



Briselē, 20.5.2020.
COM(2020) 207 final

KOMISIJAS ZIŅOJUMS EIROPAS PARLAMENTAM UN PADOMEI

**par to, kā tiek izmantoti uzturvērtības paziņojuma papildu izteikšanas un noformēšanas
veidi**

SATURA RĀDĪTĀJS

1.	Ievads	2
2.	Vēsturiskais pamats.....	2
3.	ES tiesiskais regulējums uzturvērtības marķējumam iepakojuma priekšpusē	3
3.1.	Papildu izteikšanas un noformēšanas veidi saskaņā ar PIP regulu	3
3.2.	Citas shēmas uzturvērtības marķējumam iepakojuma priekšpusē	4
3.3.	Uzturvielu profila noteikšana	4
4.	Tādas shēmas iepakojuma priekšpusei, kas ieviestas vai izstrādātas ES līmenī.....	5
4.1.	Dažādi shēmu formāti marķējumam iepakojuma priekšpusē	5
4.2.	Tādas shēmas iepakojuma priekšpusei, ko atbalsta vai apsver dalībvalstis un Apvienotā Karaliste.....	5
4.3.	Tādas shēmas iepakojuma priekšpusei, ko izstrādājuši ES privātie uzņēmēji.....	9
5.	Situācija starptautiskā līmenī	10
6.	Patērētāju ieinteresētība, izpratne un reakcija, un ietekme uz veselību	11
7.	Ietekme uz pārtikas aprītē iesaistītiem uzņēmējiem un uz iekšējo tirgu	15
8.	Nostājas un viedokļi	17
8.1.	Padome, Eiropas Parlaments un Reģionu komiteja	17
8.2.	ES dalībvalstu kompetento valsts iestāžu eksperti	17
8.3.	Ieinteresētās personas.....	18
8.4.	Starptautiskas organizācijas	19
9.	Secinājumi.....	19

1. IEVADS

Ar šo ziņojumu tiek pildīta prasība, kas Komisijai noteikta Regulas (ES) Nr. 1169/2011¹ par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem (PIP regula) 35. panta 5. punktā. Šis noteikums paredz, ka Komisija iesniedz Eiropas Parlamentam un Padomei ziņojumu par to, kā tiek izmantoti uzturvērtības paziņojuma papildu izteikšanas un noformēšanas [norādīšanas] veidi, un par šo izteikšanas un noformēšanas veidu ietekmi iekšējā tirgū un turpmākas saskaņošanas vēlamību. Šajā noteikumā arī minēts, ka Komisija ziņojumam var pievienot priekšlikumus attiecīgo Savienības noteikumu grozīšanai.

Kopš 2016. decembra PIP regula nosaka, ka, lai patērētāji varētu veikt apzinātu un veselīgu pārtikas produktu izvēli, lielākajai daļai fasēto produktu² jābūt uzturvērtības paziņojumam, kas bieži tiek norādīts produkta iepakojuma aizmugurē. Lai palīdzētu patērētājiem viegli saskatīt būtisko uzturvērtības informāciju, iegādājoties pārtikas produktus, šā paziņojuma svarīgākos elementus var brīvprātīgi papildus atkārtot galvenajā redzamības laukā (ko sauc par “iekpojuma priekšpusi”). Šim atkārtojumam iepakojuma priekšpusē (IP) var izmantot citus izteikšanas un/vai noformēšanas veidus (piem., grafiskas formas vai simbolus) papildus tiem, kuri ietverti uzturvērtības paziņojumā (piem., vārdi vai skaitļi).

Ņemot vērā pieredzi, kas iegūta attiecībā uz šiem uzturvērtības paziņojuma papildu izteikšanas un/vai noformēšanas veidiem, Komisija tika lūgta līdz 2017. gada 13. decembrim pieņemt ziņojumu par to izmantošanu un ietekmi. Ņemot vērā ierobežoto pieredzi šajā jomā pēdējos gados un vairākus nesenus notikumus valstu līmenī, šā ziņojuma pieņemšana tika atlikta, lai varētu ņemt vērā pieredzi, kas gūta ar nesen ieviestajām shēmām. Šis ziņojums pārsniedz PIP regulas 35. panta darbības jomu (t. i., papildu izteikšanas un/vai noformēšanas veidi, kas atkārtoti uzturvērtības paziņojumā sniegto informāciju) un iekļauj arī shēmas, kas informāciju par kopējo pārtikas produktu uzturvērtības kvalitāti sniedz iepakojuma priekšpusē, jo šāda diferenciacija nebūtu atbilstoša no patērētāja viedokļa.

Šajā ziņojumā atspoguļotas galvenās uzturvērtības IP marķējuma shēmas, kas pašlaik ir ieviestas vai tiek izstrādātas ES līmenī, kā arī dažas no shēmām, kas ieviestas starptautiskā līmenī. Tajā pievērsta uzmanību arī tam, kā patērētāji izprot IP shēmas, kāda ir to rezultativitāte un ietekme. Šis ziņojums sagatavots, pamatojoties uz literatūras apskatu un datiem, ko par šo jautājumu apkopojis un analizējis Kopīgais pētniecības centrs (JRC), kā arī uz Komisijas apspriedēm ar valsts kompetentajām iestādēm un ieinteresētajām personām.

2. VĒSTURISKAIS PAMATS

Saskaņā ar Komisijas priekšlikumu Regulai par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem, kas izstrādāts 2008. gada janvārī³, pārtikas aprītē iesaistītajiem uzņēmējiem fasēto pārstrādes produktu iepakojuma priekšpusē bija obligāti jānorāda sīka informācija par enerģētisko vērtību, taukiem, piesātinātajiem taukiem, ogļhidrātiem, cukuru un sāli. Papildus tika ļauts izstrādāt brīvprātīgas valstu shēmas, lai paziņotu šos obligātos elementus ar citiem noformēšanas formātiem (piem., grafiskām formām).

¹ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) Nr. 1169/2011 (2011. gada 25. oktobris) par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem, OV L 304, 22.11.2011., 18. lpp.

² Pārtikas produkti, uz kuriem neattiecas prasība par obligāto paziņojumu par uzturvērtību, ir uzskaitīti Regulas Nr. 1169/2011 V pielikumā.

³ COM(2008) 40 *final*, 34. pants.

Likumdevēji nolēma saglabāt IP marķējuma jēdzienu, bet atcelt tā obligāto raksturu. Viņi vienojās, ka gadījumā, ja nav tādas uzturvērtības IP shēmas, ko varētu izprast un pieņemt visi ES patērētāji, šajā jautājumā dalībvalstīm un pārtikas apritē iesaistītajiem uzņēmējiem būtu jāizstrādā savas shēmas, kas būtu piemērotas viņu patērētājiem, ar nosacījumu, ka tās atbilst konkrētiem kritērijiem. Mērķis bija uzkrāt pieredzi par dažādu shēmu darbību dalībvalstīs, lai pieņemtu labāk apsvērtu lēmumu par iespējamu turpmāku saskaņošanu vēlākā posmā. Ņemot vērā iepriekš minēto, 2011. gadā pieņemtajā PIP regulā Komisijai tika lūgts sniegt šo ziņojumu par dažādu shēmu izmantošanu un ietekmi, un par tālākas saskaņošanas vēlamību.

Ņemot vērā arvien lielākos liekā svara un aptaukošanās rādītājus lielākajā daļā ES dalībvalstu un būtisko ar uztura riskiem saistāmo slimību slogu⁴, kopš PIP regulas pieņemšanas pieaug valsts iestāžu interese par uzturvērtības IP marķēšanu. IP marķēšanai parasti ir divi politikas mērķi: 1) sniegt papildu informāciju patērētājiem, lai viņi apzinātāk izvēlētos veselīgākus pārtikas produktus, un 2) iedrošināt pārtikas apritē iesaistītos uzņēmējus pārveidot produktus par veselīgākām izvēlēm (*Kanter et al.*, 2018). IP marķējums tāpēc aizvien vairāk tiek uzskatīts par rīku, ar ko stiprināt stratēģijas⁵ aptaukošanās un citu ar uzturu saistītu nepārnēsājamu slimību novēršanai. Pašlaik visā ES ir izstrādātas un ieviestas vairākas IP shēmas.

3. ES TIESISKAIS REGULĒJUMS UZTURVĒRTĪBAS MARĶĒJUMAM IEPAKOJUMA PRIEKŠPUSĒ

1.1. Papildu izteikšanas un noformēšanas veidi saskaņā ar PIP regulu

PIP regula atļauj iepakojuma priekšpusē pēc brīvas izvēles atkārtot uzturvērtības paziņojumā sniegto informāciju, t. i., informāciju par enerģētisko vērtību vai enerģētisko vērtību kopā ar tauku, piesātināto taukskābju, cukuru un sāls daudzumu (30. panta 3. punkts). Saskaņā ar PIP regulas 35. pantu pārtikas apritē iesaistītie uzņēmēji var izmantot vai dalībvalstis var ieteikt uzturvērtības paziņojuma papildu izteikšanas un/vai noformēšanas veidus (piem., grafiskas formas vai simbolus) ar nosacījumu, ka tie atbilst Regulā noteiktajiem kritērijiem.

Šie kritēriji ietver prasības, ka papildu veidiem jābūt pamatotiem ar patērētāju aptauju, kas ir precīza un zinātniski pamatota, un tie nedrīkst maldināt patērētāju. Šie veidi būtu jāizstrādā pēc apspriedēm ar plašu ieinteresēto personu loku, to mērķim vajadzētu būt patērētāju

⁴ Svara problēmas un aptaukošanās lielākajā daļā ES dalībvalstu strauji pieaug; tiek lēsts, ka 2014. gadā 51,6 % ES iedzīvotāju (vecumā no 18 gadiem) ir liekais svars. Aptaukošanās ir nopietna sabiedrības veselības problēma, jo tā būtiski palielina risku saslimt ar hroniskām slimībām, piemēram, sirds un asinsvadu slimību, 2. tipa diabētu un noteiktiem vēža veidiem (https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Overweight_and_obesity_-_BMI_statistics). Kopumā tiek lēsts, ka Eiropas Savienībā vairāk nekā 950 000 nāves gadījumu un vairāk nekā 16 miljoni zaudētu dzīves gadu saistāmi ar uztura riskiem, kas izriet no neveselīga uztura (<https://ec.europa.eu/jrc/en/health-knowledge-gateway/societal-impacts/burden>).

⁵ ES dalībvalstis savās veselības veicināšanas un slimību novēršanas stratēģijās izmanto dažādas pieejas (piem., vienošanās par sastāva pārveidošanu, tirdzniecības ierobežojumi pārtikas produktiem, kuros ir augsts tauku, sāls un cukura saturs, publiskie iepirkumi veselīgiem pārtikas produktiem, cukurotu dzērienu aplikšana ar nodokli). Eiropas Komisija atbalsta dalībvalstu darbības attiecībā uz veselīgu dzīvesveidu un veselīgu ēšanu, ieviešot 2007. gada ES stratēģiju attiecībā uz uzturu, lieko svaru un veselības jautājumiem, kas saistīti ar aptaukošanos, 2011. gada ES satvaru attiecībā uz dalībvalstu iniciatīvām par konkrētām uzturvērtībām (2008. gada sastāva pārveidošanas noteikumos vienojās par sāls satura samazināšanu) un ES Rīcības plānu bērnu aptaukošanās samazināšanai 2014.–2020. gadam. Veselīga dzīvesveida veicināšana palīdzēs dalībvalstīm sasniegt ilgtspējīgas attīstības mērķus līdz 2030. gadam un PVO mērķus nepārnēsājamu slimību novēršanai līdz 2025. gadam. (https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/2019_initiatives_npa_en.pdf).

izpratnes veicināšanai par pārtikas produkta lomu vai nozīmi uztura enerģētiskās vērtības un uzturvielu satura nodrošināšanā, un ir jābūt zinātniski pamatotam apliecinājumam, ka vidusmēra patērētājs tos saprot. Turklāt šiem veidiem jābūt objektīviem un nediskriminējošiem, un tie nedrīkst radīt šķēršļus brīvai preču aprītei. Citu izteikšanas veidu gadījumā tiem jāpamatojas uz saskaņotām ieteicamajām devām vai vispārēji atzītiem zinātniskiem ieteikumiem par devām.

