Souhrnná faktická zpráva z veřejné konzultace online na podporu revize nařízení o poskytování informací o potravinách spotřebitelům

Toto shrnutí příspěvků obdržených v rámci otevřené veřejné konzultace (OPC) nelze v žádném případě považovat za oficiální stanovisko Komise a jejích útvarů. Příspěvky do OPC nelze vykládat jako reprezentativní pro evropskou nebo národní populaci nebo podskupiny populace nebo typy zúčastněných stran, protože se v nich používá nepravděpodobnostní výběr vzorků.

1 Úvod

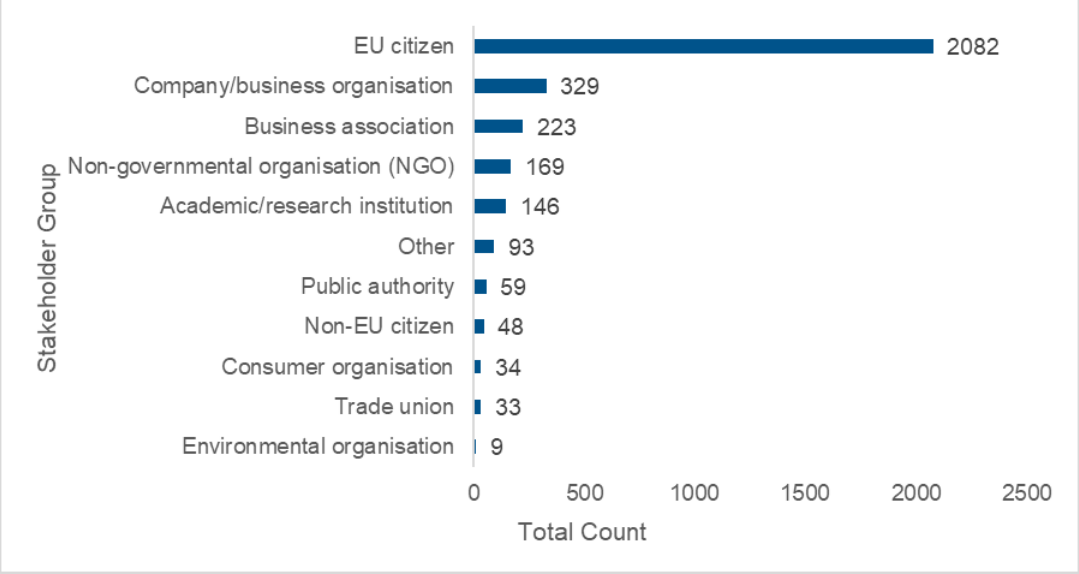
Evropská komise zahájila dne 13. prosince 2021 veřejnou online konzultaci (OPC) k navrhované revizi nařízení (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům (FIC) na dobu 12 týdnů v souladu s pokyny pro zlepšování právní úpravy. OPC byla uzavřena 7. března 2022.

Konzultace zjišťovala názory zúčastněných stran na návrhy revize nařízení o FIC ve čtyřech iniciativách: označování výživové hodnoty na přední straně obalu (FOPNL) a stanovení kritérií nutričního profilu pro omezující tvrzení na potravinách (NP), označování alkoholických nápojů, označování původu a označování data. Tato zpráva obsahuje věcné shrnutí odpovědí.

2 Přehled respondentů

Celkem bylo obdrženo 3 225 odpovědí. Odpovědi od občanů EU představovaly 65 % všech odpovědí (n=2 082), dále následovaly podnikové/obchodní organizace (10 %, n=329), obchodní sdružení (7 %, n=223), nevládní organizace (5 %, n=169) a akademičtí pracovníci (5 %, n=146). 95 % respondentů se nacházelo v členských státech EU. Největší zastoupení má Francie s 37 % (n=1 198), následuje Německo (13 %), Španělsko (9 %) a Itálie (8 %). Odpovědi veřejných orgánů přišly ze 17 členských států.

Obrázek 1.Odpovědirozdělené podle skupin zúčastněných stran



Otázky byly položeny ke každé ze čtyř iniciativ. Celkový počet odpovědí na každou z nich byl:

- FOPNL/NP: 2 793
- Alkoholické nápoje: 1,806
- Označení původu: 2 296
- Označení data: 1 903

Byly identifikovány tři potenciální kampaně. Po podrobném přezkoumání údajů nebyly provedeny žádné úpravy a pro analýzu byl ponechán celý vzorek 3 225 vzorků.

