



SDRUŽENÍ ČESKÝCH  
SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.  
CZECH CONSUMER  
ASSOCIATION  
[www.konzument.cz](http://www.konzument.cz)

## **DESATERO PRO VÝBĚR KVALITNÍ POTRAVINY**

**Studie**

Srpen 2021

**Realizováno k naplňování priorit Národní politiky kvality koordinované Ministerstvem průmyslu a obchodu prostřednictvím Rady kvality ČR a za finanční podpory Rady kvality ČR**



**RADA KVALITY  
ČESKÉ REPUBLIKY**

[www.narodniportal.cz](http://www.narodniportal.cz)

## Zadání, metodika zpracování

K zabezpečení Národní politiky kvality koordinované Ministerstvem průmyslu a obchodu ČR prostřednictvím Rady kvality ČR byla uzavřena Smlouva ke zpracování a prezentaci **studie** v rámci realizace aktivity Odborné sekce Rady kvality ČR – Kvalita v obchodě, cestovním ruchu, výrobcích, službách a ochrana spotřebitele pro prioritní akci **Desatero pro výběr kvalitní potraviny**.

Stanovené metodické podmínky pro zpracování studie:

- Vymezení hlavních faktorů, které spotřebitele ovlivňují při výběru potravin.
- K tomu budou využity
  - Citace z právních předpisů, které se problematiky bezprostředně týkají,
  - Vysvětlení a výklady těchto právních předpisů,
  - Publikované i další informace a zdroje, získané řešitelem,
  - Uvedení a doložení příklady, slovními, případně obrazovými.
- Prezentace studie
  - Studie bude prezentována elektronicky na webových stránkách Dodavatele,
  - K prezentaci studie bude vydána tisková zpráva.

Pozn.: K propagaci tématu bude následovat zpracování a vydání uživatelské přátelské publikace (propagačního informativního materiálu) pro web i vydání tiskem.

## Dodavatel, zhotovitel díla



**Sdružení českých spotřebitelů, z. ú., (SČS)** (IČO 00409871, DIČ CZ00409871) si klade za cíl hájit oprávněné zájmy a práva spotřebitelů na vnitřním trhu EU a ČR, přičemž zdůrazňuje preventivní stránku ochrany zájmů spotřebitelů: „Jen poučený spotřebitel se dokáže účinně hájit“. SČS působí v řadě oblastí – pokrývá odbornosti ve vztahu ke kvalitě a bezpečnosti výrobků včetně potravin, technické normalizaci a standardizaci, kvalitě a bezpečnosti služeb včetně služeb finančního trhu aj. Poskytuje poradenství, má mandát MPO k výkonu mimosoudního urovnání spotřebitelských sporů, vydává publikace orientované na osvětu spotřebitelů a vykonává mnoho dalších činností směřujících k funkčnosti vnitřního trhu s korektními vztahy mezi hospodářskými subjekty i se spotřebiteli...

Adresa sídla a kontakty: SČS, Pod Altánem 99/103; 100 00 Praha 10; +420 261 263 574, [scs@konzument.cz](mailto:scs@konzument.cz), <https://konzument.cz/>

## Autoři

**Ing. Irena Michalová (\*1950)** – absolventka VŠCHT, fakulty Potravinářské a biochemické technologie. Zabývá se oblastí potravin po celý život. Pracovala ve výrobní sféře, v oblasti kontroly potravin i při tvorbě harmonizace norem (Potravinářský obchod, ČSNI) i legislativních předpisů pro potraviny na Ministerstvu zdravotnictví se zaměřením na hygienu potravin, přídavné látky, kontaminanty, mikrobiologii potravin a mnohé další související předpisy. V obchodní sféře vykonávala práci manažera kvality vč. odborných auditů. V současné době je odborným poradcem pro potraviny pro Sdružení českých spotřebitelů, kde se podílí na přípravě příruček o potravinách „Jak poznáme kvalitu“, přednáškách pro spotřebitele a na dalších aktivitách. Je členkou Společnosti pro výživu.

**Ing. Libor Dupal (\*1955)** absolvent VŠCHT, fakulty Potravinářské a biochemické technologie, působí od r. 2002 ve Sdružení českých spotřebitelů. Je předsedou Správní rady tohoto sdružení a je ředitelem Kabinetu pro standardizaci. Velkou část profesního života věnoval kvalitě a bezpečnosti potravin, ale již řadu let se věnuje i jiným oblastem kvality a bezpečnosti výrobků a služeb, např. ve vztahu k prevenci úrazů dětí a mládeže. Je předsedou Řídicího výboru Programu Česká kvalita. Zastupuje ČR v evropské organizaci ANEC (Hlas spotřebitelů ve standardizaci) a pro období 2019-22 je členem Správní rady EFSA (Evropský úřad pro bezpečnost potravin).

