



COMISIA COMUNITĂȚILOR EUROPENE

Bruxelles, 27.6.2007  
COM(2007) 360 final

**RAPORT AL COMISIEI CĂTRE CONSILIU**

**privind evoluția pieței produselor lactate și a produselor concurente**

## RAPORT AL COMISIEI CĂTRE CONSILIU

### privind evoluția pieței produselor lactate și a produselor concurente

#### INTRODUCERE

Regulamentul (CEE) nr. 1898/87 al Consiliului privind protecția denumirilor laptelui și produselor lactate folosite pentru comercializare<sup>1</sup> stabilește la articolul 4 alineatul (3) obligația statelor membre de a raporta anual, până la 1 octombrie, evoluțiile de pe piața produselor lactate și a produselor concurente. Comisia înaintează ulterior un raport Consiliului până la 1 martie anul următor.

Cu toate acestea, comunicările respective nu au fost trimise Comisiei timp de mai mulți ani și, în consecință, niciun raport nu a fost prezentat Consiliului în cursul anilor respectivi. În 2006, Comisia a invitat din nou statele membre să furnizeze informațiile necesare pentru un astfel de raport, dar numai 10 state membre au prezentat unele informații, în cele mai multe cazuri după termenul limită stabilit la articolul 4 alineatul (3), și anume 1 octombrie.

Niciun stat membru nu a fost în măsură să furnizeze statistici privind piața produselor aflate în concurență cu laptele și cu produsele lactate, dar, în ceea ce privește alte informații, statele membre consideră că, adesea, anumite denumiri pot într-adevăr induce în eroare consumatorii. În magazinele cu amănuntul, produsele lactate și produsele concurente sunt adesea expuse pe același raft, pot fi utilizate ambalaje similare, iar consumatorul poate fi indus în eroare de produsul concurent în cazul în care acesta nu este identificat în mod clar ca produs nelactat alternativ.

Prezentul raport conține unele informații privind piețele produselor lactate, cu diverse situații în statele membre care produc mai multe tipuri de produse lactate sau axate pe o anumită categorie de lapte de consum.

Practic, nu există date disponibile cu privire la produsele concurente, dar percepția generală este că impactul acestor produse este încă marginal. Cu toate acestea, prețul mai mic acționează în favoarea acestor produse.

Se pare că întreprinderile etichetează în mod corect produsele concurente, dar la nivelul comercianților cu amănuntul, regulamentul nu este respectat în aceeași măsură, apărând astfel un risc clar de inducere în eroare a consumatorului.

Regulamentul (CEE) nr. 1898/87 este considerat justificat în continuare, deoarece asigură atât o etichetare corectă a laptelui și a produselor lactate, cât și condiții echitabile de concurență pentru produsele lactate și produsele concurente. Cu toate acestea, raportarea anuală nu mai pare a fi justificată.

---

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

## EVOLUTIA PIETEI PRODUSELOR LACTATE

Este binecunoscut faptul că tendințele de consum indică o scădere a interesului pentru fracțiunea lipidică a laptelui, acest fenomen fiind determinat de preocuparea pentru sănătate și de noi obiceiuri de consum (de exemplu, se gătește mai puțin în familiile mici), precum și de utilizarea mai răspândită a fracțiunii proteice a laptelui, în special sub forma ingredientelor alimentare.

Consumul de **produse de bază** precum untul și laptele lichid a evoluat către produse mai sofisticate, adaptate cerințelor consumatorilor. În prezent, copiii preferă laptele cu arome celui simplu, această tendință fiind observată cu claritate în sistemul de distribuire a laptelui în școli. Laptele ca atare a devenit un produs mai puțin atrăgător, dar alimentele și băuturile conținând ingrediente lactate sunt foarte la modă: amestecurile de sucuri de fructe și lapte sau produse lactate, cappuccino și alte băuturi similare, calde sau reci, sunt acum disponibile și consumate pe scară largă.

