jälkeen.

Yksikään jäsenvaltio ei pystynyt antamaan tilastotietoja maidon ja maitotuotteiden kanssa kilpailevien tuotteiden markkinoista, mutta muiden tietojen osalta jäsenvaltiot olivat sitä mieltä, että tietyt nimitykset saattavat varsin usein johtaa kuluttajia harhaan. Vähittäiskaupoissa maitotuotteet ja niiden kanssa kilpailevat tuotteet ovat usein esillä samalla hyllyllä. Ne saattavat olla samantyyppisissä pakkauksissa, ja kilpaileva tuote saattaa johtaa kuluttajan harhaan, ellei sitä ole selkeästi nimetty vaihtoehtoiseksi muuksi kuin maitotuotteeksi.

Tässä kertomuksessa annetaan tietoja maitotuotteiden markkinoista sekä erilaisia maitotuotteita tai tietynlaista kulutukseen tarkoitettua maitoa tuottavien jäsenvaltioiden erilaisista olosuhteista.

Kilpailevista tuotteista ei ole saatavilla juuri ollenkaan tietoja, mutta näyttää siltä, että tällaisten tuotteiden merkitys on edelleen varsin vähäinen. Näiden tuotteiden halvempi hinta kuitenkin tuntuu edistävän niiden menekkiä.

Näyttää siltä, että teollisuudessa merkitään kilpailevat tuotteet oikein, mutta vähittäismyynnissä asetusta ei aina noudateta yhtä tarkasti, joten on olemassa selkeä vaara, että kuluttajaa johdetaan harhaan.

Asetusta (ETY) N:o 1898/87 pidetään edelleen aiheellisena, koska sillä varmistetaan maidon ja maitotuotteiden asianmukaiset merkinnät sekä tasa-arvoiset edellytykset maitotuotteille ja maitotuotteiden kanssa kilpaileville tuotteille. Jokavuotisten kertomusten laadintaa ei kuitenkaan pidetä enää aiheellisena.

¹ EYVL L 182, 3.7.1987, s. 36.

MAITOTUOTTEIDEN MARKKINOIDEN KEHITYS

Yleisesti tiedetään, että maidon rasvaisen osan kulutus on vähenemässä terveystietojen ja uusien kulutustottumusten johdosta (pienissä perheissä esimerkiksi valmistetaan vähemmän ruokaa) ja proteiinipitoisen osan käyttö on taas kasvamassa tiettyjen elintarvikkeiden kulutuksen myötä.

Perustuotteiden kuten voin ja nestemäisen maidon kulutus on siirtynyt kuluttajien vaatimuksia vastaaviin pitemmälle kehitettyihin tuotteisiin. Tavallisen maidon sijasta lapset pitävät nyt maustetusta maidosta. Tämä suuntaus näkyy selvästi kouluihin toimitettavan maidon valikoimissa. Sellaisenaan nautittava maito on menettänyt suosiotaan, mutta maitotuotteita sisältävät ruoat ja juomat ovat erittäin trendikkäitä: hedelmämeijerijäätelöiden ja maidon tai maitotuotteiden sekoituksia, cappuccinoa ja vastaavia kuumina tai kylminä nautittavia juomia on nyt saatavilla paljon, ja niiden kulutus on runsasta.

Terveystietojen kohdat ovat johtaneet vähemmän rasvaisten tuotteiden saatavuuden parantumiseen, mutta perustuotteiden sijasta kulutettavien elintarvikkeiden rasva- tai sokeripitoisuus saattaa olla vähintään yhtä suuri kuin ”vanhojen” perustuotteiden.

Perusmaitotuotteet saatetaan korvata myös elintarvikkeella, jossa on pääasiassa maidon proteiinipitoisia ainesosia. Heratuotteiden, joita pidettiin yhteen aikaan jätteenkäsittelyongelmia aiheuttavana sivutuotteena, katsotaan kuuluvan nykyään terveellisten elintarvikkeiden ryhmään tai ainakin dieettituotteiden olennaiseksi osaksi. Vuoden 2007 alkuun mennessä heran markkinahinnat olivat nousseet korkeammiksi kuin koskaan aiemmin.