3 Výsledky FOPNL/NP

3.1 Problémy a cíle

Respondenti byli dotázáni, do jaké míry souhlasí či nesouhlasí s devíti výroky týkajícími se problémů, které se iniciativa snaží řešit, a cílů, které se snaží naplnit. Se všemi výroky většina respondentů souhlasila (odpověděli "rozhodně souhlasím" nebo "souhlasím").

Celkově (a ve všech skupinách zúčastněných stran) byla nejvyšší míra souhlasu ("rozhodně souhlasím" nebo "souhlasím") se třemi výroky týkajícími se harmonizace a vnitřního trhu: *"Potravinářské podniky by měly v celé EU podléhat stejným pravidlům pro označování výživové hodnoty na přední straně obalu" (*87 %), *"Výživové informace na přední straně obalu by měly být v souladu s výživovými doporučeními"* (85 %) a *"Spotřebitelé by měli mít přístup ke stejnému nutričnímu označení na přední straně obalu v celé EU"* (85 %). S dalšími šesti výroky týkajícími se možného vlivu FOPNL na zlepšení stravovacích návyků, pozornosti spotřebitelů a jejich nákupních rozhodnutí a pobídek pro podniky k reformulaci byl souhlas nižší (66 % ku 75 %) - zejména u sdružení podnikatelů (16 % ku 35 %), firemních/podnikatelských organizací (34 % ku 49 %) a odborů (6 % ku 33 %).

3.2 Vliv politických možností na chování spotřebitelů při nákupu potravin a opatření podniků ke zlepšení výživových aspektů výrobků

Respondenti byli dotázáni, nakolik je pravděpodobné, že konkrétní možnosti označování přimějí i) spotřebitele ke změně nákupního chování a ii) podniky ke zlepšení výživových aspektů jejich výrobků. Názory respondentů na jednotlivé možnosti byly smíšené.

Možnost poskytovat *"informace o celkové výživové hodnotě výrobku prostřednictvím odstupňovaného ukazatele"* považovalo více skupin zúčastněných stran za nejpravděpodobnější ("velmi pravděpodobné" nebo "pravděpodobné"), že podpoří změny v nákupním chování potravin/podnikatelské činnosti: akademické/výzkumné instituce (83 %/80 %), spotřebitelské organizace (72 %/78 %), občané (69 %/63 %), nevládní organizace (54 %/48 %) a veřejné orgány (62 %/61 %).

Podnikatelsky orientovaní respondenti se domnívali, že k takovému chování spíše vybízejí jiné možnosti. Pokud jde o nákupní chování, respondenti z řad podniků/podnikových organizací zvolili jako nejpravděpodobnější ("Velmi pravděpodobně" nebo "Pravděpodobně"), že podpoří změny v nákupním chování, logo s pozitivní podporou (72 %) a kombinaci možností (75 %). Mezi respondenty z řad podnikatelských sdružení/odborových svazů si více respondentů myslelo, že všechny možnosti spíše nepravděpodobně než pravděpodobně podpoří takové změny. Ve všech třech skupinách zaměřených na podniky si více respondentů myslelo, že tyto možnosti spíše nepodpoří změnu v chování podniků, než že by ji podpořily.

3.3 Uvádění tvrzení na potravinách

Respondenti byli dotázáni, jak pravděpodobná jsou tvrzení uváděná na potravinách, pokud by podle pravidel EU mohli výrobci potravin uvádět zdravotní a výživová tvrzení pouze na potravinách, které splňují definovaná výživová kritéria.

Většina respondentů (59 %) uvedla, že je "velmi pravděpodobné" nebo "pravděpodobné", že *"potravinářské podniky, jejichž výrobky nesly tvrzení před zavedením nových kritérií, ale jejichž výrobky nová kritéria nesplňují, změní recepturu svých výrobků tak, aby byly zdravější, a mohly tak na svých výrobcích zachovat zdravotní a výživová tvrzení"*. Méně respondentů (42 %) zvolilo, že je "velmi pravděpodobné" nebo "pravděpodobné", že *"potravinářské podniky, jejichž výrobky nebyly označeny tvrzeními před zavedením nových kritérií*

zavedeny a jejichž výrobky nesplňují nová kritéria, změní recepturu svých výrobků tak, aby byly zdravější a mohly na své výrobky uvádět zdravotní a výživová tvrzení."