# DESATERO PRO VÝBĚR KVALITNÍ POTRAVINY

## Studie

Ing. Irena Michalová, Ing. Libor Dupal

### OBSAH

#### OBSAH

Zadání, metodika zpracování .....	2
Dodavatel, zhotovitel díla .....	3
Autoři .....	3
OBSAH .....	4
ÚVODNÍ SLOVO prvního místopředsedy Rady kvality ČR.....	6
ÚVODEM .....	7
1. NÁZEV VÝROBKU, SLOŽENÍ POTRAVINY .....	9
2. ZÁSADNÍ ÚDAJE A TVRZENÍ V OZNAČENÍ A REKLAMĚ.....	13
3. TRVANLIVOST A BEZPEČNÉ UCHOVÁNÍ A POUŽITÍ POTRAVINY .....	18
4. PŮVOD POTRAVINY, VÝROBCE .....	22
5. ZNAČKY KVALITY .....	26
6. OBAL A DESIGN .....	28
7. CENA .....	30
8. NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY .....	32
9. KULTURA A HYGIENA PRODEJE .....	37
10. Závěr: ZKUŠENOST, SROVNÁNÍ, EDUKACE .....	40
PŘÍLOHY (seznam).....	44
Přílohy – LEGISLATIVA (vybrané části předpisů).....	45
Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům.....	45
Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů - Označování potravin .....	73
Vyhláška č. 417 ze dne 13. prosince 2016 o některých způsobech označování potravin.....	77
Zákon č. 40 ze dne 9. února 1995 o regulaci reklamy .....	82
Zákon č. 634/1992 Sb. Zákon o ochraně spotřebitele (Nekalé praktiky) .....	89
Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů – Nekalé praktiky.....	93
Přílohy – RŮZNÉ TEXTY .....	95
Tisková zpráva Sdružení českých spotřebitelů ve spolupráci s Kabinetem pro standardizaci - OTEVÍRÁNÍ SPOTŘEBNÍCH OBALŮ: CO SENIŘI?.....	95

Text publikovaný v Perspektivách kvality III/2019, Autor - L. Dupal, Potraviny – bezpečnost a kvalita; jak je vnímá spotřebitel? .....	97
Dvojitá kvalita potravin na trhu - Text publikovaný v Perspektivách kvality II/2021; Autor - L. Dupal .....	104
Přílohy - BEZPEČNÉ PORTÁLY .....	110
Diagram: Na základě čeho se rozhodujeme při výběru potravin? Spotřebitelské DESATERO vlivů a faktorů, které nás ovlivňují .....	111

## ÚVODNÍ SLOVO prvního místopředsedy Rady kvality ČR

Rada kvality České republiky (RK ČR) je poradním, iniciačním a koordinačním orgánem vlády České republiky, zaměřeným na podporu rozvoje managementu a uplatňování Národní politiky kvality (NPK) v České republice, v souladu s politikou podpory kvality Evropské unie. Rada vznikla v souladu s usnesením vlády č. 458/2000 a za dvacet let svého působení dosáhla řady pozitivních výsledků, které umožnily citlivější vnímání problematiky kvality ve společnosti, přispěla k rozvoji managementu kvality v podnikatelském i veřejném sektoru a založila programy, které přinášejí zvyšování kvality v procesech, zboží či službách.



Nedílnou součástí NPK je nejen podpora kvalitních výrobků a služeb na trhu ČR, ale také podpora nástrojů, které spotřebiteli umožňují se v kvalitě orientovat a rozhodovat se tak podle svého uvážení a výběru. To se samozřejmě týká i oblasti potravin.

Tato komplexněji pojatá studie a následně i subtilnější tištěná publikace mají běžnému občanovi a spotřebiteli toto téma přiblížit. Finanční podpora těchto výstupů je dalším příkladem působnosti Rady kvality a MPO při naplňování Národní politiky kvality.

Ing. Pavel Vinkler, Ph.D., 1. místopředseda RK ČR

## ÚVODEM

### ***Na základě čeho se rozhodujeme při výběru potravin? Spotřebitelské DESATERO vlivů a faktorů, které nás ovlivňují***

Kvalita je pojem velmi relativní, každý jedinec ji vnímá odlišně na základě osobních priorit. Potraviny jsou komodita, kterou nakupuje téměř každodenně každý z nás. Dostupných informací je čím dál více, ne vždy je však plně využíváme. Jednak proto, že dáváme přednost mnohaletým zkušenostem, jednak proto, že „studování“ obalů prodlužuje nákup. Snadno se pak stane, že vybraný výrobek ne zcela splní očekávání.