Dalībvalstīm ir noteikta prasība uzraudzīt jebkādas papildu izteikšanas vai noformēšanas veidus, ko izmanto to teritorijā, un sniegt šo informāciju Komisijai. Lai atvieglotu šo uzraudzību, dalībvalstis var lūgt pārtikas aprītē iesaistītiem uzņēmējiem, kas to teritorijā laiž tirgū pārtikas produktus, uz kuriem norādīta šāda informācija, ziņot tām par šādu papildu izteikšanas un/vai noformēšanas veidu izmantošanu un sniegt attiecīgo pamatojumu saistībā ar ES tiesību aktos noteikto prasību izpildi.

1.2. Citas shēmas uzturvērtības marķējumam iepakojuma priekšpusē

Uz dažām IP shēmām, ko izstrādājušas dalībvalstis vai pārtikas aprītē iesaistītie uzņēmēji, nevar attiecināt PIP regulas 35. pantu, jo tās neatkārto informāciju, kas sniegta uzturvērtības paziņojumā kā tādā, bet sniedz informāciju par pārtikas produkta vispārējo uzturvērtības kvalitāti (piem., ar simbolu vai burtu). Saskaņā ar PIP regulas 36. pantu šādas shēmas tiek uzskatītas par “informāciju pēc brīvas izvēles”, kas nedrīkst maldināt patērētāju, nedz arī būt pārprotama vai neskaidra patērētājam un kuras pamatā attiecīgā gadījumā ir atbilstīgi zinātniski dati. Tajā pašā laikā, ja šāda shēma nodod kopumā pozitīvu vēstījumu (piem., ar zaļo krāsu), tā arī ir uzskatāma par “uzturvērtības norādi” saskaņā ar juridisko definīciju⁶, jo sniedz informāciju par pārtikas produkta labvēlīgo uzturvērtības kvalitāti, kā definēts Regulā (EK) Nr. 1924/2006 par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem⁷ (Norāžu regula). Saskaņā ar Norāžu regulu norāžu pamatā jābūt zinātniskiem pierādījumiem, tās nedrīkst maldināt un ir atļautas vienīgi tad, ja var uzskatīt, ka vidusmēra patērētājs sapratīs norādē izteikto labvēlīgo ietekmi. IP shēmas, kas ietilpst Norāžu regulas darbības jomā, var izmantot dalībvalsts teritorijā tikai tad, ja attiecīgā dalībvalsts tās pieņēmusi saskaņā ar Norāžu regulas 23. pantu, kurā aprakstīta paziņošanas procedūra Komisijai.

1.3. Uzturvielu profila noteikšana

Uzturvielu profila noteikšana ir pārtikas produktu klasificēšana kategorijās atbilstoši to uzturvielu sastāvam pēc iepriekš noteiktiem kritērijiem⁸. Pasaulē to lieto dažādi, piemēram, lai regulētu pārtikas produktu tirdzniecību bērniem. Uzturvielu profila noteikšanu parasti lieto arī uzturvērtības IP shēmās. Lielākā daļa IP shēmu balstās uz uzturvielu profila noteikšanas kritērijiem, kas var būt vienkāršas uzturvielu robežvērtības, pēc kurām, piemēram, nosaka, kad shēmā piemērot zaļu, dzeltenbrūnu vai sarkanu krāsu, vai arī sarežģītāki algoritmi, kuru rezultātā tiek iegūts kopējais vērtējums. Kritērijus, uz kuriem balstās uzturvielu profila noteikšana, var piemērot vai nu visām pārtikas produktu grupām, vai arī tie var būt specifiski atsevišķām produktu grupām. Paši par sevi kritēriji, uz kuriem balstās uzturvielu profila noteikšana, uz etiķetēm neparādās.

Eiropas Savienībā jēdzienu “uzturvielu profila noteikšana” izmanto arī saistībā ar uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem, saprotot “uzturvielu profilus

⁶ Uzturvērtības norāde pauž vai liek domāt, ka pārtikas produktam ir labvēlīgas uzturvērtības īpašības, ko rada enerģētiskā vērtība, kuru tas nodrošina, uzturvielas un citas vielas, ko pārtikas produkts satur vai nesatur (Regulas (EK) Nr. 1924/2006 2. panta 2. punkta 4. apakšpunkts).

⁷ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (EK) Nr. 1924/2006 (2006. gada 20. decembris) par uzturvērtības un veselīguma norādēm uz pārtikas produktiem (OV L 404, 30.12.2006., 9. lpp.).

⁸ <https://www.who.int/nutrition/topics/profiling/en/>.

[aprakstus]” kā uzturvielu, piemēram, tauku, sāls un cukuru robežvērtības, pēc kuru pārsniegšanas uzturvērtības un veselīguma norādes tiek ierobežotas vai aizliegtas, tādējādi novēršot to, ka uz pārtikas produktiem, kuros ir augsts šo uzturvielu saturs, nonāk vēstījums par pozitīvu ietekmi uz veselību. Saskaņā ar Norāžu regulu Komisijai “uzturvielu profili [apraksti]” bija jānosaka līdz 2009. gadam, bet šie profili vēl joprojām nav izveidoti šajā jautājumā pastāvošo lielo pretrunu dēļ, par kurām liecināja atšķirīgie un polarizētie viedokļi 2009. gadā, kad Komisija mēģināja tos noteikt. Norāžu regulas izvērtējums, cita starpā, koncentrējas uz uzturvielu profilu veidošanu un, konkrētāk, uz jautājumu, vai “uzturvielu profili [apraksti]”, kuru mērķis ir izvairīties no pieviltīgām norādēm uz pārāk sāļiem, taukainiem vai saldinātiem pārtikas produktiem, joprojām ir piemēroti šim nolūkam, vai arī šo pašu mērķu sasniegšanai varētu paredzēt citas alternatīvas.

4. TĀDAS SHĒMAS IEPAKOJUMA PRIEKŠPUSEI, KAS IEVIESTAS VAI IZSTRĀDĀTAS ES LĪMENĪ

1.4. Dažādi shēmu formāti marķējumam iepakojuma priekšpusē

20. gadsimta 80. gados dažas valdības sāka izstrādāt IP uzturvērtības etiķetes saistībā ar stratēģijas pasākumiem aptaukošanās un citu ar uzturu saistītu nepārnēsājamu slimību novēršanai. Līdztekus globālas aptaukošanās epidēmijas sākumam un lielākai pārstrādātu pārtikas produktu pārpilnībai tirgū, 21. gadsimta sākumā IP marķēšanas iniciatīvu skaits stabili palielinājās (*Kanter et al.*, 2018). Uzturvērtības IP marķēšana tiek īstenota daudzos dažādos veidos, un pašlaik visā pasaulē tiek izmantoti dažādi formāti. Literatūrā ir izklāstītas dažādas tipoloģijas šo formātu klasificēšanai kategorijās atbilstoši to galvenajām iezīmēm.

Shēmas var iedalīt “konkrētu uzturvielu” shēmās, kas sniedz vairāk vai mazāk detalizētu informāciju par konkrētu uzturvielu uzturvērtību, un “kopsavilkuma rādītāja” shēmās, kas drīzāk sniedz sintezētu novērtējumu pārtikas produkta kopējai uzturvērtības kvalitātei/veselīgumam (*Savoie et al.*, 2013). “Konkrētu uzturvielu” kategoriju var iedalīt sīkāk “skaitliskās” un “krāsu koda” apakškategorijās. “Kopsavilkuma rādītāja” shēmas var sīkāk iedalīt arī “pozitīvajos” rādītājos (apstiprinotie logotipi), ko var piemērot vienīgi tādiem pārtikas produktiem, kuri atbilst konkrētiem uzturvērtības kritērijiem, un “izsvērtajiem” rādītājiem, kas sniedz globālu un izsvērtu informāciju par pārtikas produktu uzturvērtības kvalitāti, ko var piemērot visiem pārtikas produktiem (*Julia & Hercberg*, 2017).

Cita tipoloģija ir saistīta ar shēmas “tiešumu”, citiem vārdiem sakot, ar to, kādā mērā marķējums sniedz tiešu norādi par to, vai produkta uzturvērtība ir labvēlīga patērētājiem, vai nē (*Hodgkins et al.*, 2012). Kādā citā klasifikācijā iekļautas divas kategorijas — “reduktīvās” shēmas (iepakojuma aizmugurē norādītās uzturvērtības informācijas samazināta versija) un “vērtējošās” shēmas (novērtē uzturvērtības informāciju patērētāja vietā) (*Newman et al.*, 2014). Pēc definīcijas visas vērtējošās IP shēmas — gan konkrētu uzturvielu shēmas, gan kopsavilkuma rādītāji — balstās uz modeļiem, kuru pamatā ir uzturvielu profila noteikšana.

1. tabulā pēc dažādām tipoloģijām klasificētas publiskās shēmas (īstenotās vai ierosinātās) un dažas no privātajām shēmām, kā arī sniegta informācija par to izstrādātāju un to, kur shēmas tiek izmantotas vai ierosinātas/paziņotas.

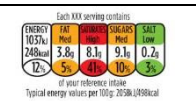
1.5. Tādas shēmas iepakojuma priekšpusē, ko atbalsta vai apsver dalībvalstis un Apvienotā Karaliste⁹

Kopsavilkuma etiķetes — pozitīvie logotipi

⁹ Apvienotā Karaliste izstājās no Eiropas Savienības un no 2020. gada 1. februāra kļuva par trešo valsti.

Keyhole logotips, ko izstrādājusi Zviedrijas Nacionālā pārtikas produktu aģentūra un ieviesusi **Zviedrijā** 1989. gadā, bija pirmā IP logotipu shēma, kas ieviesta ES. *Keyhole* ir bezmaksas brīvprātīga etiķete simboliskā, zaļā formā, kas identificē veselīgāko izvēli 33 definētās pārtikas produktu grupās (piem., maize, siers, gatavās maltītes), pamatojoties uz tādiem uzturvērtības kritērijiem kā tauku, cukuru, sāls, pilngraudu vai šķiedrvielu līmenis. Logotipu nevar izmantot produktiem, kuriem ir zema uzturvērtība, piemēram, sāļajām uzkodām vai bezalkoholiskajiem dzērieniem. **Dānija** un **Lietuva** *Keyhole* etiķeti ieviesa attiecīgi 2009. un 2013. gadā. Šo etiķeti pieņēmušas arī trešās valstis (piem., Norvēģija, Islande).

1. tabula. Tipoloģijas un formāti uzturvērtības IP marķējuma shēmām, kas ieviestas/ierosinātas/pazīnotas ES un Apvienotās Karalistes līmenī

Literatūrā ierosinātās taksonomijas				IP shēmu piemēri		Izstrādātājs	ES dalībvalsts
Konkrētu uzturvielu etiķetes	Skaitliskas	Netiešas	Reduktīvas (neskaidrojošas)	Reference Intakes		Privāts	Visā ES
				NutrInform Battery		Publisks	IT
	Ar krāsu kodu	Daļēji tiešas	Vērtējošas (skaidrojošas)	Apvienotās Karalistes IP etiķete		Publisks	UK
				Citas luksofora tipa etiķetes		Privāts (mazumtirgotāji)	PT, ES
Kopsavilkuma etiķetes	Pozitīvi (apstiprinājuma) logotipi	Tiešs	Vērtējošs (skaidrojošs)	Keyhole		Publisks	SE, DK, LT
				Sirds/Veselības logotipi		NVO Publisks	FI, SI HR
				Healthy Choice		Privāts	CZ, PL Etiķete apturēta NL
	Izsvērtie rādītāji			Nutri-Score		Publisks	FR, BE ES, DE, NL, LU

Somija 2000. gadā apstiprināja marķējumu *Heart Symbol – Better choice* (“Sirds simbols — labāka izvēle”). Kritēriji simbola izmantošanai (tauku, sāls, cukura un/vai šķiedrvielu daudzums) ir definēti deviņām galvenajām pārtikas produktu grupām. Tiesības izmantot šo etiķeti piešķir eksperti, kurus nominē Somijas Sirds un Diabēta asociācijas, un tā pieejama par maksu¹⁰.

Slovēnija 1992. gadā Sirds un asinsvadu veselības biedrība¹¹ ieviesa logotipu *Protective Food* (“Aizsargājošs pārtikas produkts”, saukts arī par *Little Heart* (“Sirsnīša”)), un to atbalstīja valdība (Miklavac et al., 2016). Tas tiek piemērots fasētiem pārtikas produktiem, kas atbilst konkrētiem uzturvērtības kritērijiem.

Iekļaujoties 2015. gada valsts programmā *Healthy Living* (“Veselīga dzīve”), **Horvātijas**¹² Sabiedrības veselības institūtam ir pilnvaras piešķirt tiesības izmantot *Healthy Living* logotipu uz pārtikas produktiem, kas atbilst konkrētiem uzturvērtības kritērijiem¹³.