4 Výsledky označování alkoholických nápojů

4.1 Problémy a cíle

Respondenti byli dotázáni, do jaké míry souhlasí nebo nesouhlasí se sedmi výroky týkajícími se problémů, které se iniciativa snaží řešit, a cílů, které se snaží naplnit.

Celkově většina respondentů (67 % až 94 %), a to pro každou skupinu zúčastněných stran, zvolila u čtyř výroků možnost "rozhodně souhlasím" nebo "souhlasím": *"U alkoholických nápojů by měl být spotřebitelům poskytován seznam složek a informace o výživových hodnotách, jako je tomu u jiných potravin a nápojů"* ; *"Typ informací poskytovaných spotřebitelům by měl být stejný pro všechny kategorie alkoholických nápojů (např. piva, vína, lihoviny,...)*"; *"Spotřebitelé by měli mít přístup ke stejným informacím o alkoholických nápojích v celé EU"*; *"Potravinářské podniky by měly podléhat stejným pravidlům označování alkoholických nápojů v celé EU"*.

Celkově většina respondentů (63 až 67 %) označila tři z výroků jako "rozhodně nesouhlasím" nebo "nesouhlasím": *"Provozovatelé potravinářských podniků dobrovolně poskytují spotřebitelům dostatečné informace o složení alkoholických nápojů"*; "*Provozovatelé potravinářských podniků dobrovolně poskytují spotřebitelům dostatečné informace o výživové hodnotě alkoholických nápojů*"; "*Provozovatelé potravinářských podniků dobrovolně poskytují spotřebitelům dostatečné informace o energetické hodnotě alkoholických nápojů"*. Výjimku z tohoto celkového vzorce odpovědí tvořili respondenti z řad podnikatelských sdružení, společností/podnikatelských organizací a odborových svazů, u nichž s těmito výroky více respondentů souhlasilo než nesouhlasilo.

4.2 Jak by měly být spotřebitelům poskytovány informace o výživové hodnotě a složení.

Respondenti byli dotázáni, zda by informace měly být spotřebitelům poskytovány *"na etiketě"* nebo *"mimo etiketu, ke kterým by měli přístup prostřednictvím QR kódu"*. Byli dotázáni na tři různé typy informací: úplné výživové údaje, výživové údaje týkající se pouze energetické hodnoty a seznam složek.

Celkově byla u každého typu informací upřednostňována možnost uvádění "na etiketě" (77 % pro úplné nutriční údaje, 71 % pouze pro energetickou hodnotu a 75 % pro seznam složek); podpora takového uvádění (více než 90 %) byla obzvláště vysoká mezi respondenty z akademických/výzkumných ústavů a spotřebitelských organizací. U respondentů z řad podnikatelských sdružení a odborových svazů byla upřednostňována možnost "mimo etiketu" v případě úplného výživového údaje / seznamu složek (34 %/38 %, resp. 63 %/70 %), ale v případě pouze energetické hodnoty nebyla upřednostňována žádná možnost. Mezi podniky byla nejčastější odpovědí "není potřeba" u úplného výživového údaje (41 %), zatímco nejčastější odpovědí bylo "na etiketě" pouze u energetické hodnoty (44 %) a u seznamu složek se neobjevila žádná preferovaná možnost.

4.3 Reakce spotřebitelů na poskytování informací mimo označení

Respondenti byli dotázáni, do jaké míry souhlasí nebo nesouhlasí se čtyřmi tvrzeními, že spotřebitelé mají vybavení pro přístup k seznamu složek a výživovým údajům, budou je využívat, věnovat jim pozornost a považovat je za spolehlivé, pokud by byly spotřebitelům poskytovány mimo etiketu, k níž by měli přístup pomocí QR kódu uvedeného na etiketě.

Celkově většina respondentů (54 % až 93 %) označila u všech tvrzení možnost "rozhodně nesouhlasím" nebo "nesouhlasím". Tento postoj byl nejsilnější u respondentů ze skupiny spotřebitelů (86 % až 93 % nesouhlasilo). Nejvyšší míra celkového nesouhlasu (76 %) byla u tvrzení, že *"Spotřebitelé věnují stejnou pozornost výživovým údajům a seznamu složek, pokud jsou uvedeny na etiketě nebo pokud jsou uvedeny prostřednictvím QR kódu"*. Na rozdíl od celkového názoru většina (mezi 64 % až

85 %) respondentů z řad podnikatelských sdružení a odborových svazů zvolilo možnost "souhlasím" nebo "rozhodně souhlasím" s každým ze čtyř tvrzení.