Je celá řada hledisek, které spotřebitel při koupi potravin bere v úvahu. Jeho rozhodování ovlivňují vědomé, ale často i podvědomé aspekty. V této studii shrnujeme podrobněji informace, které mohou spotřebitele ovlivnit při jeho nákupu. Jedná se zejména o údaje obalu či etiketě, ale také o různých externích zdrojích informací, včetně reklamy.

Studie je východiskem pro následující zpracování subtilnější, pro spotřebitele „přátelštější“ publikace, která bude šířena jak tiskem, tak e-formou.

Studii a následně publikaci chce Sdružení českých spotřebitelů (SČS) podpořit záměr naplňovaný po řadu let, kterým je pomoc spotřebitelům při rozhodování, jak si vybrat potravinu, která nejlépe vyhoví jejich představě, a nenechali se ovlivňovat pouze cenou nebo reklamou. Jsme přesvědčeni, že na našem trhu je široká nabídka potravin – od domácích producentů i z dovozu – jak nadstandardních a vysoce kvalitních, tak nepochybně i méně kvalitních. Za zbytečně tendenční a zavádějící proto považujeme zlehčující, ba dehonestující invektivu, že naše země je „popelnicí Evropy“. Připomeňme údaje z Globálního indexu potravinové bezpečnosti, který vyhodnocuje a stavuje týdeník the Economist na základě kritérií dostupnosti, kvality a zejména bezpečnosti potravin. Posuzuje i stav přírodních zdrojů či reflektuje související změny klimatu. Česko ve výsledcích zveřejněných na počátku r. 2021 zaujímá páté místo z řebříčku zemí celého světa; například Německo je v indexu třinácté, Slovensko dokonce figuruje na 40. místě!

Zajištění bezpečnosti potravin v EU je nesmírně komplikovaná právní i implementační záležitost. Zde chceme jen připomenout, že základním evropským východiskem a komplexním rámcem pro uvádění potravin na trh je po mnoho let aplikované nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002 ze dne 28. ledna 2002, které stanoví obecné zásady a požadavky zákona o potravinách, zakládá Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin. Dokument prošel v r. 2019 podstatnou revizí stvrzené formou nového nařízení o transparentnosti a udržitelnosti hodnocení rizik EU v potravinovém řetězci (2019/1381). Účinnosti dokument již nabyl ve většině ustanovení na konci března 2021, v článcích týkajících se EFSA se tak stane v červenci 2022. Tento legislativní předpis je a nadále, v inovovaném znění, bude východiskem pro velmi komplexní systém evropských a návazně národních předpisů potravinového práva.

Jsme si vědomi mnoha aktuálních problémů souvisejících s kvalitou potravin. Je na spotřebiteli, aby je uměl vyhodnotit a aby byla



kvalita na trhu lepší a ještě lepší, protože je to spotřebitel, kdo svojí poptávkou nabídne, a tedy i kvalitu na trhu ovlivňuje.

Studie je rozpracována do spotřebitelského DESATERA vlivů a faktorů, které ovlivňují spotřebitele při výběru potravin. Nejedná se tedy o návod, jak postupovat, ale o vlivy, i negativní, které na nás působí. Pořadí dále uvedených hledisek není relevantní jejich důležitosti, neboť každý to vidíme trochu, anebo i hodně jinak.



Ne každý můžeme být zbožiznalcem ve všech komoditách potravin. Chceme-li se ale orientovat v označení potravin a v jejich kvalitě, platí, že jen poučený spotřebitel se dokáže účinně chránit.



## 1. NÁZEV VÝROBKU, SLOŽENÍ POTRAVINY

### Název výrobku

Při prvním pohledu na výrobek je patrný údaj „název výrobku“. Ten ovšem nemusí být „vše-vypovídající“. Zásadní je proto tzv. popisný název výrobku, který bývá umístěn na zadní straně a zpravidla menším písmem než vlastní název. Obsahuje popis potraviny, který umožňuje spotřebitelům poznat skutečnou podstatu potraviny a odlišit ji od jiných produktů, se kterými by mohla být zaměněna. Z tohoto označení zjistíme např.

