

Ziemniaki w sklepach muszą mieć flagę kraju pochodzenia

27 maja 2019

Według rozporządzenia ministra rolnictwa przy sklepowych stoiskach z ziemniakami konsumenci powinni zobaczyć informację i flagę kraju, z którego pochodzą warzywa. Na razie dotyczy to tylko ziemniaków luzem, dla pakowanych regulacja zacznie obowiązywać od 2020 roku. Nowe przepisy mają wspierać konsumencki patriotyzm. Obowiązek znakowania i poinformowania klientów o kraju pochodzenia ziemniaków spoczywa głównie na sprzedawcach, ale na kolejne regulacje w zakresie znakowania żywności od 2020 roku muszą się przygotować też producenci.



„Konsumenci są coraz bardziej zainteresowani nie tylko tym, czy żywność jest zdrowa, lecz także tym, skąd pochodzi. Prawodawca mocno śledzi trendy konsumenckie i rzeczywiście – zarówno w Polsce, jak i innych krajach UE – wprowadzane są coraz to nowe regulacje w tym zakresie. Przykładowo, we Włoszech istnieje obowiązek informowania o pochodzeniu ryżu albo mąki, z której został wyprodukowany makaron z pszenicy twardej. W Hiszpanii mamy obowiązek podawania pochodzenia mleka. Nasz prawodawca uznał, że dla polskiego konsumenta istotna jest informacja o pochodzeniu ziemniaków” – mówi

agencji Newseria prawniczka Agnieszka Szymecka-Wesołowska.

26 maja br. weszła w życie nowa regulacja w zakresie znakowania pochodzenia ziemniaków w obrocie detalicznym. Odpowiednie rozporządzenie w tej sprawie pod koniec kwietnia podpisał minister rolnictwa Krzysztof Ardanowski. Zmiana ma m.in. zapobiegać przepakowywaniu i sprzedawaniu zagranicznych warzyw jako polskie.

Nowe przepisy oznaczają, że we wszystkich sklepach i na straganach, przy stoiskach z ziemniakami, konsumenci powinni zobaczyć informację i flagę kraju, z którego pochodzą warzywa. „W przypadku ziemniaków pakowanych ustawodawca daje trochę więcej czasu, ponieważ warzywa bez tej informacji na opakowaniu mogą być sprzedawane jeszcze do końca roku” – mówi Agnieszka Szymecka-Wesołowska.

Obowiązek informowania o pochodzeniu ziemniaków będzie w głównej mierze ciążył na sprzedawcach. Ci muszą zadbać o to, żeby taka informacja znalazła się w dokumentach, które otrzymują od dostawców, a następnie przenieść ją na wywieszkę przy stoisku z warzywami. „W przypadku ziemniaków pakowanych ta informacja powinna się znaleźć już bezpośrednio na opakowaniu” – mówi Agnieszka Szymecka-Wesołowska.

Prawniczka ocenia, że celem nowych przepisów jest wspieranie konsumenckiego patriotyzmu, który coraz silniej zaznacza się na rynku żywności. Badanie Ipsos „Moda na polskość” pokazało, że 73 proc. Polaków stara się kupować krajowe produkty, a ponad połowa jest gotowa zapłacić więcej za produkt polski niż importowany. „Ten nowy obowiązek nie wynika z tego, że polski ziemniak jest zdrowszy albo lepszej jakości niż ten pochodzący z Niemiec, Francji czy innego kraju. Chodzi bardziej o poinformowanie konsumenta, że to jest lokalny ziemniak. Są klienci, którzy zwracają na to szczególną uwagę” – mówi Agnieszka Szymecka-Wesołowska.

Jak podkreśla, producenci na rynku spożywczym muszą się

przygotować także na inne zmiany w zakresie deklarowania pochodzenia produktów. 1 kwietnia 2020 roku wchodzi w życie nowa regulacja, która wymusza obowiązek podawania pochodzenia podstawowego składnika produktu przetworzonego. „Przykładowo, jeśli na sosie pomidorowym będziemy mieć informację: wyprodukowano w Polsce, bo rzeczywiście zakład przetwórczy przygotował ten sos w Polsce, ale pomidory pochodzą z Hiszpanii, to na etykiecie tego produktu producent powinien poinformować konsumenta o kraju pochodzeniu podstawowego składnika. Co ciekawe, producenci będą mieć tutaj kilka możliwości. Mogą napisać: „pomidory pochodzą z Hiszpanii”, „pomidory pochodzą z Unii Europejskiej”, albo „pomidory nie pochodzą z Polski”, więc wachlarz możliwości jest dość szeroki” – mówi Agnieszka Szymecka-Wesołowska.

Zdjęcie: [Wounds_and_Cracks](#) (CC0)

Źródło: [Newseria.pl](#)