5 Výsledky označování původu

5.1 Poptávka spotřebitelů po označování původu

Naprostá většina (93 %) respondentů uvedla, že *"věří, že spotřebitelé chtějí znát původ více potravin"*. Respondenti byli požádáni, aby ze seznamu vybrali důvody, proč chtějí spotřebitelé znát původ více potravin. Tři důvody měly velmi vysokou a podobnou míru výběru: *"Protože chtějí podpořit výrobce nebo hospodářství regionu"* (87 %), *"Aby se mohli informovaně rozhodnout"* (86 %) a *"Protože to považují za ukazatel dopadu potravin na životní prostředí" (*80 %).

5.2 Problémy a cíle

Respondenti byli požádáni o vyjádření k osmi pozitivním výrokům, které odrážejí problémy, jež se iniciativa snaží řešit, a konkrétní cíle iniciativy. Celkově většina respondentů zvolila možnost "souhlasím" nebo "rozhodně souhlasím" s tím, že spotřebitelé *"berou při nákupu v úvahu původ potravin*" (80 %), "*měli by mít možnost lépe identifikovat původ některých potravin a složek*" (89 %) a "*mají přístup ke stejným informacím o původu na etiketách v celé EU*" (91 %).

Celkově většina respondentů téměř ze všech skupin zúčastněných stran (zejména akademických/výzkumných institucí a skupin spotřebitelů) nesouhlasila se dvěma tvrzeními týkajícími se dobrovolného poskytování informací o původu: 68 % respondentů zvolilo možnost "nesouhlasím" nebo "rozhodně nesouhlasím" s tím, že *"spotřebitelům je dobrovolně poskytován dostatek informací o původu potravin",* a 91 % s tím, že *"poskytování informací o původu potravin by mělo být dobrovolné a ponecháno na rozhodnutí provozovatelů potravinářských podniků"*. Hlavní výjimku tvořili respondenti z řad podnikatelských svazů, u nichž převažoval souhlas s těmito dvěma výroky (53 % a 50 %).

5.3 Význam povinného poskytování informací o původu podle skupin výrobků

Respondenti byli dotázáni, nakolik je podle jejich názoru důležité uvádět povinné údaje o původu u každé skupiny potravin, u nichž se zvažuje označování původu v rámci revize FIC. Uvažovanými produkty byly: mléko, mléko v mléčných výrobcích, maso jako primární složka zpracovaných potravin, králičí maso a maso ze zvěřiny, rýže, tvrdá pšenice používaná v těstovinách, brambory a rajčata v rajčatových výrobcích.

Ve všech skupinách výrobků označila většina respondentů (73 % až 88 %) uvádění povinných údajů o původu jako "velmi důležité" nebo "důležité". Důležitost povinného poskytování byla obzvláště silná mezi respondenty z řad spotřebitelských organizací (mezi 90 % a 97 % ve všech skupinách výrobků) a nejslabší mezi respondenty z řad podnikatelských sdružení (mezi 30 % a 41 % ve všech skupinách výrobků).

5.4 Zeměpisná úroveň, na které by měly být poskytovány informace o původu, podle skupiny výrobků.

Respondenti byli požádáni, aby pro každou skupinu potravin, o níž se uvažuje v rámci revize FIC, vybrali zeměpisnou úroveň, na které by podle jejich názoru měly být informace o původu poskytovány. Pro každou kategorii výrobků byly zvoleny tyto zeměpisné úrovně: "Regionální úroveň" (region může být v rámci jedné země nebo může zahrnovat více zemí), "úroveň země", "úroveň EU" - "mimo EU", "bez uvedení původu", "nevím".

Téměř u všech skupin výrobků byla nejčastěji volenou možností "úroveň země", pouze u *skupiny "mléko" byla* nejčastěji volenou odpovědí *"regionální* úroveň". Tento vzorec odpovědí sledovala většina skupin zúčastněných stran (např. akademické/výzkumné instituce, skupiny spotřebitelů), ale ne všechny skupiny zúčastněných stran. Pro

například mezi podnikatelskými sdruženími byla nejčastější odpovědí u všech potravinářských výrobků (kromě mléka) odpověď "Nevím".