Kopsavilkuma etiķetes — izsvērtie rādītāji

2017. gada oktobrī **Francija** pēc virknes eksperimentālu un liela mēroga pētījumu veikšanas pieņēma *Nutri-Score* shēmu. *Nutri-Score*, pamatojoties uz Apvienotās Karalistes Pārtikas produktu standartu aģentūras modeli, kura pamatā ir uzturvielu profila noteikšana, norāda kopējo konkrēta pārtikas produkta uzturvērtības kvalitāti. Etiķeti veido piecu krāsu skala, no tumši zaļas, kas norāda pārtikas produktus ar visaugstāko uzturvērtības kvalitāti, līdz tumši oranžai produktiem ar zemāko uzturvērtības kvalitāti; tas atbilst burtiem no A līdz E. Algoritmā, lai aprēķinātu uzturvērtības rezultātu, ņem vērā gan negatīvos (cukuri, piesātinātās taukskābes, sāls un kalorijas), gan pozitīvos elementus (olbaltumvielas, šķiedrvielas, augļi, dārzeņi, pākšaugi un rieksti). Arī **Beļģija** ir pieņēmusi *Nutri-Score* (2019. gada martā). **Vācija** 2020. gada martā iesniedza Komisijai valsts tiesību akta projektu par *Nutri-Score* izmantošanu. **Spānija**¹⁴ (2018. gada novembrī), **Nīderlande**¹⁵ (2019. gada novembrī) un **Luksemburga**¹⁶ (2020. gada februārī) paziņoja par savu lēmumu pieņemt shēmu.

Konkrētu uzturvielu etiķetes

Itālija 2020. gada janvārī paziņoja Komisijai par dekrēta projektu, kurā ieteikts izmantot brīvprātīgo shēmu iepakojuma priekšpusei *NutriInform Battery*. Shēmas pamatā ir *Reference Intakes* etiķete (aprakstīta turpmāk), kam pievienots baterijas simbols, kurā ir norāde uz enerģijas un uzturvielu daudzumu vienā porcijā procentos no dienas devas. Šī shēma vēl nav nonākusi ES tirgū.

2013. gadā **Apvienotajā Karalistē** pēc vairāku gadu pētījumiem un apspriedēm ar ieinteresētajām personām oficiāli tika ieviesta brīvprātīga IP shēma, tā sauktā luksofora tipa shēma. Shēma apvieno krāsu kodus un procentos izteiktas ieteicamās devas¹⁷, un to atbalsta

¹⁰ Informāciju sniegusi Somijas Lauksaimniecības ministrija (2017. gada februārī).

¹¹ Informāciju sniegusi Slovēnijas Lauksaimniecības, meža un pārtikas produktu ministrija (2017. gada februārī).

¹² Informāciju sniegusi Horvātijas Veselības ministrija (2017. gada februārī).

¹³ <https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2015/06/Healthy-Living-Food-criteria.pdf>.

¹⁴ <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/sanidad/Paginas/2018/121118-premiosnaos.aspx>.

¹⁵ <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2019/11/28/nutri-score-wordt-na-aanpassing-het-voedselkeuzelogo-voor-nederland>.

¹⁶ https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/communiqués/2020/02-fevrier/12-lenert-bilan.html.

¹⁷ Ieteicamās devas (RI) enerģētiskā vērtība un uzturvielas ir maksimālā ieteiktā dienas deva.

rokasgrāmata, ko pieņēmušas Apvienotās Karalistes iestādes¹⁸. Tā sniedz informāciju par tauku, piesātināto taukskābju, cukuru un sāls saturu, kā arī enerģētisko vērtību vienā pārtikas produkta devā vai porcijā. Krāsas tiek izmantotas, lai klasificētu uzturvielu daudzumu kā “zemu” (zaļā krāsa), “vidēju” (dzeltenbrūnā krāsa) vai “augstu” (sarkanā krāsa); krāsu robežvērtības pamatojas uz 100 g/ml pārtikas produkta/dzēriena (produktiem, kas tiek pārdoti lielās porcijās, sarkano krāsu izmanto pie noteiktām porciju robežvērtībām).

1.6. Tādas shēmas iepakojuma priekšpusei, ko izstrādājuši ES privātie uzņēmēji

Konkrētu uzturvielu etiķetes

Līdzās valdības apstiprinātajām shēmām Eiropas pārtikas un dzērienu nozares asociācija ir izstrādājusi *Guideline Daily Amount* [norādītā dienas daudzuma] (*GDA*) shēmu, ko vēlāk nosauca par **Reference Intakes etiķeti** un ieviesa 2006. gadā. Šī etiķete sniedz skaitlisku informāciju par to, cik daudz enerģijas un uzturvielu atrodas pārtikas produkta porcijā, un to, cik daudz tas ir procentuāli no dienas ieteicamās devas¹⁹. Shēma tiek lietota visā ES (*Storcksdieck genannt Bonsmann et al.*, 2010).

Daži mazumtirgotāji (piem., Portugālē un Spānijā) izstrādājuši savas IP uzturvērtības etiķetes, par pamatu izvēloties **luksofora tipa formātu**, kas *Reference Intakes* etiķetei pievieno krāsas.

2017. gadā seši starptautiski pārtikas un dzērienu uzņēmumi izstrādāja **Evolved Nutrition Label (ENL)**. Tās pamatā ir *Reference Intakes* etiķete, kurai pievienotas krāsas līdzīgi IP shēmai Apvienotajā Karalistē, taču šī etiķete ir pielaidīgāka attiecībā uz produktiem skalā no dzeltenbrūnās līdz sarkanajai krāsai, ko attiecina uz produktiem, kuri domāti patērēšanai mazās devās²⁰. 2018. gada novembrī uzņēmumi paziņoja par savu lēmumu apturēt/izbeigt ENL etiķetes izmēģinājumus pārtikas produktiem.

Kopsavilkuma etiķetes — pozitīvie logotipi

Healthy Choice (“ķeksīša”) logotips, kas pieder *Choices International* fondam, identificē veselīgākās izvēles katrā pārtikas produktu grupā. Katrā kategorijā specifiskie kritēriji pamatojas uz piesātinātajām taukskābēm un transtaukskābēm, pievienoto cukuru, sāli, uztura šķiedrvielām un/vai enerģiju. Kritēriji ir piemērojami visiem pārtikas produktiem, arī uzkodām un bezalkoholiskajiem dzērieniem. Uzņēmumi, kas maksā dalības maksu savas valsts *Choices* organizācijai, var izmantot logotipu uz atbilstīgiem produktiem. Shēma darbojas Čehijas Republikā un Polijā. Nīderlandes valdība 2013. gadā logotipu apstiprināja, bet to atsauc 2017. gadā²¹.

¹⁸ Rokasgrāmata, kā izveidot uzturvērtības etiķeti iepakojuma priekšpusē (IP) mazumtirdzniecības vietās tirgojamiem fasētiem produktiem (pēdējais atjauninājums 2016. gada 8. novembrī), pieejama vietnē <https://www.gov.uk/government/publications/front-of-pack-nutrition-labelling-guidance>.

¹⁹ Kā izprast etiķeti. Publicēts: *Reference Intakes* (“Ieteicamās devas”) [tīmekl]vietnē *FoodDrinkEurope* (<https://referenceintakes.eu/understanding-label.html>).

²⁰ Sešu uzņēmumu prezentācija iniciatīvā “Uzturs un veselība — ES rīcības platforma” 2017. gada 30. novembrī, kas pieejama vietnē https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/ev_20171130_co03_en.pdf.

²¹ Paziņojums *Staatscourant Vinkje*, 2017. gada 27. oktobris (pieejams vietnē <https://www.row-minvws.nl/documenten/vergaderstukken/2017/10/27/mededeling-staatscourant-vinkje-row-del-27-oktober-2017>).

5. SITUĀCIJA STARPTAUTISKĀ LĪMENĪ

Pašlaik vairāk nekā 40 valstīs visā pasaulē ir kāda veida shēma uzturvērtības marķēšanai pārtikas produktu iepakojuma priekšpusē²².

Lielākā daļa trešo valstu ievieš brīvprātīgas IP uzturvērtības etiķetes, bet dažās valstīs IP etiķetes ir kļuvušas obligātas. Kopumā pastāv tendence, ka valstis vienā ģeogrāfiskā reģionā izvēlas līdzīgas etiķetes, tomēr pielāgojot zināmus aspektus valsts apstākļiem²³.

Konkrētu uzturvielu luksofora tipa formāti ārpus Apvienotās Karalistes ieviesti tikai dažās valstīs un ir piemērojami brīvprātīgi (piem., Dienvidkorejā) vai obligāti (piem., Ekvadorā). Arī Indija apsver obligātu etiķetes ieviešanu²⁴.

Vairākas Āzijas valstis (piem., Malaizija, Singapūra, Taizeme) izmanto **pozitīvos veselīgas izvēles logotipus dažādos formātos** un ar dažādiem kritērijiem (daži ir balstīti uz *Choices International* kritērijiem). Dažas Āfrikas valstis (piem., Nigērija, Zimbabve) arī ir ievieš veselīgas izvēles logotipus.

Izsvērtā Health Star kategoriju shēma ieviesta Austrālijā un Jaunzēlandē, un tā ir brīvprātīga IP shēma, kas piešķir produktiem vērtējumu no puszvaigznes līdz piecām zvaigznēm atbilstoši to veselīgumam, ko nosaka negatīvās, kā arī pozitīvās uzturvielas un citas sastāvdaļas.

Čīles **brīdinājuma sistēma**, kas ieviesta 2016. gadā, ir obligāta uz uzturvielām balstīta shēma, ar ko apzīmē produktus, kuriem ir augsta enerģētiskā vērtība, augsts cukuru, piesātināto taukskābju un/vai nātrija saturs. Līdzīgas brīdinājuma shēmas jau ir vai tiek izstrādātas dažās citās Dienvidamerikas valstīs (piem., Brazīlijā, Peru, Urugvajā), kā arī Kanādā un Izraēlā.

Pārtikas produktu un dzērienu nozare starptautiskā līmenī izstrādājusi dažādus variantus uz konkrētām uzturvielām balstītas **Reference Intakes shēmai**, ko plaši lieto dažādi uzņēmumi visā pasaulē.

1. attēlā doti daži piemēri etiķetēm, kas tiek izmantotas pārtikas produktu iepakojuma priekšpusē un ir ieviestas ārpus ES.

²² Provizorisks normatīvās ietekmes analīzes ziņojums par uzturvērtības marķējumu, ANVISA (Brazīlija), 2018. gada maijs.

²³ Globāls atjauninājums uzturvērtības marķējumam — 2018. gada izdevums, EUFIC, 2018. gada jūlijs.

²⁴ “Pārtikas produktu nekaitīguma un standartu (marķējuma un izvietojuma) noteikumu projekts, 2019. gads”, iesniegts PTO Komitejai par tehniskajiem šķēršļiem tirdzniecībai 2019. gada 7. jūlijā.

1. attēls. Starptautiski izmantoto shēmu piemēri



Pārtikas kodeksa pamatnostādnes par uzturvērtības marķēšanu²⁵ sniedz tikai ierobežotas norādes saistībā ar uzturvērtības IP marķēšanu, proti, “papildu informācijas par uzturvērtību” formā. Pamatnostādnēs ir noteikts, ka šā veida informācija par uzturvērtību paredzēta, lai palielinātu patērētāju izpratni par pārtikas produkta uzturvērtību un palīdzētu patērētājiem izprast paziņojumu par uzturvielām. Starptautiskā līmenī nepastāv nekādas konkrētas pamatnostādnes par labāko praksi IP uzturvērtības etiķetēm, un ir izstrādāta virkne dažādu etiķešu. Tā kā etiķešu pārpilnība varētu radīt problēmas starptautiskajai tirdzniecībai, Kodeksa komiteja pārtikas marķēšanai 2017. gada oktobrī vienojās no jauna sākt darbu, lai izstrādātu IP marķēšanas shēmu pamatnostādnes valdībām, kuras vēlas ieviest šāda veida marķējumu; šādas pamatnostādnes palīdzētu saskaņot IP sistēmas un tādējādi atvieglotu starptautisko tirdzniecību²⁶. Pašlaik notiek minēto pamatnostādņu izstrāde²⁷.