- obsah rozhodných složek;
- kolik čistých svalových bílkovin obsahuje šunka (nejvyšší jakosti, výběrová, standardní); pozor – např. označení „dětská šunka“ nevypovídá nic o množství použité svalové bílkoviny;
- zda kupujeme čokoládu (hořká, mléčná, bílá) nebo kakaový výrobek. Čokoláda má totiž legislativně definované složení, kakaový výrobek nikoliv;
- zda je voda stolní (z řádu) nebo pramenitá (z hlubinného zdroje);
- je-li výrobek mléčný nebo smetanový nebo jiný;
- jedná-li se o 100% šťávu (džus, juice) nebo ředěné výrobky;
- jedná-li se o džem, tedy výrobek se stanoveným minimálním obsahem ovoce, nebo ovocnou pomazánku, kde obsah ovoce bude zcela jistě nižší;
- jakou technologií byl výrobek ošetřen – např.:
  - je sterilovaný, pasterizovaný, chlazený, zmrazený,
  - je vyrobený ze zmrazeného polotovaru,
  - byl ošetřen ionizací;
  - je-li produkt v nálevu nebo oleji;
  - sycení oxidem uhličitým u sycených vod;atd.;
- zda potravina obsahuje cukr nebo sladidla; Setkáváme se i s označením „bez přidaného cukru“, což neznamená, že cukr není obsažen, ale že přítomný cukr pochází z některé ze složek výrobku; jeho množství zjistíme ve výživové tabulce, kterou je povinnost uvádět na etiketě.

Označení spotřebiteli vysvětlí pravou podstatu výrobku.

Příklady:



*Obr.: Mléčný dezert s příchutí čokoládovou, jahodovou* Výrobek na první pohled vypadá jako jogurt, ale označen je desert, „dobruška“ apod.

Na první pohled může výrobek vypadat jako šunka, ale v označení je uvedeno nářez...

Množství složky musí být uvedeno, pokud je složka uvedena v názvu potraviny nebo si jí spotřebitelé s tímto názvem obvykle spojují nebo je na etiketě zdůrazněna slovy, vyobrazením nebo grafickým znázorněním. -

např. jahodový jogurt (obsah jahod), pomazánka s nivou (obsah nivy). Pokud je výrobek např. v nálevu, je uvedeno množství pevné složky (červená řepa kostky, sterilovaná zelenina ve sladkokyselém nálevu – musí být uvedena hmotnost pevného podílu v g).

Další konkrétní příklady označení:


Jogurt s jahodami 3,8 %

Jogurt jahodový – ovocná složka 18 % (jahody 55 %, cukr, stabilizátor: pektin, bezinkový extrakt, citrónová šťáva),

Blaťácké zlato s vlašskými ořechy – vlašské ořechy 3%

Vídeňské minipárečky se sýrem – vepřové maso 75 %, sýr gouda 9 %

ale také nedostatečné informace:

	<p>Název: Bacilli fermented vitamin bomb.</p> <p>Fermentovaný rakytníkový shot,</p> <p>Rakytníková a citronová šťáva je doslazená pouze jablečným džusem</p> <p>Složení: voda, šťáva z rakytníku 15 %, koncentrovaná jablečná šťáva z ekologického zemědělství, probiotické kultury</p>
---	---

K tomu: označení „vitamin bomb“ naznačuje, že výrobek obsahuje mnoho vitamínů. Ve složení, ani jinde se však nedozvíme ani o jaké vitamíny se jedná, natož jejich množství.

V některých případech i název výrobku může spotřebitele mást.

Například mléko, máslo nebo smetana musí pocházet z živočišného zdroje, tedy kravského mléka (je-li z jiného zvířete, musí to být uvedeno); ale označení „šlehačka“ není nijak chráněno, tzn. že nemusí být vyrobena z mléka! Na tomto místě je důležité věnovat pozornost popisnému názvu, kde je buď uvedena smetana, nebo také rostlinný tuk. Většinou se liší i cenově, ta ze smetany je dražší. Na našem trhu je převážná většina výrobků šlehačky ve spreji vyrobena právě z rostlinného tuku a mnoha přídatných látek (ztužovadla, barviva, aroma ...).

### **Složení potravin**

Jednotlivé složky potravin se uvádí sestupně podle hmotnosti složek stanovené v okamžiku jejich použití ve výrobě potravin. Každá složka musí být uvedena.