5.5 Fáze výrobního procesu, pro které by měly být poskytovány informace o původu, podle skupin výrobků

Respondenti byli požádáni, aby u každé skupiny potravin vybrali, v jaké fázi výrobního procesu by měly být informace o původu poskytovány. Specifikace fází výrobního procesu se u jednotlivých skupin výrobků lišila.

U rýže, tvrdé pšenice, rajčat a brambor převládala odpověď *"Místo sklizně",* u mléka a mléčných výrobků byla nejčastěji volena možnost *"Místo dojení",* zatímco u masa a králičího masa/zvěřiny byla nejčastěji volena možnost *"Místo chovu"* a *"Místo lovu/porážky"*.

6 Datum označení výsledků

6.1 Determinanty rozhodování spotřebitelů o vyřazení zboží

Respondenti byli dotázáni, do jaké míry jsou podle jejich názoru rozhodnutí spotřebitelů o spotřebě nebo vyřazení potravinářských výrobků podmíněna různými faktory. Největší poměr odpovědí "silný vliv" a "střední vliv" (92 %) měl údaj *"zda spotřebitelé rozumí označení data",* následovaný údajem *"zda je označení data na obalu dostatečně viditelné a snadno čitelné"* (82 %).

6.2 Porozumění spotřebitelům a poskytování informací

Respondenti byli dotázáni, do jaké míry souhlasí nebo nesouhlasí s pěti výroky týkajícími se informovanosti spotřebitelů a poskytování informací.

Většina respondentů téměř ze všech skupin zúčastněných stran souhlasila (65 % "rozhodně souhlasí" nebo "souhlasí"), že *"spotřebitelé chápou, že datum spotřeby označuje datum, do kdy je potravina bezpečná ke konzumaci"*. Výjimku tvořili respondenti ze skupin spotřebitelů (27 % "rozhodně souhlasí" nebo "souhlasí"). Menšina napříč všemi skupinami zúčastněných stran souhlasila (32 % zvolilo možnost "rozhodně souhlasím" nebo "souhlasím" oproti 50 % "rozhodně nesouhlasím" nebo "nesouhlasím") s tím, že *"spotřebitelé chápou, že datum použitelnosti označuje datum, do kterého si potravina při správném skladování zachovává optimální kvalitu"*. Většina respondentů napříč všemi skupinami zúčastněných stran souhlasila (90 % zvolilo možnost "rozhodně souhlasím" nebo "souhlasím") s tím, že *"Spotřebitelé by měli i nadále dostávat jednotné informace o datu spotřeby v celé EU"* a *"Potravinářské podniky by měly i nadále podléhat jednotným pravidlům označování data spotřeby v celé EU"*.

6.3 Vliv možností politiky na rozhodování spotřebitelů o vyřazení zboží z trhu

Respondenti byli dotázáni, do jaké míry souhlasí nebo nesouhlasí s tím, že čtyři různé potenciální změny v označování dat ovlivní rozhodnutí spotřebitelů o vyřazení nebo porozumění. Nejvíce respondentů souhlasilo (70 % respondentů "rozhodně souhlasí" nebo "souhlasí") s tím, že *"spotřebitelé by lépe porozuměli označování datem spotřeby, pokud by se zlepšil způsob vyjadřování data použitelnosti a data minimální trvanlivosti na výrobcích z hlediska terminologie, formátu a/nebo vizuální prezentace",* zatímco nejméně respondentů souhlasilo s tím, že *"spotřebitelé by méně plýtvali potravinami, pokud by na výrobku bylo uvedeno datum výroby namísto data použitelnosti"*.

6.4 Používání označování dat v potravinářských podnicích

Respondenti byli dotázáni, do jaké míry souhlasí nebo nesouhlasí se třemi výroky týkajícími se používání označování dat.

Většina respondentů souhlasila ("rozhodně souhlasím" nebo "souhlasím") s tím, že *"datum minimální trvanlivosti je nezbytné k zajištění toho, aby se výrobky spotřebovávaly v optimální kvalitě" (*54 %) a že *"pokud se nevyžaduje, aby byl potravinářský výrobek označen datem spotřeby, je lepší, když se datum minimální trvanlivosti neuvádí dobrovolně, aby se zabránilo plýtvání potravinami" (*68 %).