

Producenci jaj wprowadzają konsumentów w błąd

29 kwietnia 2016

Przy zakupie jaj konsumenci nie powinni się sugerować barwnymi ilustracjami i hasłami na opakowaniach, tylko kodami umieszczonymi na skorupkach. Zdaniem ekspertów UOKiK brak rzetelnej informacji o produkcie to celowe wprowadzanie konsumentów w błąd. Podczas ostatniej kontroli przeprowadzonej w sklepach, hurtowniach i na targowiskach Inspekcja Handlowa zakwestionowała 35 proc. spośród 271 sprawdzonych partii kurzych jaj. Zastrzeżenia inspektorów najczęściej budziło nieprawidłowe oznakowanie na skorupkach oraz niewłaściwa waga towaru.

Do sprzedaży mogą być dopuszczone tylko jaja klasy „A”, czyli świeże. Data ich minimalnej trwałości do spożycia nie może przekraczać 28 dni od momentu zniesienia. Aby uzyskać więcej informacji o danym towarze, przy zakupie konsumenci powinni zwracać szczególną uwagę na specjalne oznakowanie.

„Na każdej skorupce znajduje się kod i pierwsza cyfra tego kodu bardzo dużo nam powie. „0” oznacza, że mamy do czynienia z chowem ekologicznym, a więc kury były trzymane w organicznych, biologicznych warunkach. Natomiast drugą skrajnością jest „3”, czyli chów klatkowy” – mówi agencji informacyjnej Newseria Lifestyle Dariusz Łomowski z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

„1” z kolei oznacza chów z wolnym wybiegiem, a „2” – chów ściółkowy. Na skorupce można również znaleźć kod państwa, z którego jaja pochodzą, oraz składający się z ośmiu cyfr weterynaryjny numer identyfikacyjny hodowli oraz klasę wagową towaru (S, M, L, XL). Poprawność tych informacji sprawdza Inspekcja Handlowa.

„Ostatnia kontrola w 35 proc. przypadków ujawniła różnego rodzaju nieprawidłowości. Przede wszystkim było to nieprawidłowe oznakowanie albo brak tego oznakowania. Nieprawidłowości polegały też m.in. na tym, że w oznakowaniu pojawiają się różnego rodzaju sielskie krajobrazy, łąki, chaty kryte strzechą itp., podczas gdy faktycznie są to jaja z chowu klatkowego. Tego rodzaju oznakowanie wprowadza konsumentów w błąd” – podkreśla Dariusz Łomowski.

Zdaniem eksperta UOKiK naruszeniem jest również to, że producenci wyróżniają swoje produkty, przypisując im właściwości, które mają wszystkie jaja spożywcze. W tym celu posługują się m.in. takimi hasłami: „Świeże jaja bez GMO”, „Bez sztucznych barwników” czy „Wolne od antybiotyków”.

„Jako konsumenci musimy bardzo uważać na różnego rodzaju oznakowanie, które ma wyłącznie wydźwięk marketingowy albo marketingopodobny. Tego rodzaju komunikaty mają na celu wyłącznie zwiększenie sprzedaży, a nie rzetelne poinformowanie konsumentów” – mówi Dariusz Łomowski.

Kontrola Inspekcji Handlowej wykazała też liczne uchybienia u sprzedawców na targowiskach, którzy oferowali jaja luzem. Nie informowali oni o dacie minimalnej trwałości towaru, metodzie chowu kur, klasie wagowej czy imieniu i nazwisku producenta. Jeden ze sprzedawców oferował „jaja z zagrody” z własnego gospodarstwa, tymczasem – jak się okazało – w ogóle nie miał własnych kur.

„Zasadniczo wszystkie jaja, które kupujemy w sklepie, powinny być ostemplowane. Jedynie jaja z niewielkich ferm, czyli takich, które liczą około 50 niosek, nie są ostemplowane, ale również powinny być oznakowane chociażby informacją, jaki był chów tych kur” – tłumaczy Dariusz Łomowski.

Znakowanie kurzych jaj, które trafiają do obrotu handlowego, w Polsce jest obowiązkowe od 2004 roku.

Źródło: Newseria.pl