



KONDRAT

I PARTNERZY

PODCAST

PRAWO
ŻYWNOŚCIOWE



WYMOGI JĘZYKOWE ETYKIET

Etykiety środków spożywczych powinny być jasne i zrozumiałe dla konsumenta. Czy to jednak oznacza, że powinny zostać one sporządzone w języku urzędowym danego kraju? Co w przypadku krajów, w których obowiązuje kilka języków urzędowych? W jakich przypadkach użycie obcojęzycznych treści na etykiecie powinno być dopuszczalne?

Artykuł 15 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011 wprowadza wymóg przekazywania konsumentom obowiązkowych informacji o żywności w języku łatwo zrozumiałym w państwie członkowskim, w którym środek spożywczy wprowadzany jest na rynek. Należy podkreślić, że prawodawca unijny nie nakazuje znakowania środków spożywczych w ściśle określonym języku, a jedynie wskazuje, iż język ten powinien być łatwo zrozumiały w państwie członkowskim UE, w którym produkt jest oferowany.

Należy podkreślić, że „język łatwo zrozumiały” nie jest zatem równoznaczny z „urzędowym językiem Państwa Członkowskiego” ani z „językiem danego regionu”. Choć prawdą jest, że najczęściej to właśnie język urzędowy danego państwa będzie traktowany jako ten najbardziej zrozumiały dla konsumenta.

Na gruncie krajowym wskazać należy, że kwestia sporządzania etykiet w odpowiednim języku została uregulowana w kilku aktach prawnych, a mianowicie w art. 48 ust. 2 ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (Dz.U. 2006 nr 171 poz. 1225), w art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (Dz.U. 2001 nr 5 poz. 44), jak również w ustawie z dnia 7 października 1999 r. o języku polskim (Dz.U. 1999 nr 90 poz. 999). Na podstawie wskazanych regulacji można jednoznacznie wywnioskować, iż wszelkie informacje o charakterze obowiązkowym zamieszczone na etykiecie produktu spożywczego wprowadzane na polski rynek muszą być sporządzone co najmniej w języku polskim. Przy czym warto wspomnieć, że wymóg znakowania w języku polskim nie będzie obejmować tych wyrobów, które są co prawda produkowane na terenie Polski, ale z przeznaczeniem na eksport (a na rynek polski w ogóle nie trafiają).

Co w przypadku krajów, w których obowiązuje kilka języków urzędowych i wszystkie one są traktowane jako łatwo zrozumiałe dla konsumentów? Odpowiedź na to pytanie znajdziemy w art. 15 ust. 2 rozporządzenia nr 1169/2011. W przepisie tym wskazano bowiem, iż państwa członkowskie mogą na swoim terytorium ustalić, że informacje obowiązkowe mogą być podawane w jednym lub kilku językach urzędowych Unii. Przykładowo w Belgii wymagane jest, aby wszystkie obowiązkowe informacje na temat żywności były wskazywane co najmniej w języku bądź językach regionu, w którym produkt jest wprowadzany do obrotu. Jeśli zaś produkt jest sprzedawany na całym terytorium kraju, to wówczas informacje obowiązkowe muszą być wskazane w trzech językach urzędowych Belgii, tj. francuskim, niderlandzkim i niemieckim. Podobnie w przypadku rynku szwajcarskiego – etykieta powinna zawierać 3 języki: niemiecki, francuski i włoski.

Nasuwa się tutaj pytanie: czy jedno oznakowanie etykiety przygotowane w języku francuskim będzie zgodne z wymaganiami prawa obowiązującymi we Francji, Belgii i Szwajcarii? Odpowiedź brzmi „tak”, jeśli zostanie przygotowane przez osobę, która zna wymagania prawa żywnościowego w tych trzech wspomnianych krajach i odpowiednio dostosuje zapisy.



KONDRAT

I PARTNERZY

PODCAST

PRAWO
ŻYWNOŚCIOWE



WYMOGI JĘZYKOWE ETYKIET

Dodatkowo warto wspomnieć jeszcze, że język francuski (oczywiście obok języka angielskiego) jest również językiem wymaganym w oznakowaniu produktów przeznaczonych na rynek Kanady. Mając jednak na uwadze, że wymagania związane ze znakowaniem produktów na rynku kanadyjskim są zbliżone do tych obowiązujących na rynku Stanów Zjednoczonych a zarazem zgoła odrębne od standardów europejskich - nie będzie możliwe, aby francuskojęzyczna etykieta sprzedawana na terenie Unii trafiła na rynek kanadyjski, bez konieczności dostosowania jej do wymogów obowiązujących na terenie Kanady.

Pamiętajmy też, że obowiązek przekazywania konsumentom informacji w języku łatwo zrozumiałym dla konsumentów łączy się z ogólną zasadą wyrażoną w art. 7 ust. 2 rozporządzenia nr 1169/2011, ustanawiającym wymóg przekazywania konsumentom informacji jasnych i łatwych do zrozumienia.

Nie można jednak wykluczyć legalności różnych okoliczności stosowania w oznakowaniu określeń obcojęzycznych. Może mieć to miejsce, przykładowo, w przypadku ortograficznego podobieństwa słów w różnych językach, ogólnej znajomości większej liczby języków przez obywateli danego kraju czy istnienia szczególnych sytuacji, takich jak szeroko zakrojona kampania informacyjna bądź rozpowszechnienie produktu, pod warunkiem oczywiście, że w tych sytuacjach uzasadnione jest twierdzenie, iż konsument jest odpowiednio poinformowany.

Możliwe są również pewne dodatkowe okoliczności, w których użycie, w wyjątkowych wypadkach, języka obcego powinno być dopuszczone. Mowa tu o obcojęzycznych wyrażeniach ogólnie znanych przez konsumentów (np. made in [...], gnocchi, purée, spaghetti) czy też sytuacji, w której słowa lub określenia są nieprzetłumaczalne bądź nie mają swoich odpowiedników w języku kraju sprzedaży.

Warto bowiem wskazać, że obowiązek znakowania w języku łatwo zrozumiałym dla konsumenta dotyczy wyłącznie informacji obowiązkowych. Nie wprowadzono takiego wymogu w odniesieniu do informacji o charakterze dobrowolnym. Dlatego też niejednokrotnie spotkamy na etykiecie obcojęzyczne hasła marketingowe typu "energy", "active" czy "superfood".

Jeśli chcielibyście Państwo dowiedzieć się więcej na temat znakowania środków spożywczych, to zapraszamy do kontaktu z Kancelarią KONDRAT i Partnerzy za pośrednictwem adresu mailowego: prawozywnosciowe@kondrat.pl. Z chęcią odpowiemy w jasny i rzetelny sposób na Państwa pytania.



mgr inż. Kinga Krent

Specjalista ds. prawa żywnościowego