6. PATĒRĒTĀJU IEINTERESĒTĪBA, IZPRATNE UN REAKCIJA, UN IETEKME UZ VESELĪBU

Svarīgs uzturvērtības IP marķēšanas politikas mērķis ir palīdzēt patērētājiem izvēlēties veselīgāku pārtiku (Kanter *et al.*, 2018). Lielākā daļa patērētāju patiešām atzīst, ka IP marķējums viņiem palīdz (piem., 71 % respondentu Nīderlandes patērētāju aptaujā²⁸ un 78 % Vācijas patērētāju aptaujā²⁹). Pierādījumi šķietami liecina, ka IP etiķetes aizpilda informācijas robu vai atbild uz līdz šim neievērotām patērētāju vajadzībām, turklāt par vajadzību pēc IP etiķetēm vairāk ziņo vecāki cilvēki un cilvēki ar lieko svaru/aptaukošanos (Kopīgais pētniecības centrs, 2020).

²⁵ Kodeksa pamatnostādnes uzturvērtības marķējumam CAC/GL 2-1985, pēdējo reizi pārskatītas 2017. gadā.

²⁶ Pārtikas kodeksa komisija, Kodeksa komitejas par pārtikas marķēšanu 44. sesijas ziņojums (REP18/FL), Paragvaja, 2017. gada 16.–20. oktobris.

²⁷ Kodeksa komitejas par pārtikas marķēšanu 45. sesija notika 2019. gada maijā.

²⁸ Consumentenbond, Patērētāju aptauja par pārtikas produktu izvēli logotipu, 2018. gada aprīlis, pieejama vietnē <https://www.consumentenbond.nl/binaries/content/assets/cbhippowebsite/landingspaginas/acties/weet-wat-je-eet/consumentenonderzoek-voedselkeuzelogos-nl.pdf>.

²⁹ Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik, 2018., Getingenes universitāte sadarbībā ar Zühlsdorf+Partner, 2018. gada janvāris (pozitīvas atbildes uz jautājumu “Man luksofora tipa marķējums iepakojuma priekšpusē ir noderīgs”).

Tomēr tas, vai cilvēki tiešām maina savu iepirkšanās uzvedību, reaģējot uz IP etiķetēm, atkarīgs no daudziem faktoriem. Lai IP etiķete būtu iedarbīga, tai jāpiesaista uzmanība, pēc tam patērētājiem tā jāpieņem un jāizprot, un tikai tad tā var potenciāli ietekmēt viņu pārtikas izvēles (Grunert & Wills, 2007) un attiecīgi viņu uzturu un veselību.

Patērētāju uzmanība

Pirms patērētāji spēj pieņemt un izprast IP etiķeti, viņiem pirmām kārtām jāpievērš etiķetēm uzmanība. Pierādīts, ka etiķetes iepakojuma priekšpusē gūst vairāk uzmanības nekā etiķetes iepakojuma aizmugurē (Becker et al., 2015). Ļoti liels skaits patērētāju apgalvo, ka viņi skatās uz etiķetēm iepakojuma priekšpusē (piem., 60 % kādā pētījumā ar Beļģijas patērētājiem (Möser et al., 2010)), bet no zinātniskās literatūras ir labi zināms, ka aptaujās sniegtais pašnovērtējums par etiķešu lietderīgumu ir augstāks, nekā secināts pēc novērojumpētījumiem veikalos (Grunert et al., 2010).

Vairākas pamatiezīmes var palielināt uzmanības pievēršanu IP uzturvērtības etiķetēm. Lielāks etiķetes izmērs palīdz ātrāk piesaistīt uzmanību. Uzmanība ir lielāka arī gadījumos, kad uz pārtikas produkta iepakojuma ir mazāk citas informācijas un kad etiķetes veids un novietojums uz iepakojuma nemainās. Šķiet, ka krāsas piesaista lielāku uzmanību, ja vien tiek panākts kontrasts starp etiķeti un iepakojumu. Papildus specifiskām etiķetes iezīmēm, uzmanība, kas tiek pievērsta IP marķējumam, šķiet, ir atkarīga no patērētāja raksturierzīmēm, piemēram, vecuma, izglītības līmeņa un veselības motivācijas. Zīmes veikala ejās vai informācijas skrejlapas var ievērojami palielināt pievērsto uzmanību. (Kopīgais pētniecības centrs, 2020).

Marķējuma pieņemamība patērētājam

Ja patērētāji nepieņem etiķetes pat gadījumā, kad tās tiek pamanītas, to vēstījums tiks ignorēts. Šķiet, ka pievilcība un patika ir svarīgi aspekti pieņemamībai (Ducrot et al., 2015a).

Kopumā patērētāji dod priekšroku etiķetēm ar minimālu skaitlisku saturu, bet ar izmantotu grafiku un simboliem (Campos et al., 2011), īpaši patērētāji ar zemāku sociāli ekonomisku stāvokli (Méjean et al., 2013). Arī krāsa tiek skaidri identificēta kā būtiska pazīme (Babio et al., 2014). Nozīme ir arī IP shēmas tiešuma līmenim: dažiem patērētājiem patīk tieši etiķetes, jo tās ļauj ātri pieņemt lēmumu, bet citi var negatīvi reaģēt, ja viņiem norāda, ka kaut kas ir veselīgs, bet trūkst detalizētas informācijas par uzturvērtību (Grunert & Wills, 2007; Hodgkins et al., 2012). Tāpēc daži pētnieki ierosina, ka iedarbīgs formāts varētu būt shēma, kura apvieno gan tiešus, gan netiešus elementus (Hodgkins et al., 2012).

Vēl viens svarīgs pieņemamības aspekts ir uzticība. Pētījumi rāda, ka tad, ja logotipu apstiprina uzticama iestāde, patērētājiem ir vairāk uzticības, un viņi to pieņem labāk (De la Cruz-Góngora et al., 2017).

Attiecībā uz IP shēmu pieņemamību literatūrā neparādās neviens skaidri izteikts līderis. Drīzāk dažādi pētījumi norāda, ka priekšroka tiek dota dažādām shēmām, iespējams, konkrētu pētīto etiķešu pazīmju vai arī kultūras atšķirību dēļ (Kopīgais pētniecības centrs, 2020).

Attiecīgā literatūra parāda, ka tas vien, ka kāda etiķete ir visieciēnītākā, nenodrošina objektīvi vislabāko izpratni un nepalīdz patērētājam vislabāk identificēt veselīgāko izvēli (Ducrot et al., 2015b; Gregori et al., 2014).

Patērētāju izpratne

No literatūras ir skaidrs, ka eksperimentālā vidē lielākā daļa IP uzturvērtības etiķešu iedarbojas pozitīvi uz patērētāju spēju identificēt veselīgāko izvēli salīdzinājumā ar

situācijām, kurās etiķešu nav (piem., *Cecchini & Warin*, 2016; *Roseman et al.*, 2018; *Hawley et al.*, 2013). Lielākā daļa pētījumu parāda, ka vērtējošās shēmas, kurās izmanto krāsu kodu, īpaši jau krāsu kodu kombinācijā ar izsvērto norādi, kā liecina nesens starptautisks pētījums (*Egnell et al.*, 2018c), vislabāk palīdz identificēt veselīgākus produktus dažāda vecuma, sociāli ekonomiskā stāvokļa un dažādas kultūras pārstāvošiem patērētājiem (Kopīgais pētniecības centrs, 2020; *Egnell et al.*, 2018a; *Ducrot et al.*, 2015a).

Kad izšķirties par pārtikas produktu veselīgumu palīdz ar krāsu kodētas konkrētu uzturvielu etiķetes, patērētājiem, izdarot savu izvēli, svarīgāk šķiet izvairīties no sarkanās krāsas, nekā izvēlēties zaļo krāsu (*Scarborough et al.*, 2015). Vērtējošās shēmas, šķiet, palīdz patērētājiem novērtēt produktu veselīgumu labāk nekā reduktīvās shēmas (Kopīgais pētniecības centrs, 2020) un šķiet rezultatīvākas nekā reducētās etiķetes gadījumos, kad patērētājiem ir jāsalīdzina grūti salīdzināmi produkti (*Newman et al.*, 2018).

Ietekme uz iepirkšanās uzvedību

Neskatoties uz plašajiem pētījumiem un liecībām par to, ka IP shēmas palielina izpratni par uzturvērtības informāciju, zinātniski pētījumi, kas patiešām pārbauda, vai IP etiķetēm ir kāda ietekme uz patērētāju lēmumiem par pārtikas produktu iegādi, ir daudz retāki. Lielākā daļa pētījumu ir aptaujas vai eksperimenti, kas drīzāk vērsti uz nodomu pirkt, reaģējot uz IP etiķetēm, nevis uz reālu iepirkšanās uzvedību īstās situācijās³⁰.

Pētījumi, kas vērsti uz pirkšanas nolūku, rāda, ka IP etiķetes var palielināt izvēlēto pārtikas produktu un iepirkumu grozu uzturvērtības kvalitāti (Kopīgais pētniecības centrs, 2020). Salīdzinošie eksperimentālie pētījumi sniedz ieskatu par dažādu etiķešu relatīvo iedarbību uz iepirkšanās uzvedību, bet pavisam nedaudzis no šiem pētījumiem ietverti salīdzinājumi starp dažādām valstīm un pētīta kultūras atšķirību ietekme. Starptautiska pētījuma provizorisks rezultāti³¹ rāda, ka no piecām testētām IP etiķetēm³² biežākos un plašākos uzlabojumus attiecībā uz patērētāju pārtikas izvēlēm virzībā uz veselīgākām izvēlēm dažādās valstīs nodrošina *Nutri-Score* un luksofora tipa etiķetes.

Ir pieejami tikai nedaudzi reālās dzīves pētījumi par iepirkšanās uzvedību, un liecību par ietekmi uz patieso iepirkšanās uzvedību ir grūti iegūt (Kopīgais pētniecības centrs, 2020). Iespējams iemesls ir tas, ka pirkšanas lēmumus ietekmē liels daudzums faktoru papildus IP etiķetēm, tostarp cena (piem., atlaides), sagaidāmais garšīgums, paradumi u. tml. (piem., *Grunert et al.*, 2010; *Boztuğ et al.*, 2015). Daži reālās dzīves pētījumi apstiprina, ka vērtējošās IP shēmas var uzlabot pārtikas izvēļu uzturvērtības kvalitāti; shēmas ar krāsu kodu un/vai krāsu kodu kombinācijā ar izsvērto norādi šķiet visdaudzsološākās (Kopīgais pētniecības centrs, 2020). Vairāki pētījumi arī parāda, ka IP shēmām var būt nozīmīga ietekme, ja to ieviešana tiek apvienota ar izpratnes un/vai komunikācijas kampaņām (piem., *Graham et al.*, 2017; *Julia et al.*, 2016).

Ir arī pierādījumi, kas liecina, ka IP shēmas ir iedarbīgas un palīdz “motivētiem” patērētājiem, kas domā par savu veselību (piem., *Finkelstein et al.*, 2018, *Ni Mhurchu et al.*, 2018). Marķēšanas shēmas veids var ietekmēt iepirkšanās uzvedību atkarībā no patērētāja veida:

³⁰ Pamatojoties uz vairāku eksperimentālu un reālās dzīves pētījumu metaanalīzi, *Cecchini & Warin* (2016) aprēķinājis, ka IP marķējums palielinās to cilvēku skaitu, kuri izvēlas veselīgākus produktus, vidēji par aptuveni 18 % (no 11 % līdz 29 %, atkarībā no shēmas).

³¹ *FOP-ICE* (Starptautisks salīdzinošs, eksperimentāls iepakojuma priekšpusēs) pētījums, ko veicis Parīzes 13. universitātes (Francijā) un Kērtina universitātes (Austrālijā) zinātnisks konsorcijs. Valsti pārstāvošie paraugi iegūti Apvienotajā Karalistē, Argentīnā, ASV, Austrālijā, Bulgārijā, Dānijā, Francijā, Kanādā, Meksikā, Singapūrā, Spānijā un Vācijā.

³² *Nutri-Score*, luksofora tipa etiķete, *Health Star* kategorijas, *Warning symbol* un *Reference Intakes* etiķete.

vērtējošās etiķetes šķiet iedarbīgākas uz hēdoniski motivētiem patērētājiem, savukārt reduktīvās shēmas varētu vairāk iedarboties uz patērētājiem, kuru motivācija ir veselība (Hamlin, 2015; Sanjari et al., 2017).