Kulutukseen tarkoitetun maidon kehitys osoittaa selvästi, että kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia kevytmaidon tai rasvattoman maidon käyttämisestä. Joillekin jäsenvaltioille on myönnetty poikkeuksia, jotta ne voivat markkinoida kulutukseen tarkoitettua maitoa², jonka rasvapitoisuus ei sijoitu tavallisesti käytössä olevien rajojen sisälle (täysmaidon osalta 2,8–3,2 prosenttia 3,5 prosentin vähimmäispitoisuuden sijasta ja kevytmaidon osalta 1,0–2,5 prosenttia 1,5–1,8 prosentin sijasta). Nämä poikkeukset rajoittavat asianomaisen maidon tuotantoa ja markkinointia kyseisiin jäsenvaltioihin. Neuvostolle esitettiin helmikuussa 2007 ehdotus, jonka tarkoituksena oli vapauttaa EU:ssa myytävän kulutukseen tarkoitetun maidon rasvapitoisuus. Näin haluttiin avata sisämarkkinat missä tahansa jäsenvaltiossa tuotetulle maidolle ja tarjota kuluttajille entistä laajempi tuotevalikoima.

Kulutukseen tarkoitetun maidon käyttötottumukset ovat erilaisia eri jäsenvaltioissa. 25 jäsenvaltion EU:ssa täysmaidon osuus tuotetusta kulutukseen tarkoitetusta maidosta on yli 1/3, kevytmaidon osuus on yli 50 prosenttia ja rasvattoman maidon osuus 10 prosenttia. Kansallisissa tiedoissa on kuitenkin huomattavia eroja: joissakin jäsenvaltioissa rasvattoman maidon kulutusosuus on erittäin pieni, alle 3 prosenttia, ja Tanskassa tämän maitotyypin osuus kulutukseen tarkoitettuun maidon osaan on 49 prosenttia.

² Neuvoston asetus (ETY) N:o 2597/97, maito- ja maitotuotealan yhteistä markkinajärjestelyä koskevista lisäsäännöistä kulutukseen tarkoitetun maidon osalta (EYVL L 351, 23.12.1997, s. 13).

Kulutukseen tarkoitettu maito	100 %
Täysmaito	36 %
Kevytmaito	54 %
Rasvaton maito	10 %

Levitettävien ravintorasvojen alalle on määritetty erityiset vaatimukset³, koska margariini ja seokset mutta myös maidosta valmistetut levitteet, joiden rasvapitoisuus on alhaisempi (yleensä 40 % tai 60 % rasvaa), toimivat vaihtoehtona voille (80 tai 82 % rasvaa). Kulutustiedot viittaavat siihen, että kuluttajan valintaa ei ohjaile niinkään voininimitys, vaan rasvapitoisuus. Voi on silti edelleen hyvä laadun tae, kuten käy ilmi monista myyntinimityksistä. Niissä saatetaan puhua ”voimakuista jäätelöstä”, vaikka voi ei edes kuulu ainesosaluetteloon, tai ”voikekseistä”, joiden osalta kuluttaja ei voi tietää aivan varmasti, onko keksien valmistuksessa käytetty voita vai muita rasvoja. On huomionarvoista, että Puolassa on ilmoitettu voimamyyntin olevan runsaampaa perinteisiä pyhäpäiviä edeltävinä viikkoina, kun taas muita rasvoja käytetään pääasiassa muulloin.

Voin valintaan vaikuttavat myös taloudelliset näkökohdat. Sama koskee useimpia maitotuotteita, joista vauraat kuluttajat valitsevat yleensä kaikkein eniten makua sisältävät ja maukkaimmat tuotteet.

Jogurtti on menestystuote, jonka tuotanto kasvaa hyvää vauhtia. Jotkin tavalliset, makeuttamattomat tai makeutetut perustuotteet ovat tehneet tilaa maustetulle jogurtille tai tuotteille, joihin on lisätty hedelmiä, pähkinöitä tai muroja. Käymismenetelmällä valmistettujen juomien ryhmät kehittyvät jatkuvasti ja joissakin käytetään probiootteja. Ns. terveellisten elintarvikkeiden alalla hinta ei näytä olevan tärkein vaikuttava tekijä, koska kevyeksi tai terveelliseksi elintarvikkeeksi mainostetut tuotteet ovat huomattavasti kalliimpia kuin tuotteet, joissa ei väitetä olevan mitään uutta ominaisuutta.

Juusto on toinen suosittu tuote, jonka tuotantomäärät kasvavat jatkuvasti. Juuston asema ruokavalion olennaisena osana on vahvistumassa, koska vähärasvaisia tuotteita on tarjolla yhä enemmän. Myös uudet erikoisjuustot, voileivissä tai salaateissa laajalti käytetty juusto, raastettu tai siroteena ruoanlaitossa käytetty juusto ja sulatejuusto ovat saaneet kulutuksen kasvamaan. Lisäksi juusto toimi lihatuotteiden vaihtoehtona, kun kuluttajien luottamus lihaan väheni eläintautien aiheuttaman kriisin vuoksi.