Preocuparea pentru sănătate a condus la disponibilitatea unor produse mai puțin grase, dar conținutul de grăsime sau de zahăr al unor alimente prelucrate, consumate în locul produselor de bază, poate fi cel puțin la fel de ridicat ca în cazul produselor de bază „vechi”.

Produsele lactate de bază pot fi înlocuite și cu alimente conținând ingrediente lactate, bazate în principal pe fracțiunea proteică. Produsele din zer, altădată produse secundare ce puneau probleme de eliminare nepoluantă, sunt acum prezentate ca „produse sănătoase” sau ca parte esențială a produselor dietetice. La începutul anului 2007, prețurile de pe piața zerului au atins cele mai ridicate niveluri înregistrate vreodată.

Evoluția **laptelui de consum** indică în mod clar o creștere a interesului consumatorilor pentru laptele semidegresat sau degresat, iar anumitor state membre li s-au acordat derogări care permit comercializarea laptelui de consum<sup>2</sup> al cărui conținut de grăsime nu se încadrează în categoriile obișnuite (lapte integral în intervalul 2,8 - 3,2%, în loc de minimum 3,5%, și lapte semidegresat în intervalul 1,0 - 2,5%, în loc de 1,5 - 1,8%). Derogările respective limitează producția și comercializarea acestui tip de lapte la statele membre în cauză. În februarie 2007, a fost prezentată Consiliului o propunere de liberalizare a conținutului de grăsime al laptelui de consum în UE, deschizând piața internă pentru laptele produs în orice stat membru și oferind consumatorilor o gamă mai variată de opțiuni.

Obiceiurile de consum de lapte alimentar sunt diferite în statele membre. La nivelul agregat al UE-25, laptele integral reprezintă mai mult de 1/3 din laptele de consum produs, laptele semidegresat reprezintă mai mult de 50%, iar laptele degresat reprezintă 10%. Cu toate acestea, datele naționale arată diferențe semnificative, consumul de lapte degresat fiind marginal (sub 3%) în unele state membre, în timp ce în Danemarca această categorie reprezintă 49% din laptele de consum.

---

<sup>2</sup> Regulamentul (CEE) nr. 2597/1997 al Consiliului de stabilire a unor norme suplimentare privind organizarea comună a pieței în sectorul laptelui și al produselor lactate în ceea ce privește laptele de consum (JO L 351, 23.12.1997, p. 13).

Lapte de consum	<b>100%</b>
Lapte integral	36%
Lapte semidegresat	54%
Lapte degresat	10%

În sectorul **grăsimilor tartinabile** au fost stabilite standarde specifice<sup>3</sup>, deoarece margarina și amestecurile, precum și produsele lactate tartinabile, cu un conținut scăzut de grăsime (de obicei 40% sau 60% grăsime) reprezintă o alternativă la unt (80% sau 82% grăsime). Datele privind consumul arată că alegerea consumatorului este determinată mai degrabă de conținutul de grăsime decât de denumirea untului. Cu toate acestea, untul rămâne o referință importantă în termeni de calitate, astfel cum o demonstrează utilizarea denumirilor comerciale de tipul „înghețată cu aromă de unt”, fără a conține unt ca ingredient, sau „biscuiți cu unt”, despre care consumatorul nu știe cu siguranță dacă sunt preparați cu unt sau cu alte tipuri de grăsimi. Trebuie remarcat că Polonia a raportat vânzări mai ridicate de unt în săptămânile care preced sărbătorile tradiționale, în timp ce pentru alte ocazii sunt folosite, în principal, alte tipuri de grăsimi.

Alegerea untului este determinată și de considerente economice. Acest lucru se întâmplă în cazul celor mai multe produse lactate, consumatorii cu posibilități financiare mai mari tinzând să aleagă produse foarte aromatizate, cu mai multă savoare.

**Iaurtul** este un produs de succes, cu o tendință de producție puternic ascendentă. Unele produse de bază, simple, îndulcite sau neîndulcite, au fost înlocuite de iaurtul cu arome sau de produse cu adaos de fructe, nuci sau cereale. În general, se dezvoltă categoriile de băuturi fermentate; în unele categorii se folosesc substanțe probiotice. În sectorul „alimentelor sănătoase”, se pare că nu prețul este determinantul principal, dat fiind că produsele care folosesc argumente de tipul conținut caloric scăzut sau aliment sănătos sunt mult mai scumpe decât produsele care nu pretind că dețin o nouă proprietate.