Pārtikas produktu kategorijas arī šķiet ietekmējam to, cik iedarbīgas ir IP etiķetes (Ni Mhurchu et al., 2018; Nikolova & Inman, 2014). Piemēram, mazāk ticams, ka patērētāji lasīs etiķetes uz neveselīgiem pārtikas produktiem, jo, pērkot tādus pārtikas produktus, viņi vēlas ļauties baudai un izvairīties no atrunājošas informācijas (Talati et al., 2016). IP shēmām var būt arī neparedzēta ietekme uz pirkumiem. Dažos pētījumos ir identificētas pārmaiņas iepirkšanās uzvedībā IP etiķetes dēļ, bet bez nekādas sasaistes ar pārtikas produkta veselīgumu, kas norādīts shēmā (Sacks et al., 2009; Hamlin, 2015; Hamlin & McNeill, 2016).

Ietekme uz uzturu un veselību

Lai precīzi izmērītu, vai IP shēmas uzlabo patērētāju uzturu un veselību reālajā dzīvē, būtu ilgtermiņā jānovēro viņu ikdienas ēšanas izvēles un jānovērtē IP shēmu ietekme uz veselību gadiem ilgās nejaušas izvēles kontrolētās pārbaudēs. Ņemot vērā, ka šādus pētījumus sagatavot un cēloņsakarību pierādīt ir sarežģīti, ar empīriskiem pierādījumiem nepietiek, lai izdarītu secinājumus par IP etiķetes izmantošanas ietekmi uz uztura veselīgumu un veselību kā tādu (Cecchini & Warin, 2016; Hersey et al., 2013; Crocket et al., 2018).

Tā vietā pētnieki izmanto modelējošas pieejas, lai ekstrapolētu ietekmi uz iepirkšanās uzvedību attiecībā uz kopējiem uztura un ar uzturu saistītiem veselības rezultātiem (Kopīgais pētniecības centrs, 2020). Modelēti scenāriji parasti patērēto pārtikas produktu aizvietošanai ar veselīgākām izvēlēm, ko identificē vērtējošās IP etiķetes (balstoties uz modeļiem, kuru pamatā ir uzturvielu profila noteikšana), norāda uz iespēju samazināt tādas uzņemtas kalorijas un uzturvielas, kas rada bažas sabiedrības veselībai (piem., Amcoff et al., 2015; Roodenburg et al., 2013; Cecchini & Warin, 2016).

Daži pētījumi, kuri pievēršas saistībai starp (brīvprātīgo personu) uztura kvalitāti un ar uzturu saistītām slimībām, rosina domāt, ka uztura kvalitāte, kas novērtēta ar uztura indeksu, uz kura pamatojas Nutri-Score shēma, ir saistīta ar zemāku sirds un asinsvadu slimības (Adriouch et al., 2016 & 2017), vēža (Deschasaux et al., 2018) un aptaukošanās risku (Julia et al., 2015). Citā pētījumā, kurā tika aplūkotas piecas dažādas IP etiķetes, secināts, ka IP uzturvērtības etiķetes var palīdzēt samazināt mirstību no nepārnēsājamām slimībām, kas saistītas ar uzturu; turklāt ietekme ir atkarīga no testētā etiķetes veida, un Nutri-Score šķiet visefektīvākā (Egnell et al., 2019).

Literatūra arī norāda dažus iespējamus neparedzētus veidus, kā marķēšana ietekmē uzturu. Piemēram, uztverot pārtikas produktu kā veselīgu, var palielināties ēdiena uzņemšanas daudzums, jo vērojama mazāka vainas apziņa (Chandon & Wansink, 2007), un arī nesamērīgi lieli porciju izmēri var izrietēt no tā, ka IP etiķetē nav nekādas norādes par pārtikas produkta ierobežotu veselīgumu (Egnell et al., 2018b).

Cita iedarbība uz patērētāju

Pētījumi parādījuši, ka IP shēmas var palielināt patērētāja vēlmi maksāt par veselīgākiem produktiem (Kopīgais pētniecības centrs, 2020). Saskaņā ar Crosetto et al. (2018), uzturvērtības uzlabojumi iepirkumu grozā, pērkot produktus, kas marķēti kā veselīgāki, var radīt saimnieciskas izmaksas, bet, šķiet, ka uz maznodrošinātām mājāsaimniecībām uzturvērtības uzlabojumi iepirkumu grozā radīja izmaksu ziņā vismazāko ietekmi.

Patērētāju apjukums un uzticības zudums ir vēl viens apsverams aspekts. Literatūras apskati parāda, cik lielā mērā patērētāju apjukums attiecībā uz marķējuma shēmām rada nozīmīgu

šķērslī tam, lai viņi tās pieņemtu un sekmīgi izmantotu (Cowburn & Stockley, 2005; Grunert & Wills, 2007). Patērētāju apjukums var palielināties, ja tirgū vienlaicīgi pastāv virkne IP etiķešu formātu (Harbaugh et al., 2011; Draper et al., 2013; Malam et al., 2009). Apmulsumu var radīt arī fakts, ka brīvprātīgajās shēmās IP etiķetes netiek pieprasītas uz visiem iepakojumiem, un tas patērētājiem var radīt neobjektīvus spriedumus par produktiem ar IP etiķetēm, kuri ir tikpat veselīgi vai pat, iespējams, mazāk veselīgi nekā produkti bez šādām etiķetēm (Talati et al., 2016). Pētījums arī sniedz informāciju par to, ka patērētāji zaudē uzticību un kļūst aizdomīgi pret etiķeti, ja kāds neveselīgs produkts IP etiķetē tiek attēlots kā salīdzinoši uzturvērtīgs (Harbaugh et al., 2011).

7. IETEKME UZ PĀRTIKAS APRITĒ IESAISTĪTIEM UZŅĒMĒJIEM UN UZ IEKŠĒJO TIRGU

IP marķējuma shēmas var dažādos veidos ietekmēt pārtikas produktu ražotājus un pārtikas produktu piegādātājus kopumā. IP etiķešu ieviešana var būt stimuls uzņēmumiem pārveidot esošos un izstrādāt jaunus produktus, lai iegūtu (vēl) labvēlīgāku IP etiķetes reitingu. Citi jautājumi, kas saistīti ar IP etiķetēm, piemēram, iespējamie šķēršļi brīvai pārtikas produktu aprītei iekšējā tirgū, arī ir būtiski pārtikas produktu piegādātājiem.

Ietekme uz piedāvājuma veidošanu, tostarp sastāva pārveidošanu un jaunievedumiem

Tā kā IP shēmas var atstāt ietekmi uz patērētāju izvēlēm, ražotājiem ir stimuls pielāgot uzturvielu sastāvu savos produktos atbilstoši prasībām, kas jānodrošina, lai iegūtu (vēl) labvēlīgāku novērtējumu. Ir pierādījumi, ka IP etiķetes patiešām ietekmē produkta sastāvu. Piemēram, tiek norādīts, ka logotipa *Healthy Choice* pieņemšana Nīderlandē (Vyth et al., 2010), *Health Check Program*³³ simbols Kanādā (Dummer et al., 2012) un *Health Star* kategorijas Jaunzēlandē (Ni Mhurchu et al., 2017) ir devusi uzlabojumu tirgū esošo pārtikas produktu uzturvielu profilos. Tomēr šīs liecības par sastāva pārveidošanu/jaunievedumiem lielākoties pamatojas uz pašu ziņotiem datiem. Zinātniskie pētījumi par IP etiķešu ietekmi uz veselīgāku produktu izstrādi ir reti, lai gan ir daži pierādījumi par nozīmi, kāda var būt brīvprātīgām IP etiķetēm, lai panāktu tirgu ar veselīgākiem produktiem (piem., Liu et al. (2015) pētījums par ēšanai gatavajiem graudaugiem). Iespējamais risks saistībā ar ražotāju reakciju uz IP shēmām ir tāds, ka sastāva pārveidošana notiek tikai attiecībā uz tām uzturvielām, kuras iekļautas IP shēmā (Vyth et al., 2010; Carter et al., 2013). Uzmanība jāpievērš arī iespējamajiem sastāvdaļu aizvietošanai, lai jebkurš iegūtais sastāva pārveidojums arī varētu sniegt patiesu labumu sabiedrības veselībai³⁴.

Sastāva pārveidošana var ietekmēt garšu un citas produkta īpašības, kas varētu novest pie pieprasījuma samazināšanās un tāpēc negatīvi ietekmēt iespējamo labumu uzņēmumiem, kuriem ir labāks reitings IP shēmā. Ražotāji tāpēc stratēģiski izvērtēs labumu no produktu diferencēšanas pēc to uzturvērtības, pārveidojot produktus vai ieviešot produktu jaunievedumus (Van Camp et al., 2012).

Bet pat tad, ja ražotāji nolemj nepārveidot savus produktus vai ja viņi nespēj pārveidot savus produktus kādas īpašas produkta sastāvdaļas vai standartu dēļ³⁵, viņi joprojām var izvēlēties

³³ Beidzās 2014. gadā.

³⁴ "Transtaukskābes Eiropā: kāda ir mūsu situācija?", JRC Zinātnes un politikas ziņojums, 2014.

³⁵ Tas var būt, piemēram, gadījumos ar dažiem lauksaimniecības produktiem vai pārtikas precēm, kurām piešķirta "ģeogrāfiskās izcelsmes norāde" saskaņā ar Eiropas Savienības tiesību aktiem (ģeogrāfiskās izcelsmes norādes iekļauj aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi (AĢIN) un aizsargātas cilmes vietas nosaukumu (ACVN), abas kvalitātes shēmas aizsargā tādu produktu nosaukumus, kuri nāk no kāda specifiska reģiona un kuriem ir īpašs ražošanas process, kas noteikts produkta specifikācijā).

piemērot brīvprātīgu IP etiķeti, piemēram, pārredzamības dēļ. Šādu stratēģiju var izvēlēties arī mazumtirgotāji (*Machleit & Mantel*, 2001), lai pozitīvi ietekmētu patērētāja uztveri par to, cik ļoti mazumtirgotājs pievērš uzmanību viņu veselībai (*Newman et al.*, 2014). IP marķējums var arī ļaut mazumtirgotājiem vēl vairāk diferencēt pašzīmola produktus (kas tiek pārdoti ar mazumtirgotāja zīmolvārdu) no valsts zīmoliem. Kā rāda *Van Camp et al.* (2012) pētījums Apvienotajā Karalistē, pašzīmola produktiem biežāk izmanto IP etiķetes.

Ietekme uz MVU

Iespējamās maksas un/vai sertifikācijas procedūras var būt nozīmīgs šķērslis IP etiķešu piemērošanai, jo īpaši saistībā ar MVU. Tāpēc dažas no shēmām ir speciāli modelētas tā, lai iedrošinātu MVU tās izmantot (bez maksas, bez sertifikācijas, pieejami dati rezultāta aprēķina veikšanai u. c.). MVU var būt grūtāk pārveidot savus produktus, nekā lielākiem uzņēmumiem, jo viņiem ir mazāki finanšu un/vai cilvēku resursi, lai gan jāpiebilst, ka nemitīga produkta uzlabošana tikai daļēji ir saistīta ar IP etiķetēm un tās to tikai daļēji ietekmē. Attiecībā uz pozitīvajiem logotipiem (piem., *Keyhole*, veselīgas izvēles logotipi) mazākie ražotāji ziņo, ka viņi novērtē ietekmi, kāda pazīstamam logotipam ir attiecībā pret viņu mazāk zināmo zīmolu un to, kā tas paceļ viņu produkta kvalitātes un veselīguma tēlu³⁶.

Ietekme uz iekšējo tirgu

PIP regulas 35. pantā kā viena no prasībām dalībvalstu vai pārtikas aprītē iesaistīto uzņēmēju izstrādātajām IP shēmām ir noteikta prasība, lai to piemērošana neradītu šķēršļus³⁷ brīvai preču aprītei ES iekšējā tirgū. Tas pats princips tiek piemērots arī IP shēmām, uz kurām attiecas citas administratīvās normas (skatīt 3.2. iedaļu)³⁸.

Daži pārtikas produktu ražotāji argumentē, ka IP shēmas, ko iesaka konkrētas dalībvalstis, var ietekmēt specifisku produktu pārdošanu, kas importēti no citām dalībvalstīm, vai ka zināmas shēmas, lai gan pieņemtas brīvprātīgi, var kļūt *de facto* obligātas, jo pastāv spiediens uz pārtikas produktu ražotājiem piemērot ieteikto etiķeti. Šajā sakarā 2013. gadā no uzņēmējiem tika saņemtas oficiālas sūdzības par Apvienotās Karalistes luksofora tipa shēmu. Līdz šim Eiropas Komisija nav saņēmusi citas sūdzības vai datus attiecībā uz IP shēmu potenciālo ietekmi uz iekšējo tirgu.