Myös kypsytysaikojen lyhyys ja entistä edullisempien merkkien saatavuus on johtanut siihen, että yhä useammilla kuluttajilla on varaa ostaa tiettyjä juustoja.

Ravintopitoisuutta ilmaisevilla merkinnöillä, kuten Yhdistyneessä kuningaskunnassa käytetyillä ns. liikennevaloväreillä, saattaa olla jonkin verran vaikutusta juuston kaltaisten tuotteiden kulutukseen. Monissa tuotteissa on punainen valo, mikä merkitsee runsasrasvaisuutta. Tällaisissa merkinnöissä ei ole kuitenkaan otettu huomioon tavanomaisten annosten kokoa, vaan ainoastaan tuotteen absoluuttinen rasvapitoisuus.

³ Neuvoston asetus (EY) N:o 2991/94 levitettävistä ravintorasvoista koskevista vaatimuksista (EYVL L 316, 9.12.1994, s. 2).

KILPAILEVAT TUOTTEET

Kertomusta laatiessaan komission yksiköt ovat havainneet muutamia tuotteita, jotka eivät ole asetuksen (ETY) N:o 1898/87 määräysten mukaisia. Huomiota kiinnitettiin erityisesti seuraaviin nimityksiin:

- ns. soijajuusto
- maito, johon on lisätty ruokamehua (havainto Internetistä)
- maito, johon on lisätty soija-isoflavoneja
- maito, johon on lisätty kasvisteroleja.

Asetusta (ETY) N:o 1898/87 tulkitaan jäsenvaltioissa eri tavoin. Toisissa jäsenvaltioissa ei sallita edellä mainittujen nimitysten käyttöä, kun taas toisissa ei pyritä välttämään tällaisten virheellisten nimikkeiden käyttöä nähtävästi millään tavalla.

Jäsenvaltiot eivät ilmoittaneet kertomuksissaan erityisistä tapauksista, mutta voidaan olettaa, että soija-, riisi- tai kaurapohjaisten tuotteiden valmistajat nimittävät tuotteitaan asianmukaisesti soija-, riisi- tai kaurajuomiksi tai -tuotteiksi, vaikka valmistajat joissakin tapauksissa viittaavat näiden tuotteiden etuihin maitotuotteisiin verrattuna (nämä tuotteet eivät sisällä laktoosia tai kolesterolia).

Tapauksista, joissa asetuksen (ETY) N:o 1898/87 säännöksiä ei ole noudatettu, on raportoitu pikemminkin jakelu- ja ravintola-alalla.

Muutamit vähittäiskauppiat mainostavat tuotteitaan liittämällä maitoon liittyvät suojatut nimitykset muihin kuin maitotuotteisiin lehtisissä tai myymälöissä näkyvissä julisteissa. Kuluttajia voivat johtaa harhaan tuotteet, jotka näyttävät maitotuotteilta ja sijaitsevat lähellä maitotuotteita tai joiden ainesosaluettelon sisältö on epäselvä.

Markkinoilla on havaittu myös jäätelöä, joka sisältää soijamaitoa tai riisimaitoa.

Maitotuotteiden kanssa kilpailevia tuotteita ovat kehittäneet myös maitotuotteiden perinteiset valmistajat. Kuluttajat saattavat suhtautua maitotuotteisiin yhdistämänsä valmistajan tuotemerkkiin erittäin luottavaisesti eivätkä välttämättä tiedä, mitä heidän ostamansa tuotteet itse asiassa sisältävät.

On raportoitu, että jotkin elintarvikkeiden valmistajat eivät käytä tuotteissaan erityisiä nimiä, vaan liittävät tuotemerkkiinsä tietyt laadulliset takeet. Tämä osoittaa, että kuluttajien luottamus liittyy pikemminkin tuotemerkkiin kuin tuotteeseen.

Ravintoloissa syövät kuluttajat ovat erittäin riippuvaisia siitä, että ravintolat ja muut vastaavat yritykset antavat luotettavaa tietoa, sillä kuluttajat eivät voi tietää, tarjotaanko heille maitotuotteita vai muita tuotteita. Kiisseliä, kastikkeiden ja jälkiruokien nimistä ei ilmene, mitä tuotteita ne sisältävät. Edes kahvikermaa, tarjottiinpa se sitten yksittäispakattuna tai isompana annoksena, ei ole määritelty selkeästi maitotuotteeksi suhteessa kilpailevaan tuotteeseen.