Při výběru potravin se nedá příliš spoléhat na ilustrační obrázky na obalech. Nesmí být „vysloveně“ klamavé, ale např. při posuzování ovocných knedlíků byly téměř všechny na fotografiích obklopeny celým ovocem. Spotřebitelský D-test prokázal, že pokud byl knedlík rozkrojený, vzhled náplně na obrázku se v některých případech lišil od skutečnosti. I výrobci upozorňují na kusy ovoce v různých marketingových sděleních. Pokud ve složení výrobku objevíte ovocnou náplň s modifikovaným škrobem, přidaným glukózovým sirupem nebo cukrem, určitě se nebude jednat např. o knedlík plněný celým ovocem, tedy žádná jahoda nebo meruňka. Např. označení jahodová náplň, zpravidla celé jahody neobsahuje. I obsah ovoce se v nabídce ovocných knedlíků značně liší, jeho množství však lze zjistit, protože musí být uvedeno. Někteří výrobci pekařských náplní pro průmyslově vyráběné knedlíky dodávají přípravky kombinované z jablek a menšího množství dražšího ovoce, např. borůvek. Důvodem je nejen cena takových náplní, ale i snazší technologické použití.

Příklady složení jahodových knedlíků mražených

<p>Tvaroh 26 %, směs na bramborové těsto /pšeničná mouka, sušená bramborová kaše, sušené brambory, barvivo E100 kurkumin, antioxidant E330 kyselina citronová, konzervat E221 siřičitan sodný, emulgátory E471 mono- a diglyceridy mastných kyselin, bramborový škrob, sušené odstředěné mléko jedlá sůl, kypřicí látky E450 difosforečnany, E500 uhličitany sodné, E170 uhličitany vápenaté/, voda, jahody 15 %, pšeničná mouka, cukr, ztužený rostlinný tuk, řepkový olej, palmový olej, jedlá sůl, emulgátory E471, E 472c, konzervant E202 sorban draselný, regulátor kyselosti E330 kyselina citronová, barvivo E160a karoteny, aroma, zahušťovadlo E1414 , dextróza, sůl</p>	<p>Těsto 80 % [pitná voda, bramborové těsto (pšeničná mouka, sušené bramborové vločky, pšeničná krupice, bramborový škrob, jedlá sůl, kořenící extrakt), pšeničná mouka, tvaroh 14,3 %, zahušťovadlo tvarohu (modifikovaný kukuřičný škrob, cukr, mléčné bílkoviny), margarín rostlinný (palmový tuk, řepkový olej, emulgátor: slunečnicový lecitin, citronová šťáva), jedlá sůl], náplň 20 % (drcené jahody 79,4 %, cukr, kukuřičný škrob).</p>
--	--

Uvedení výčtu složek se nevyžaduje u

- čerstvého ovoce a zeleniny, vč. brambor,
- sycených vod, v jejichž označení je uvedeno, že jsou sycené,
- kvasných octů, pokud pocházejí výhradně z jediné základní suroviny a pokud do nich nebyly přidány žádné jiné složky,
- sýrů, másla, kysaného mléka a smetany, do nichž nebyly přidány žádné jiné složky kromě mléčných produktů, potravinářských enzymů a mikrobiálních kultur nezbytných k výrobě nebo v případě tavených sýrů, sůl nezbytná k jejich výrobě,
- potravin sestávající z jediné složky, pokud je název potraviny totožný s názvem složky, nebo název potraviny umožňuje určit povahu složky bez rizika záměny.

V současné době je na trhu široká nabídka hotových jídel, jak zchlazených, tak zmrazených. Jejich složení uvedené na obalu nás může rychle zorientovat, jaké jídlo si kupujeme. Pokud si chceme koupit hotový pokrm, obdobný jako připravujeme doma, potom by obsah složek měl být obdobný. Pokud se na výrobku uvádí předlouhý výčet složek, obsahujících mnoho přídatných látek, mezi které patří zejména barviva, konzervanty, antioxidanty, zahušťovadla a stabilizátory, emulgátory a samozřejmě i

aromat, zcela jistě to nebude „jako od maminky“. Všechny tyto látky byly použity k zamaskování levnějších surovin. Můžeme zcela jednoznačně konstatovat, že čím více, tím hůře.

Na obrázku uvádíme příkladem článek z D-testu.

### Alergeny

Pro skupinu spotřebitelů, kteří trpí nesnášenlivostí nebo alergicitou některých potravin, je určena informace o jejich přítomnosti. Název látky nebo produktu musí být uveden tak, aby byl jasně odlišen od ostatních

## Důležitý je dostatek kvalitního masa. Často ho zastupují náhražky

Hana Večerková  
redaktorka MF DNEŠ

Šunkový salám není horší šunka, jak si mnoho lidí myslí. I když má se šunkou mnoho společného – kvalitní vepřové maso a šunkovou chuť. Charakteristická je pro něj mozaika dvou barevně rozdílných a na řezu výrazně patrných složek. Spojky a vločky, řečeno fezičským slovníkem. Spojka je homogenní jemná směs z rozemlněných kusů méně kvalitního masa, případně i kůže. Vložku tvoří nepravidelné kostky libového vepřového masa.