Fakts, ka IP shēmu iesaka dalībvalsts, varētu patērētājiem radīt gaidas, ka pārtikas produktiem, kas tiek tirgoti šajā valstī, tostarp tiem, kuri nāk no citām valstīm, jābūt marķētiem oficiālās shēmas ietvaros. Tas varētu nozīmēt to, ka vidusmēra patērētājs labprātāk izvēlētos produktus, kas marķēti ar oficiālu shēmu, salīdzinot ar produktiem, kas ir nemarkēti vai ir marķēti ar citām pastāvošajām etiķetēm, un varētu radīt spiedienu uz ES pārtikas aprītē iesaistītiem uzņēmējiem marķēt visus produktus, kas pieejami valsts tirgū, ar dalībvalsts veicināto oficiālo shēmu.

Ciktāl to iespējams noskaidrot, nav publikāciju attiecībā uz ietekmi, kāda bijusi IP etiķetēm, kas ieviestas ES tirgū, tirgojoties dalībvalstu starpā un/vai tā ietekmi uz importēto produktu pārdošanu. Pētījumi par IP etiķešu ietekmi uz pirkšanas lēmumiem drīzāk aplūko nopirkto pārtikas produktu uzturvērtības kvalitāti, nevis pēta to ietekmi uz konkrēto (importēto) produktu pārdošanu.

³⁶ Gadījumu izpēti par *Keyhole*, Izvēļu programmu, Apvienotās Karalistes IP shēmu un *Nutri-Score*, ko veicis ārējs darbuzņēmums Regulas (EK) Nr. 1924/2006 izvērtējuma kontekstā.

³⁷ Saskaņā ar iedibināto judikatūru kā "šķērslis" ir jāsaprot tādi dalībvalstu ieviesti tirdzniecības noteikumi, kuri spēj tieši vai netieši traucēt esošu vai potenciālu ES iekšējo tirdzniecību.

³⁸ Līguma par Eiropas Savienības darbību 34.–35. pantā ir noteikts, ka aizliegti tādi valsts pasākumi, kas var traucēt tirdzniecību ES dalībvalstu starpā.

Visbeidzot, iespējamu ietekmi var izraisīt fakts, ka dažādas dalībvalstis iesaka dažādas IP shēmas, un tas var radīt papildu marķēšanas izmaksas pārtikas aprītē iesaistītiem uzņēmējiem, ja viņi vēlas izmantot ieteikto etiķeti un viņiem jāmaina iepakojums atkarībā no attiecīgās valsts tirgus.

Pamatojoties uz pieejamo informāciju un pētījumiem un ņemot vērā grūtības ievākt datus par jebkādu ilgtermiņa ietekmi salīdzinoši nesen izstrādātajām shēmām, pierādījumi tam, vai dalībvalstu ieteikumi izmantot atsevišķas IP shēmas var apdraudēt vai nevar apdraudēt pārtikas produktu brīvu apriti, pašlaik ir ierobežoti un nepārliciecināmi.

8. NOSTĀJAS UN VIEDOKĻI

1.7. Padome, Eiropas Parlaments un Reģionu komiteja

Padome savos 2017. gada 6. jūnija secinājumos³⁹ aicina dalībvalstis un Komisiju veicināt pārtikas produktu brīvprātīgu marķēšanu saskaņā ar galvenajiem Regulā Nr. 1169/2011, jo īpaši tās 35. panta 1. punktā ietvertajiem principiem, lai palīdzētu visiem patērētājiem, jo īpaši tiem, kas ir no sociāli mazāk aizsargātām ekonomiskajām grupām, izdarīt veselīgas izvēles, un veicinātu izglītošanas un informēšanas kampaņas nolūkā uzlabot patērētāju izpratni par pārtikas produktu informāciju, tostarp uzturvērtības marķējumu. Padome savos 2018. gada 22. jūnijā pieņemtajos secinājumos⁴⁰ aicina Komisiju arī turpmāk noteikt sabiedrības veselību par prioritāti, jo īpaši, pievēršoties jautājumiem ar pārrobežu nozīmi, piemēram, cita starpā, arī pārtikas produktu marķēšanai, ar galveno mērķi — uzlabot veselības rezultātus Eiropas Savienībā.

Kopš PIP regulas pieņemšanas Eiropas Parlaments nav pieņēmis nevienu konkrētu rezolūciju par IP marķēšanu.

Eiropas Reģionu komiteja savā 2018. gada 4. jūlijā pieņemtajā atzinumā⁴¹ “aicina Eiropas Komisiju pēc esošo pārtikas produktu marķēšanas sistēmu izvērtēšanas ierosināt Eiropā obligātu vienoto krāsu marķējuma sistēmu, kurā krāsas piemērotu, pamatojoties uz 100 g attiecīgā produkta; šādu marķējumu izmantotu visā ES, lai pārtikas produktu iepakojuma priekšpusē sniegtu patērētājiem skaidru informāciju par cukura, sāls un tauku saturu, tādējādi veicinot veselīgākus ēšanas paradumus.”

1.8. ES dalībvalstu kompetento valsts iestāžu eksperti

Šā ziņojuma sagatavošanas fāzē 2018. gadā tika organizētas dalībvalstu kompetento iestāžu ekspertu, ieinteresēto personu un Komisijas kopīgas tikšanās, lai apmainītos ar viedokļiem par jautājumiem, ko aptver šis ziņojums, un savāktu datus/informāciju⁴².

Eksperti no dažām ES kompetentajām valsts iestādēm atbalstīja reduktīvās IP shēmas, kas sniedz informāciju par konkrētām uzturvielām, pamatojoties uz porciju lielumu un nevērtējot pārtikas produktus, un pauda bažas, ka dažiem tradicionālajiem produktiem un reģionam raksturīgiem produktiem (piem., sieriem, pārtikas eļļām, gaļas produktiem) vērtējošajās IP shēmās varētu būt tādas etiķetes, kas atturētu patērētājus no pirkuma. Vairāku ES kompetento valsts iestāžu eksperti, to vidū no valstīm, kur pašlaik darbojas vērtējošās etiķetes, deva

³⁹ Padomes secinājumi par to, kā palīdzēt apturēt bērnu liekā svara un aptaukošanās pieaugumu (2017), OV C205, 29.6.2017., 46.–52. lpp.

⁴⁰ Padomes secinājumi “Veselīgs uzturs bērniem” (2018), (OV C232, 3.7.2018., 1.–8. lpp.).

⁴¹ Eiropas Reģionu komitejas atzinums par vietējām un reģionālajām iniciatīvām veselīga un ilgtspējīga uztura veicināšanai (2018), (OV C387, 25.10.2018., 21.–26. lpp.).

⁴² 2018. gada 23. aprīļa, 22. jūnija un 22. oktobra sanāksmju kopsavilkums pieejams vietnē https://ec.europa.eu/food/expert-groups/ag-ap/adv-grp_fchap/wg_2018_en.

priekšroku vērtējošajām shēmām, argumentējot, ka šādas shēmas palīdz patērētājiem izvēlēties veselīgākus pārtikas produktus. Citu kompetento valsts iestāžu eksperti nedeva īpašu priekšroku ne reduktīvajām, ne vērtējošajām IP shēmām.

Daudzu ES kompetento valsts iestāžu eksperti skaidri izteica atbalstu uzturvērtības IP marķējuma saskaņošanai visā ES, uzsverot to, ka lielais shēmu daudzums Eiropas Savienībā mulsina patērētājus un var radīt tirgus sadrumstalošanos. Kopumā lielākā daļa dalībvalstu ekspertu piekrita, ka jebkādai shēmai būtu jāpamatojas uz plašiem zinātniskiem pētījumiem, kuriem ir skaidri pierādījumi, ka patērētāji objektīvi izprot shēmu, ņemot vērā dažādas sociāli ekonomiskās grupas.

ES līmenī ES valdību pārstāvji 2014. gadā vienojās par brīvprātīgu ES Rīcības plānu bērnu aptaukošanās samazināšanai 2014.–2020. gadam⁴³, atsaucoties uz brīvprātīgu, patērētājiem viegli saprotamu pārtikas produktu marķējuma shēmu izstrādāšanu.

1.9. **Leinteresētās personas**

Patērētāju pārstāvji un sabiedrības veselības asociācijas uzskata, ka uzturvērtības IP marķējums var ļoti palīdzēt patērētājiem veikt apzinātākas, veselīgākas pārtikas produktu izvēles. PIP regulas sarunu gaitā viņi atbalstīja saskaņotas, obligātas ES IP shēmas ieviešanu. Viņi joprojām atbalsta kopīgu pieeju attiecībā uz uzturvērtības IP marķējumu un jo īpaši atbalsta krāsu koda shēmu uzturvērtības IP marķējumā⁴⁴; patērētāju interešu pārstāvji jo īpaši atbalsta *Nutri-Score*⁴⁵. Dietologu asociācijām ir līdzīga nostāja attiecībā uz krāsu koda shēmu, un tās atbalsta vienas spēcīgas marķējuma shēmas ieviešanu visā ES⁴⁶.

2008. gadā PIP regulas sarunu laikā, Eiropas pārtikas produktu un dzērienu nozare atbalstīja IP informāciju, ko sniedz pēc brīvas izvēles, un deva priekšroku *Guideline Daily Amount* (tagad — *Reference Intakes*) shēmai. Daudzas nozares puda īpašu pretestību luksofora tipa IP shēmai, uzsverot to, ka šāda shēma varētu maldināt patērētājus par krāsu nozīmi un ir pārāk nosodoša⁴⁷. Tagad dažas nozares joprojām ir pret krāsu koda shēmām tā paša iemesla dēļ, jo īpaši, konkrētas nozares, kas darbojas ar pārtikas produktiem, kurus var tikai margināli (ja vispār var) pārveidot (piem., gaļas produkti), lai izvairītos no nelabvēlīgas etiķetes. Daži citi pārtikas produktu un dzērienu uzņēmumi mainījuši savu nostāju attiecībā uz krāsu koda shēmām un tagad piemēro krāsu koda shēmu (konkrētu uzturvielu vai kopsavilkuma) etiķetes. Arī vairāki mazumtirgotāji visā ES pašlaik izmanto dažādas IP shēmas, tostarp krāsu koda shēmas.

ES lauksaimnieki un to kooperatīvi uzskata, ka informācijas sniegšana par uzturvērtību ļauj patērētājiem pāriet uz veselīgāku un līdzsvarotāku uzturu. Tomēr viņi iebilst pret tādu krāsu koda shēmu, kas galveno uzmanību pievērš tikai negatīvajām uzturvielām, jo viņi uzskata, ka tādējādi tiktu ignorēts kopējais uzturvērtības pienesums, ko dod ar svarīgām uzturvielām

⁴³ ES Rīcības plāns bērnu aptaukošanās samazināšanai 2014.–2020. gadam. Brisele: Eiropas Komisija, atjaunināts 2014. gada jūlijā. Pieejams vietnē https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/nutrition_physical_activity/docs/childhoodobesity_actionplan_2014_2020_en.pdf.

⁴⁴ https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2017-141_the_time_is_ripe_for_simplified_front-of-pack_labelling_statement.pdf.

⁴⁵ un <http://www.beuc.eu/publications/new-european-commission-%E2%80%93-what-consumers-expect-over-next-five-years/html>.

⁴⁶ Informāciju sniegusi EFAD 2018. gada 14. jūnijā.

⁴⁷ Rezultātu kopsavilkums apspriedes dokumentam “Marķējums: konkurētspēja, patērētāju informēšana un labāks regulējums ES”, Eiropas Komisija, 2006. gada decembris (https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/labelling-nutrition_better-reg_cons-summary.pdf).

bagāti lauksaimniecības produkti⁴⁸. Viņi pauž bažas, ka šādu shēmu rezultātā negatīvi tiktu izcelti daži lauksaimniecības produkti, kurus nevar viegli pārveidot to sastāva vai tradicionālo iezīmju dēļ.

Daudzas ieinteresētās personas dod priekšroku saskaņotai pieejai uzturvērtības IP marķējumam visā ES, un lielākā daļa ieinteresēto personu piekrīt, ka jebkāda IP shēmai jābūt pamatotai uz zinātni un pierādījumiem.

2019. gada 8. maijā tika reģistrēta⁴⁹ Eiropas pilsoņu iniciatīva⁵⁰ *PRO-NUTRISCORE*, kas aicina Komisiju “izvietot uz pārtikas produktiem vienkāršoto uzturvērtības marķējumu *Nutriscore*”.