**Brânzeturile** sunt o altă poveste de succes, producția înregistrând creșteri continue. Brânzeturile își consolidează rolul de element major într-un regim alimentar obișnuit, datorită gamei mai variate de produse cu conținut scăzut de grăsime. Noile specialități de brânzeturi, brânza folosită frecvent în sandvișuri sau salate, brânza rasă sau sub formă de pudră cu utilizări culinare sau brânza prelucrată au stimulat, de asemenea, consumul. De asemenea, brânza a reprezentat o alternativă la produsele din carne atunci când încrederea consumatorilor a fost afectată de crize sanitare.

În plus, timpul mai scurt de maturare și mărcile mai ieftine au făcut ca anumite tipuri de brânzeturi să fie din ce în ce mai accesibile pentru tot mai mulți consumatori.

Indicații nutriționale, de tipul culorilor „de semafor” folosite în Regatul Unit, pot avea un oarecare impact asupra consumului unor produse precum brânzeturile. Multor produse le-a fost atribuită culoarea roșie, care indică un conținut ridicat de grăsime. O astfel de metodă de etichetare nu ține seama însă de dimensiunea porțiilor obișnuite, ci numai de valoarea absolută a conținutului de grăsime al produsului.

<sup>3</sup> Regulamentul (CE) nr. 2991/94 al Consiliului de stabilire a standardelor pentru grăsimile tartinabile (JO L 316, 9.12.1994, p. 2).

## **PRODUSELE CONCURENTE**

În cadrul elaborării prezentului raport, serviciile Comisiei au identificat anumite produse care nu respectă dispozițiile Regulamentului (CEE) nr. 1898/87; următoarele denumiri au fost remarcate, în special:

- „brânză” din soia,
- lapte cu lăptișor de matcă (văzut pe internet),
- lapte cu izoflavoni din soia
- lapte cu steroli vegetali.

Unele state membre interpretează în mod diferit Regulamentul (CEE) nr. 1898/87. În timp ce unele state membre nu permit utilizarea acestor denumiri, altele par să nu ia nicio măsură pentru a evita astfel de denumiri abuzive.

Statele membre nu au raportat cazuri speciale, dar se poate presupune că fabricanții de produse pe bază de soia, orez sau ovăz își etichetează corect produsele ca fiind băuturi sau produse din soia, orez sau ovăz, chiar dacă, în unele cazuri, se referă la avantajele acestor tipuri de produse în comparație cu produsele lactate (fără lactoză sau colesterol).

Cazuri de nerespectare a Regulamentului (CEE) nr. 1898/87 au fost raportate mai degrabă în sectorul distribuției și al serviciilor de catering.

Unii comercianți își promovează produsele asociind în broșuri sau în afișele din magazine denumirile protejate de lapte cu produse nelactate. Consumatorii pot fi induși în eroare de produse care au aspectul unor produse lactate, sunt expuse lângă produse lactate sau atunci când explicațiile privind ingredientele unui anumit produs nu sunt suficient de clare.

Au fost remarcate, de asemenea, produse precum înghețata din soia sau „laptele” din orez.

Chiar și producătorii tradiționali de produse lactate se numără printre cei care au dezvoltat produse concurente cu produsele lactate; consumatorii pot fi induși în eroare, dată fiind încrederea lor într-o anumită marcă pe care o asociază cu produse lactate, și nu știu întotdeauna ce conține produsul pe care îl cumpără.

S-a raportat că anumiți producători de alimente nu utilizează denumiri pe produsele lor, ci își asociază marca cu anumite garanții de calitate. Aceasta demonstrează încrederea consumatorului într-o marcă mai degrabă decât într-un produs.