Šunkový salám patří k tradičním českým masným výrobkům, ale můžeme se s ním setkat i v Německu pod názvem Bierschinken nebo v Rakousku, kde mu říkají Krakauer a kde musí mít nejméně 70 procent kostek libového masa a 30 procent spojky.

České předpisy poměr spojky a vločky v šunkovém salámu neurčují. Říkají pouze, že masa musí být nejméně 55 procent a tuk nesmí být více než 20 procent.

**Separáty jsou zakázané, barviva ne** Vyhlaška zakazuje výrobci používat strojně oddělené maso (separáty). Další náhrzkové suroviny ale zakázány nejsou. A výrobci je bohatě využívají. Zejména tam, kde šetří na maso.

Zjednodušeně se dá říci: Čím méně masa, tím více vody. A čím vyšší je přídatek vody, tím větší je potřeba nejrůznějších chemických látek, které by jí v salámu udržely a zároveň zabránily kažení.

Zadržovat vodu ve výrobku pomáhají polyfosfáty, soli kyseliny fosforečné (E450, E451, E452), které najdete ve složení pod označením stabilizátory.

Levným plnidlem mletých masných výrobků jsou škroby nebo zahušťovadla či želující látky (E407, E415, E412, E410, E414). Způsobují, že voda, která byla přidána do masa, zežloutne a salám pak získá správnou tuhost.

K výrobě salámů se mohou používat i barviva. I když jsou pouze přírodní a neškodná, patří k těm složkám, které mají vyvolat dojem kvalitnějších surovin.

Totéž platí i o nejrůznějších dochucujících látkách. U šunkových salámů je to nejčastěji glutamát sodný (E621), ale i šunkové aroma.

K levným náhrzkovým surovinám patří i bílkoviny, rostlinného i živočišného původu. Bohatým zdrojem kolagenových bílkovin jsou i vepřové kůže.

**Některá éčka jsou nutná, jiná ne** Některá z aditiv, jež najdeme ve složení šunkových salámů, se používají k zamaskování levnějších surovin, jiná jsou nezbytná. Patří mezi ně hlavně konzervant E250 (dusiťan sodný). Pro masné výrobky je velmi důležitý, plní v nich hned několik funkcí. Brání růstu patogenních clostridií, které produkují klobásový jed botulotoxin. Ale především zabírá jednatu masa při zpracování. Dusitany se používají víc než sto let, bez nich by salámy nebo párky nebyly růžové, ale šedé, třeba jako jitr-



**Dobře.** Pro šunkový salám je charakteristická výrazná, barevně odlišná mozaika dvou složek.

**Špatně.** Hodně spojky, málo libového masa. K výrobě byly použity méně kvalitní suroviny.

Foto: Lukáš Procházka, Mafra

nice. Protože nejsou úplně bez rizika pro zdraví, je jejich množství limitováno.

Používat se smějí jen ve směsi se solí, kterou si výrobci kupují už hotovou. Technicky tedy není možné dávkování dusitanů překročit, protože výrobek by byl příliš slaný.

V salámech najdeme i antioxidanty, které je chrání před kažením způsobeným reakcí se vzdušným kyslíkem. Nejznámějším antioxidantem je kyselina askorbová (E300), tedy vitamin C.

**Co by v šunkovém salámu být nemuselo**

**Dochucovadla:** Látky zvyšující chuť a vůni E621 (glutaman sodný), E635 (ribonukleotidy, sodné soli), extrakt z droždí, šunkové aroma. Obsahovalo je 9 výrobků.  
**Barviva:** E120 (košenila, přírodní barvivo). Byla ve 4 výrobcích.  
**Zahušťovadla a škroby:** Oběť se bez nich jen 3 výrobky.

složek, například typem či stylem písma nebo barvou pozadí. Nejčastěji se setkáváme se zvýrazněním tučným písmem v textu složení nebo bývá uvedeno slovy „Obsahuje...“ a následuje uvedení příslušného alergenu. Toto označení nemusí být uvedeno, pokud potravina jasně odkazuje na danou látku (např. Pražené solené arašidy).