1.10. Starptautiskas organizācijas

Pasaules Veselības organizācijas (PVO) Komisijas par Bērnu aptaukošanās izbeigšanu⁵¹ 2016. gada marta ziņojums iesaka “ieviešot interpretējamu IP marķējumu, ko papildina sabiedrības izglītošana”. Savā ieviešanas plānā 2017. gadam tā turklāt iesaka “pielāgot vai nepieciešamības gadījumā izstrādāt obligātu, interpretējamu IP marķējuma shēmu, kas pamatojas uz labākajiem pieejamajiem pierādījumiem pārtikas produktu un dzērienu veselīguma identificēšanai.” PVO 2019. gada maijā publicēja projektu “Pamatprincipi un pamatrokasgrāmata iepakojuma priekšpusē esošam marķējumam, kas veicinātu veselīgu uzturu”⁵².

Savā Pārtikas un uztura politikas rīcības plānā 2015.–2020. gadam PVO Eiropas reģionālais birojs aicina valstis “palielināt patērētājam draudzīgu marķējumu, ieviešot viegli saprotamas vai skaidrojošas IP etiķetes, kas palīdz patērētājiem identificēt veselīgākas izvēles”. Savā 2018. gada ziņojumā PVO Eiropas reģionālais birojs vēl vairāk uzsver, ka IP shēmas, kas sniedz vērtējošus spriedumus par produkta neveselīgumu un kas var arī izcelt “labvēlīgākas” izvēles, izrādās, ir rezultatīvākas un ka sabiedrības izglītošanas iniciatīvas ir svarīgas, lai uzlabotu informētību un izpratni⁵³.

2017. gada aptaukošanās atjauninājumā⁵⁴ Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija (ESAO) uzsver, ka IP marķējums var palīdzēt cilvēkiem veikt veselīgāku pārtikas produktu izvēli un var motivēt pārtikas produktu ražotājus pārveidot produktus.

9. SECINĀJUMI

Iepakojuma priekšpusē (IP) dotā uzturvērtības marķējuma mērķis ir palīdzēt patērētājiem veikt pārtikas produktu izvēli, sniedzot viegli pārskatāmu uzturvērtības informāciju, un to aizvien vairāk saredz kā rīku, kas atbalstītu stratēģijas ar uzturu saistītu un nepārnēsājamu slimību novēršanai.

Saskaņā ar pašreizējiem ES noteikumiem uzturvērtības informācijas norādīšana iepakojuma priekšpusē ir iespējama brīvprātīgi. Publiskās iestādes, veselības jomas NVO un/vai privātais sektors **izstrādājis virkni IP shēmu. Lielākā daļa esošo shēmu ir vērtējošas**

⁴⁸ Informāciju sniegusi *Copa-Cogeca* 2018. gada 6. jūlijā.

⁴⁹ Atsaukta 2020. gada aprīlī.

⁵⁰ https://europa.eu/citizens-initiative/home_en.

⁵¹ <http://www.who.int/end-childhood-obesity/en/>.

⁵² <https://www.who.int/nutrition/publications/policies/guidingprinciples-labelling-promoting-healthydiet/en/>.

⁵³ “Kādi ir pierādījumi par politikas specifiskajām, izstrādes procesiem un pašreizējās pārtikas produktu IP marķēšanas politikas rezultativitāti PVO Eiropas reģionā?” Kopenhāgena: PVO Reģionālais birojs Eiropai; Kelly B., Jewell J., 2018 (Veselības pierādījumu tīkla (HEN) 61. kopsavilkuma ziņojums).

⁵⁴ www.oecd.org/health/obesity-update.htm.

(skaidrojošas), kas — gan tās, kuras attiecas uz konkrētu uzturvielu, gan tās, kas sniedz kopsavilkuma rādītājus — **balstās uz modeļiem, kuru pamatā ir uzturvielu profila noteikšana.**

Pētījumi, kas aplūkoti, lai izstrādātu šo ziņojumu, **apstiprina IP shēmu potenciālu palīdzēt patērētājiem veikt pārtikas produktu izvēles**, domājot par savu veselību. Lielākā daļa patērētāju apgalvo, ka viņiem IP etiķetes ir noderīgas un viņi uz šīm etiķetēm skatās pirkumu veikšanas laikā, taču to patērētāju skaits, kas tiešām tā dara, ir mazāks. Pētījumi rāda, ka lielākai daļai IP etiķešu ir pozitīva ietekme uz patērētāju spēju identificēt veselīgāko izvēli, salīdzinājumā ar situāciju, kad etiķetes nav, un ka patērētāju **sapratne** par IP etiķetēm palielinās, kad uz etiķetes ir krāsu kods, un jo īpaši, kad krāsas ir apvienojumā ar kopsavilkuma rādītāju.

Attiecībā uz ietekmi uz **iepirkšanās uzvedību** eksperimentāli pētījumi, kas apskata patērētāju nolūkus pirkt, rāda, ka IP etiķetes, it sevišķi krāsu koda etiķetes, var uzlabot patērētāju pirkumu grozu veselīgumu. Pierādījumus no reālās dzīves (veikala) pētījumiem par ietekmi uz reālo uzvedību iepirkšanās laikā ir grūti iegūt, jo reālā laika pirkšanas lēmumus ietekmē daudzi faktori. Daži pētījumi apstiprina, ka vērtējošās IP shēmas, kurās izmanto krāsu kodus un/vai krāsu kodus apvienojumā ar izsvērto norādi, var uzlabot pārtikas produktu izvēles uzturvērtības kvalitāti reālajā dzīvē. Vairāki citi pētījumi arī rāda, ka IP shēmas ietekme var būt nozīmīga, ja tās ieviešana tiek apvienota ar informēšanas un/vai komunikācijas kampaņām.

Kas attiecas uz IP etiķešu potenciālo ietekmi uz patērētāju **uzturu un veselību**, nav pietiekami daudz empīrisku pierādījumu, lai izdarītu secinājumus, bet modelējoši pētījumi rāda pozitīvu ietekmi, jo īpaši attiecībā uz vērtējošajām etiķetēm.

Attiecībā uz IP shēmu iespējamo ietekmi uz pārtikas produktu sastāva pārveidošanu pāris pētījumu, kas lielākoties pamatojas uz pašu ziņotiem datiem, ziņo par pārtikas produktu **sastāva pārveidošanu**, kas šķietami saistīta ar vērtējošām IP etiķetēm; jāpiebilst, ka dažus lauksaimniecības produktus nevar viegli pārveidot to īpašā sastāva vai tradicionālo iezīmju dēļ.

Runājot par iespējamo ietekmi uz **iekšējo tirgu**, līdzšinējā pieredzē iegūtie pierādījumi attiecībā uz to, vai specifiskas IP shēmas, ko ieteikušas dalībvalstis vai brīvprātīgi ieviesuši pārtikas aprītē iesaistītie uzņēmēji, var vai nevar traucēt brīvu produktu apriti ES tirgū, šajā līmenī ir ierobežoti un nepārliciecināši. Fakts, ka IP shēmu iesaka dalībvalsts, varētu nozīmēt to, ka vidusmēra patērētājs dod priekšroku produktiem, kas marķēti ar oficiālo shēmu, un tas rada spiedienu uz ES pārtikas aprītē iesaistītiem uzņēmējiem marķēt visus produktus, kas atrodas valsts tirgū, ar oficiāli atbalstīto shēmu. Dažādo IP shēmu izmantošana iekšējā tirgū var radīt zināmas izmaksas uzņēmumiem, kā arī patērētāju apjukumu un uzticības zudumu.

Uzskati par IP shēmām un to, kā tās vajadzētu (vai nevajadzētu) regulēt, dažādās dalībvalstīs un ieinteresēto personu grupās atšķiras. Eksperti no vairākām dalībvalstīm, patērētāju organizācijām, veselības jomas NVO un dažiem nozares sektoriem atbalsta shēmas, kas vērtē produkta uzturvērtības kvalitāti, savukārt eksperti no dažām dalībvalstīm un daļa nozares atbalsta reduktīvās (neskaidrojošās) shēmas. Eksperti no daudzām ES dalībvalstīm un ieinteresētās personas dod priekšroku kopējai saskaņotai pieejai, argumentējot, ka plašs ES tirgū līdzāspastāvošu IP shēmu klāsts var novest pie tirgus sadrumstalošanas un patērētāju apjukuma.

Šis ziņojums iezīmē galvenās problēmas, kas jāapsver attiecībā uz uzturvērtības IP marķējumu. Viena no problēmām ir saistīta ar modeļiem, kuru pamatā ir uzturvielu profila

noteikšana un uz kuriem balstās lielākā daļa IP shēmu. Jēdzienu “uzturvielu profila noteikšana” izmanto arī ES tiesību aktos, kas piemērojami uzturvērtības un veselīguma norāžu izmantošanai uz pārtikas produktiem. Komisijas dienestu darba dokumentā par Norāžu regulas⁵⁵ izvērtēšanu secināts, ka konkrētais mērķis, kas īstenojams ar uzturvielu profilu noteikšanu, joprojām ir aktuāls un patērētāju aizsardzībai nepieciešams, lai ierobežotu norāžu izmantošanu uz pārtikas produktiem ar augstu tauku, cukuru un sāls saturu, kā noteikts tiesību aktos.

Ņemot vērā, ka pastāv **spēcīga saikne starp uzturvielu profila noteikšanu un uzturvērtības IP marķēšanu**, abu šo tematu līdztekus apcerēšana varētu veidot sinerģiju.

Eiropas zaļais kurss⁵⁶, ko Komisija pieņēma 2019. gada 11. decembrī, paredz, ka stratēģijā **“No lauka līdz galdam”**⁵⁷ tiks ierosinātas darbības, kuru mērķis ir palīdzēt patērētājiem izvēlēties veselīgu un ilgtspējīgu uzturu. Proti, Komisija pētīs jaunus veidus, kā sniegt patērētājiem labāku informāciju par pārtikas produktu uzturvērtību.

Ņemot vērā šo politisko prioritāti, iepriekš minētos elementus un IP shēmu potenciālu palīdzēt patērētājiem izdarīt veselīgu pārtikas izvēli, šķiet lietderīgi ES līmenī ieviest saskaņotu obligātu uzturvērtības IP marķējumu. Komisija savlaicīgi sagatavos tiesību akta priekšlikumu saskaņā ar stratēģijas “No lauka līdz galdam” mērķiem un labāka regulējuma principiem.

⁵⁵ SWD(2020) 95.

⁵⁶ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_lv.

⁵⁷ COM(2020) 381.