Consumatorii care mănâncă în restaurante depind de fiabilitatea informațiilor furnizate de restaurante și alte unități de acest tip, având în vedere că nu pot ști dacă produsele servite sunt produse lactate sau de alt tip. Cremele, sosurile sau deserturile nu sunt însoțite de indicații privind ingredientele utilizate și nici măcar frișca pentru cafea, fie angro, fie în porții individuale, nu este identificată în mod clar ca produs lactat față de un produs concurent.

În cele din urmă, revistele sau publicațiile din domeniul sănătății nu folosesc întotdeauna în mod corect denumirile protejate, descrierile sau recomandările lor conținând, de exemplu, denumirea „lapte din soia” sau alte denumiri protejate.

## INOVATII

Se pare că produsele lactate și-au pierdut într-o anumită măsură din imaginea de produse necesare pentru „creșterea sănătoasă” a copiilor și sunt considerate și comercializate din ce în ce mai mult ca sursă de plăcere asociată cu mâncarea bună, asigurând în același timp elemente nutritive esențiale, precum calciul.

Produsele etichetate „bio” sunt acum disponibile pe scară largă în magazinele cu amănuntul, deși în urmă cu câțiva ani erau produse scumpe, de nișă. Aceste produse sunt vândute la un preț mai mare și se pot dovedi mai rentabile pentru producătorii de lactate.

Dintre inovațiile recente din sectorul produselor lactate iese în evidență un produs denumit *Laban* (băutură din lapte fermentat), care se adresează obiceiurilor de consum ale populațiilor provenite din nordul Africii.

## CONCLUZII

Este în general pozitiv faptul că pe piață există produse care răspund nevoilor sau preferințelor consumatorilor. Cu toate acestea, este esențial și ca fiecare consumator să știe exact ce cumpără, evitând orice confuzie.

Regulamentul (CEE) nr. 1898/87 a constituit o garanție pentru consumatorii și producătorii de lactate că aceste produse sunt corect denumite, evitându-se în același timp utilizarea de denumiri protejate pentru alte produse care ar putea fi expuse pe aceleași rafturi. Concurența loială ar trebui să prevaleze, iar consumatorii ar trebui să poată alege produsul preferat pe baza unor informații complete și fiabile. Producătorii de lactate ar trebui să fie în măsură să își comercializeze produsele într-un mediu caracterizat de concurență loială cu alte produse din același sector.

Etichetarea produselor concurente pare să fie aplicată în mod corect de întreprinderi, dar comercianții nu au întotdeauna aceeași abordare, apărând astfel un risc clar de inducere în eroare a consumatorului.

Există posibilitatea ca pe piețele interne ale anumitor state membre să existe produse care nu sunt conforme cerințelor Regulamentului (CEE) nr. 1898/87. Comisia va urmări îndeaproape aplicarea regulamentului în cauză, iar statelor membre li se reamintește că trebuie să acționeze pentru a pune în aplicare legislația UE și pentru a preveni abuzurile.

În plus, pe piețele unor state membre pot exista produse menționate la articolul 3 alineatul (1) paragraful al doilea din Regulamentul (CEE) nr. 1898/87. Aceste produse sunt enumerate de Decizia 88/566/CEE. După caz, statele membre sunt invitate să trimită Comisiei observații pertinente pentru a analiza denumirile în cauză; acolo unde este justificat acest lucru, Comisia va propune o modificare a deciziei menționate.

Există puține date disponibile cu privire la produsele concurente, dar percepția generală este că impactul acestor produse este încă marginal. Cu toate acestea, prețul mai mic acționează în favoarea acestor produse.

În concluzie, periodicitatea unui raport privind produsele concurente cu produsele lactate trebuie reconsiderată, dat fiind că valoarea raportării anuale cu privire la evoluția acestor piețe poate fi pusă la îndoială. Un raport la fiecare trei - cinci ani pare suficient pentru a urmări

tendințele de consum în cazul acestor produse. Prin urmare, Comisia va avea în vedere prezentarea unei propuneri de modificare a Regulamentului (CEE) nr. 1898/87 al Consiliului.