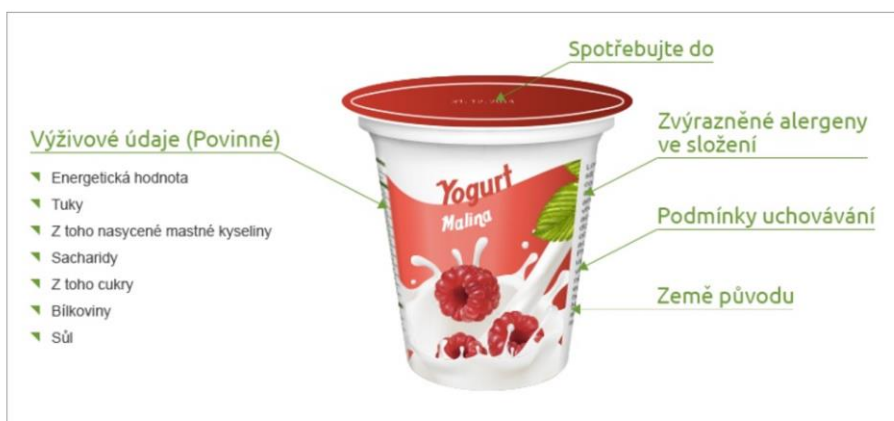
Seznam potravin, které mohou u senzitivních osob vyvolat alergickou reakci, byl vypracován týmem odborníků a je i součástí evropské legislativy, platí tedy ve všech členských státech EU.

Setkáváme se i s výrazem v označení - typu „Může obsahovat stopy...“, s uvedením příslušného alergenu. Výrobci se tímto chrání v případech, kdy v procesu výroby by mohlo dojít ke kontaminaci alergenem. *Např. na hořké čokoládě se velmi často můžeme setkat s označením „může obsahovat stopy mléka, sóji a ořechů...“ Ve složení sice žádný z těchto alergenů uveden není, např. hořká čokoláda ve složení neuvádí obsah ořechů. Důvodem je skutečnost, že ve stejném závodě, příp. na stejné lince se vyrábí i další druhy čokoládových výrobků, které mléko, sóju nebo ořechy obsahují a výrobce nedokáže vyloučit případnou kontaminaci.*

Příklady

## Jak se orientovat v označení potravin

### Příklad označení



### Značení nebalených potravin



**ŘEZNÍK s.r.o.,**  
Dolní 13,  
546 12 Ostrava  
**Šunka I. jakost**  
**22,90 Kč / 100 g**



**ČESKÉ SELE a.s.,**  
Dlážděná 10, 497  
36 Kozojedy  
Vepřová krkovice  
**rozmrazeno**  
Chov v: Německo  
Porážka v: Polsko  
**149,- Kč / kg**



**Udička s.r.o.,** Struha  
2,  
789 63 Rybník  
**Pstruh duhový**  
Oncorhynchus  
mykiss  
**249,- Kč / kg**

Zdroj příkladů: Potravinářská komora

## 2. ZÁSADNÍ ÚDAJE A TVRZENÍ V OZNAČENÍ A REKLAMĚ

### Poskytování informací o potravinách spotřebitelům

Na obalu potravin je uvedeno mnoho informací, jejichž správným porozuměním lze předejít nákupu výrobku, který nesplní očekávání spotřebitele. Za jednu z nejdůležitějších informací považujeme složení výrobku. Jeho porozumění nám pomůže vyvarovat se marketingovým tahům, které průměrnou potravinu dokáží představit jako „superpotravinu“, přestože žádná taková potravina neexistuje.

Povinnosti, co a jak musí být na baleném výrobku uvedeno, ukládají české zákony a prováděcí vyhlášky a především nařízení Evropské unie. Přesto jsou stále na trhu nabízeny potraviny označené informacemi, které neodpovídají platným předpisům. Jejich nabízení lze často označit jako klamavou obchodní praktiku. K tomu se vrátíme v jedné z kapitol této studie.

Obecně platí, že informace uváděné na potravinách:

- Nesmějí uvádět spotřebitele v omyl, pokud jde o charakteristiky potraviny (nesmějí ani podle vzhledu, popisu nebo vyobrazení vyvolávat nesprávný dojem), nesmějí uvádět účinky nebo vlastnosti, které dotčená potravina nemá a nesmějí vyvolávat dojem zvláštnosti, zejména výslovným zdůrazňováním přítomnosti nebo nepřítomnosti určitých složek nebo živin, pokud se stejnými charakteristikami vyznačují všechny podobné potraviny.
- Příkladem posledně uvedeného je klamavé označení „mléko (máslo, tvaroh, bílý jogurt) neobsahuje konzervační látky“, „neobsahuje barviva“ (viz obr.). Na základě takové informace se spotřebitel domnívá, že na trhu může koupit též mléko, máslo, tvaroh nebo bílý jogurt s konzervačními látkami nebo barvivy. To však není pravda, je to klamání spotřebitele, neboť všechny srovnatelné výrobky nesmí takové látky obsahovat a neobsahují je.
- Musí být čitelné, přesné, jasné, spotřebitelům snadno srozumitelné.
- Nesmějí připisovat potravině vlastnosti (nebo na ně odkazovat) umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, a to s výjimkou přírodních léčivých minerálních vod a potravin „určených pro zvláštní výživu“, které podléhají zvláštním předpisům.
- Údaje musí být uvedeny v České republice v českém jazyku.