ATSAUCES

- Adriouch, S., Julia, C., Kesse-Guyot, E., Méjean, C., Ducrot, P., Péneau, S., ... Fezeu, L. K. L. K. (2016). Prospective association between a dietary quality index based on a nutrient profiling system and cardiovascular disease risk. *European Journal of Preventive Cardiology*, 23(15), 1669–1676
- Adriouch, S., Julia, C., Kesse-Guyot, E., Ducrot, P., Péneau, S., Méjean, C., ... Fezeu, L. K. K. (2017). Association between a dietary quality index based on the food standard agency nutrient profiling system and cardiovascular disease risk among French adults. *International Journal of Cardiology*, 234, 22–27.
- Amcoff et al. (2015) Livsmedelsverket 2015a Choosing foods with the Keyhole logo– effect on nutrient intake Amcoff, E., Konde, Å. B., Jansson, A., & Sanner Färnstrand, J. (2015). Byta till Nyckelhålet - så påverkar det näringsintaget. Uppsala. Retrieved from <http://www.livsmedelsverket.se/globalassets/rapporter/2015/nyckelhalets-effekt-pa-naringsintaget-2015.pdf>
- Babio, N., Vicent, P., López, L., Benito, A., Basulto, J., Salas-Salvadó, J., ... Salas-Salvado, J. (2014). Adolescents' ability to select healthy food using two different front-of-pack food labels: a cross-over study. *Public Health Nutrition*, 17(6), 1403–1409.
- Becker et al. (2015). Front of pack labels enhance attention to nutrition information in novel and commercial brands. *Food Policy*, 56, 76–86
- Campos, S., J. Doxey, and D. Hammond, Nutrition labels on pre-packaged foods: a systematic review. *Public Health Nutr*, 2011. 14(8): p. 1496-506.
- Carter, O. B. J., Mills, B. W., Lloyd, E., & Phan, T. (2013). An independent audit of the Australian food industry's voluntary front-of-pack nutrition labelling scheme for energy-dense nutrition-poor foods. *European Journal of Clinical Nutrition*, 67(1), 31–35.
- Cecchini, M. and Warin, L. (2016). Impact of food labelling systems on food choices and eating behaviours: A systematic review and meta-analysis of randomized studies. *Obesity Reviews*, 17(3), 201–210
- Chandon, P., & Wansink, B. (2007). The Biasing Health Halos of Fast-Food Restaurant Health Claims: Lower Calorie Estimates and Higher Side-Dish Consumption Intentions. *Journal of Consumer Research*, 34(3), 301–314.
- Cowburn, G. and Stockley, L. (2005). Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutrition*, 8(1), 21–28.
- Crosetto, P., Lacroix, A. M., Muller, L., Ruffieux, B. (2018). Nutritional and economic impact of 5 alternative front-of-pack nutritional labels: experimental evidence. Working Paper GAEL, 11. 40 p.
- De la Cruz-Góngora, V., Torres, P., Contreras-Manzano, A., Jáuregui de la Mota, A., Mundo-Rosas, V., Villalpando, S., ... Rodríguez-Oliveros, G. (2017). Understanding and acceptability by Hispanic consumers of four front-of-pack food labels. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 14(1).
- Deschasaux, M., Huybrechts, I., Murphy, N., Julia, C., Hercberg, S., Srour, B., ... Touvier, M. (2018). Nutritional quality of food as represented by the FSAM-NPS nutrient profiling system underlying the Nutri-Score label and cancer risk in Europe: Results from the EPIC prospective cohort study. *PLoS Med*, 15(9), e1002651.
- Draper, A. K. K., Adamson, A. J. J., Clegg, S., Malam, S., Rigg, M., & Duncan, S. (2013). Front-of-pack nutrition labelling: are multiple formats a problem for consumers? *European Journal of Public Health*, 23(3), 517–521.
- Ducrot, P., Méjean, C., Julia, C., Kesse-Guyot, E., Touvier, M., Fezeu, L., ... Péneau, S. (2015a). Effectiveness of Front-Of-Pack Nutrition Labels in French Adults: Results from the NutriNet-Sante Cohort Study. *Plos One*, 10(10). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0140898>
- Ducrot, P., Méjean, C., Julia, C., Kesse-Guyot, E., Touvier, M., Fezeu, L. K. K., ... Péneau, S. (2015b). Objective Understanding of Front-of-Package Nutrition Labels among Nutritionally At-Risk Individuals. *Nutrients*, 7(8), 7106–7125.
- Dummer, J. (2012). Sodium reduction in Canadian food products with the health check program. *Canadian Journal of Dietetic Practice {&} Research*, 73(1), e227–232.

- Egnell, M., Ducrot, P., Touvier, M., Allès, B., Hercberg, S., Kesse-Guyot, E., & Julia, C. (2018a). Objective understanding of Nutri-Score Front-Of-Package nutrition label according to individual characteristics of subjects: Comparisons with other format labels. *PLOS ONE*, 13(8), 1–16.
- Egnell, M., Kesse-Guyot, E., Galan, P., Touvier, M., Rayner, M., Jewell, J., ... Julia, C. (2018b). Impact of front-of-pack nutrition labels on portion size selection: an experimental study. *Nutrients*, 10(9), 1268.
- Egnell, M., Talati, Z., Hercberg, S., Pettigrew, S. & Julia, C. (2018c). Objective Understanding of front-of-package nutrition labels: An international comparative experimental study across 12 countries. *Nutrients*, 10(10), 1542.
- Egnell, M., Crosetto, P., d'Almeida, T., Kesse-Guyot, E., Touvier, M., ... Julia, C. (2019). Modelling the impact of different front-of-package nutrition labels on mortality from non-communicable chronic disease. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 2019, 16:56.
- Finkelstein, E. A. A., Li, W. Y., Melo, G., Strombotne, K., & Zhen, C. (2018). Identifying the effect of shelf nutrition labels on consumer purchases: results of a natural experiment and consumer survey. *American Journal of Clinical Nutrition*, 107(4), 647–651.
- Graham, D. J. J., Lucas-Thompson, R. G. G., Mueller, M. P. P., Jaeb, M., & Harnack, L. (2017). Impact of explained v. unexplained front-of-package nutrition labels on parent and child food choices: a randomized trial. *Public Health Nutrition*, 20(5), 774–785.
- Gregori, D. (2014). Evaluating food front-of-pack labelling: a pan-European survey on consumers' attitudes toward food labelling. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 65(2), 177–186
- Grunert, K. G. and Wills, J. M. (2007). A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels. *Journal of Public Health*, 15(5), 385–399.
- Grunert, K. G., Fernández-Celemín, L., Wills, J. M., Storcksdieck genannt Bonsmann, S., & Nureeva, L. (2010). Use and understanding of nutrition information on food labels in six European countries. *Z Gesundh Wiss*, 18(3), 261–277. <https://doi.org/10.1007/s10389-009-0307-0>
- Hamlin, R. (2015). Front of Pack Nutrition Labelling, Nutrition, Quality and Consumer Choices. (2015) *Current Nutrition Reports*, 4:323–329. DOI 10.1007/s13668-015-0147-1
- Harbaugh, R., Maxwell, J. W., & Roussillon, B. (2011). Label Confusion: The Groucho Effect of Uncertain Standards. *Management Science*, 57(9), 1512–1527.
- Hawley, K. L. L., Roberto, C. A. A., Bragg, M. A. A., Liu, P. J. J., Schwartz, M. B. B., & Brownell, K. D. D. (2013). The science on front-of-package food labels. *Public Health Nutrition*, 16(3), 430–439.
- Hodgkins, C., Barnett, J., Wasowicz-Kirylo, G., Stysko-Kunkowska, M., Gulcan, Y., Kustepeli, Y., ... Raats, M. (2012). Understanding how consumers categorise nutritional labels: A consumer derived typology for front-of-pack nutrition labelling. *Appetite*, 59(3), 806–817.
- Joint Research Centre (2020), Front-of-pack nutrition labelling schemes: a comprehensive review. Authors: S Storcksdieck genannt Bonsmann, G Marandola, E Ciriolo, R van Bavel, J Wollgast. EUR 29811 EN, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2020, ISBN 978-92-76-08970-4, doi:10.2760/180167, JRC113586.
- Julia, C., Ducrot, P., Lassale, C., Fézeu, L., Méjean, C., Péneau, S., ... Kesse-Guyot, E. (2015). Prospective associations between a dietary index based on the British Food Standard Agency nutrient profiling system and 13-year weight gain in the SU.VI.MAX cohort. *Preventive Medicine*, 81, 189–194.
- Julia, C., Blanchet, O., Méjean, C., Péneau, S., Ducrot, P., Allès, B., ... Hercberg, S. (2016). Impact of the front-of-pack 5-colour nutrition label (5-CNL) on the nutritional quality of purchases: an experimental study. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 13(1).
- Julia C. & Hercberg, S. (2017). Nutri-Score: Effectiveness of the Nutrition Label introduced in France. *Ernährungs Umschau*, 64(12), M685–M691.
- Kanter, R., Vanderlee, L., & Vandevijvere, S. (2018). Front-of-package nutrition labelling policy: global progress and future directions. *Public Health Nutrition*, 21(8), 1399–1408.
- Liu, X., Lopez, R., & Zhu, C. (2015). Can Voluntary Nutrition Labeling Lead to a Healthier Food Market? 2016 Allied Social Sciences Association (ASSA) Annual Meeting, January 3-5, 2016, San Francisco, California 212818, Agricultural and Applied Economics Association.

- Machleit, K. A., & Mantel, S. P. (2001). Emotional response and shopping satisfaction: Moderating effects of shopper attributions. *Journal of Business Research*, 54(2), 97-106
- Malam S., Clegg, S., Kirwan, S., McGinigal, S., in association with Raats, M., Barnett, J., ... Dean, M. (2009). Comprehension and use of UK nutrition signpost labelling schemes. London: Food Standards Agency. Retrieved from <http://www.food.gov.uk/multimedia/pdfs/pmpreport.pdf>
- Méjean C., Macouillard, P., Péneau, S., Hercberg, S., Castetbon, K., Peneau, S., ... Castetbon, K. (2013). Consumer acceptability and understanding of front-of-pack nutrition labels. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 26(5), 494–503.
- Miklavc, K., Pravst, I., Raats, M.M. and Pohar, J (2016). Front of package symbols as a tool to promote healthier food choices in Slovenia: Accompanying explanatory claim can considerably influence the consumer's preferences. *Food Research International*, 90, 235–243.
- Möser, A., Hoefkens, C., Van Camp, J., Verbeke, W., Moser, A., Hoefkens, C., ... Verbeke, W. (2010). Simplified nutrient labelling: consumers' perceptions in Germany and Belgium. *Journal Fur Verbraucherschutz Und Lebensmittelsicherheit-Journal of Consumer Protection and Food Safety*, 5(2), 169–180.
- Newman, C. L. L., Howlett, E., & Burton, S. (2014). Shopper Response to Front-of-Package Nutrition Labeling Programs: Potential Consumer and Retail Store Benefits. *Journal of Retailing*, 90(1), 13–26.
- Newman, C. L., Burton, S., Andrews, J. C., Netemeyer, R. G., & Kees, J. (2018). Marketers' use of alternative front-of-package nutrition symbols: An examination of effects on product evaluations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(3), 453–476.
- Nikolova, H. D. and Inman, J. J. (2015). Healthy Choice: The Effect of Simplified Point-of-Sale Nutritional Information on Consumer Food Choice Behavior. *Journal of Marketing Research*. 52(6), 817 – 835.
- Ni Mhurchu, C., Eyles, H., Choi, Y.-H. H., Mhurchu, C. N., Eyles, H., Choi, Y.-H. H., ... Choi, Y.-H. H. (2017). Effects of a Voluntary Front-of-Pack Nutrition Labelling System on Packaged Food Reformulation: The Health Star Rating System in New Zealand. *Nutrients*, 9(8).
- Ni Mhurchu, C., Eyles, H., Jiang, Y., & Blakely, T. (2018). Do nutrition labels influence healthier food choices? Analysis of label viewing behaviour and subsequent food purchases in a labelling intervention trial. *Appetite*. 121:360-365
- Provencher, V., Polivy, J., & Herman, C. P. (2009). Perceived healthiness of food. If it's healthy, you can eat more! *Appetite*, 52(2), 340–344f.
- Roodenburg, A. J. C., van Ballegooijen, A. J., Dötsch-Klerk, M., van der Voet, H., & Seidell, J. C. (2013). Modelling of Usual Nutrient Intakes: Potential Impact of the Choices Programme on Nutrient Intakes in Young Dutch Adults. *PLoS ONE*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0072378>
- Roseman, M. G., Joung, H.-W., & Littlejohn, E. I. (2018). Attitude and Behavior Factors Associated with Front-of-Package Label Use with Label Users Making Accurate Product Nutrition Assessments. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 118(5), 904–912.
- Sanjari, S. S. S., Jahn, S., & Boztug, Y. (2017). Dual-process theory and consumer response to front-of-package nutrition label formats. *Nutrition Reviews*, 75(11), 871–882.
- Savoie, N., Barlow, K., Harvey, K. L. L., Binnie, M. A. A., & Pasut, L. (2013). Consumer Perceptions of Front-of-package Labelling Systems and Healthiness of Foods. *Canadian Journal of Public Health-Revue Canadienne De Sante Publique*, 104(5), E359–E363.
- Scarborough, P., Matthews, A., Eyles, H., Kaur, A., Hodgkins, C., Raats, M. M., & Rayner, M. (2015). Reds are more important than greens: How UK supermarket shoppers use the different information on a traffic light nutrition label in a choice experiment. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12(151), 1–9
- Storcksdieck genannt Bonsmann S., Fernández Celemin L., Larranaga A., Egger S., Wills J.M., Hodgkins C. and Raats M.M. on behalf of the FLABEL consortium (2010). Penetration of nutrition information on food labels across the EU-27 plus Turkey. *European Journal of Clinical Nutrition*, 64, 1379 - 1385.
- Talati, Z., Pettigrew, S., Kelly, B., Ball, K., Dixon, H., & Shilton, T. (2016). Consumers' responses to front-of-pack labels that vary by interpretive content. *Appetite*, 101, 205–213.

- Van Camp, D., De Souza Monteiro, D. M., Hooker, N. H. H., Monteiro, D. M. D., & Hooker, N. H. H. (2012). *Stop or go? How is the UK food industry responding to front-of-pack nutrition labels?* *European Review of Agricultural Economics*, 39(5), 821–842
- Vyth, E. L. L., Steenhuis, I. H. M. H. M., Roodenburg, A. J. C. J. C., Brug, J., & Seidell, J. C. C. (2010). *Front-of-pack nutrition label stimulates healthier product development: a quantitative analysis.* *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 7(65)