Lisäksi lehdissä tai terveyttä käsittelevissä julkaisuissa ei aina käytetä suojattuja nimityksiä oikein, sillä kuvauksissa tai suosituksissa saatetaan käyttää vaikkapa nimitystä ”soijamaito” tai muita suojattuja nimityksiä.

INNOVAATIOT

Maitotuotteet näyttävät ainakin osittain menettäneen imagonsa lasten kehitykselle ja terveydelle välttämättöminä tuotteina. Niitä pidetään ja markkinoidaan yhä useammin maukkaaseen ruokaan liittyvänä mielihyvän lähteenä, joka sisältää myös tärkeitä ravintoaineita, kuten kalsiumia.

Bio-merkinnällä varustettuja tuotteita on nykyään runsaasti saatavilla vähittäiskaupoissa. Muutama vuosi sitten ne olivat vielä kalliita täsmätuotteita. Näitä tuotteita myydään muita tuotteita kalliimpaan hintaan ja ne voivat tuoda maidontuottajille suuremmat voitot.

Maitotuotealan uusimmista innovaatioista on syytä mainita *Laban*-niminen tuote, joka on käyneestä maidosta valmistettu maitojuoma ja joka vastaa Pohjois-Afrikasta kotoisin olevien väestöryhmien tottumuksia.

PÄÄTELMÄT

On yleisesti ottaen hyvä asia, että kuluttajat löytävät markkinoilta omia tarpeitaan tai mieltymyksiään vastaavia tuotteita. On kuitenkin myös elintärkeää, että kaikki kuluttajat tietävät tarkalleen, mitä ostavat, jotta välttyään sekaannuksilta.

Asetus (ETY) N:o 1898/87 on muodostanut kuluttajille ja maitotuotteiden tuottajille takuun siitä, että maitotuotteiden nimitykset ovat asianmukaisia ja että muista tuotteista, jotka saatetaan sijoittaa maitotuotteiden kanssa samoille hyllyille, ei käytetä suojattuja nimityksiä. On huolehdittava siitä, että kilpailu pysyy rehellisenä ja että kuluttajat pystyvät tekemään valintansa täydellisten ja luotettavien tietojen pohjalta. Maitotuotteiden valmistajilla tulee olla mahdollisuus markkinoida tuotteitaan ympäristössä, jossa kilpailu muiden, kilpailevien tuotteiden kanssa on rehellistä.

Kilpailevien tuotteiden merkinnät näyttävät olevan asianmukaisia teollisuudessa, mutta vähittäiskauppiat eivät aina ole yhtä huolellisia, jolloin kuluttajaa saatetaan johtaa harhaan.

Joidenkin jäsenvaltioiden omilla markkinoilla on todennäköisesti tuotteita, jotka eivät ole asetuksen (ETY) N:o 1898/87 mukaisia. Komissio aikoo seurata tiiviisti asetuksen soveltamista ja muistuttaa jäsenvaltioita siitä, että niiden tulee ryhtyä toimiin EU:n lainsäädännön noudattamiseksi ja ehkäistä väärinkäytökset.

Joidenkin jäsenvaltioiden markkinoilla saattaa olla lisäksi asetuksen (ETY) N:o 1898/87 3 artiklan 1 kohdan toisessa alakohdassa mainittuja tuotteita. Nämä tuotteet luetellaan päätöksessä 88/566/ETY. Jäsenvaltioita pyydetään ottamaan tarvittaessa yhteyttä komissioon ja esittämään asiaankuuluvat huomautukset, jotta asianomaiset nimitykset saadaan analysoitua ja jotta komissio esittää mainitun päätöksen muuttamista, mikäli se katsotaan aiheelliseksi.

Kilpailevista tuotteista on saatavilla melko niukasti tietoja, mutta näyttää siltä, että tällaisten tuotteiden merkitys on edelleen varsin vähäinen. Näiden tuotteiden halvempi hinta kuitenkin tuntuu edistävän niiden menekkiä.

Lisäksi maitotuotteiden kanssa kilpailevia tuotteita koskevan kertomuksen laatimistiheyttä tulee harkita uudelleen, sillä saattaa olla kyseenalaista, kannattaako näiden markkinoiden kehityksestä laatia kertomus joka vuosi. Näiden tuotteiden kulutussuuntausten seuraamiseksi

todennäköisesti riittää, että kertomus laaditaan 3–5 vuoden välein. Näin ollen komissio harkitsee ehdotuksen laatimista neuvoston asetuksen (ETY) N:o 1898/87 muuttamiseksi.