Za informace o potravině (na obalu, při nabízení k prodeji, na letáku nebo v reklamě) odpovídá ten, kdo je uveden na obalu, tj. výrobce, balírna, dovozce, distributor nebo obchodník. Nikdo je následně nesmí měnit, pokud by tyto úpravy mohly uvádět konečného spotřebitele v omyl nebo snížit možnost spotřebitele rozhodovat se při výběru potravin. Každý subjekt od výroby po prodej konečnému spotřebiteli pak odpovídá za veškeré jím provedené změny informací.

**Legislativa stanovuje, které údaje musí být uvedeny povinně** – název výrobku, složení, obsah/objem, nutriční hodnoty, obsah alkoholu, původ, případně další údaje. Pro každou skupinu jsou stanoveny

konkrétní požadavky. Nepovinné, dobrovolné údaje (např. bez lepku, bez konzervačních látek, bez přidané soli...), nesmí překrývat údaje povinné.

Orientovat se v údajích uváděných na etiketě či obalu není jednoduché. Snaha poskytnout spotřebiteli co nejvíce relevantních informací v přímé souvislosti se zajištěním bezpečnosti a zdravotní nezávadnosti potravin, byla zpracována do obsáhlé evropské legislativy a doplněna českými předpisy. Množství informací pak může působit i kontraproduktivně, neboť to orientaci spotřebitele může komplikovat. Navíc, každá potravinářská komodita má svá specifika.

### ***Čistá hmotnost nebo objem***

Na každé balené potravině musí být uvedena jeho čistá hmotnost nebo objem. Čisté množství se vyjadřuje v kilogramech nebo gramech nebo v litrech, centilitrech, mililitrech, jak je to vhodné.

### ***Datum minimální trvanlivosti nebo použitelnosti***

Doba trvanlivosti potravin se vyjadřuje dvěma způsoby – Datem minimální trvanlivosti (best before) a Datem spotřeby/datem použitelnosti (use by...). Této problematice se speciálně věnujeme v kapitole 3 studie.

### ***Obsah alkoholu***

U nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 1,2 obj. % skutečný obsah alkoholu v objemových procentech.

### ***Výživová hodnota***

Nezbytnou součástí označení potravin jsou údaje o výživové hodnotě potraviny, úzce spjaté výživovými a zdravotními tvrzeními. Informace o výživových vlastnostech umožňují spotřebitelům, včetně spotřebitelů se zvláštními požadavky na výživu, provádět informovaný výběr potravin. Výživové hodnoty se zpravidla uvádějí v tabulce, kde se dočteme údaje o energetické hodnotě vyjádřené v kcal i v kJ, obsahu tuků a nasycených mastných kyselin, obsahu sacharidů (cukry, polyalkoholy, škroby) a cukrů (sacharóza, laktóza, glukóza, fruktóza...), bílkovin a soli. Vyjadřují se na 100 g nebo 100 ml potraviny. Údaje vztažené na jiná množství nebo na porci jsou dobrovolné.

Uvedení množství škrobů, vlákniny, vitamínů, minerálních látek a případně jiných látek je dobrovolné.

Údaje týkající se výživové hodnoty, musí být na obale určeném pro spotřebitele; musí být vytištěny čitelně a nesmazatelně a musí být na dobře viditelném místě. Nesmí být dodatečně zakryty či změněny. Údaje musí být uvedeny v českém jazyce.

### ***Obsah vitamínů, minerálních látek***

Pokud je to z hlediska potraviny významné, dozvíme se i obsah vitamínů, minerálních látek, případně dalších nutričně významných látek. U absolutních hodnot je uvedeno i vyjádření, kolik procent z doporučené denní dávky deklarované množství nutriční složky představuje, tzv. referenční hodnotu příjmu (RHP). Množství vitamínů a minerálních látek se v potravině označuje na obalu pouze v případě, že se jedná o jejich tzv. významné množství. Významným množstvím se rozumí v případě nápojů alespoň 7,5 % referenční výživové hodnoty, u všech ostatních potravin minimálně 15 % referenční výživové hodnoty. V případě, že balení obsahuje pouze jednu porci, je významné množství stanoveno jako 15 % výživové hodnoty.

### ***Tvrzení o potravinách***

Potraviny jsou často propagovány pomocí tvrzení, která ovlivňují vnímání a rozhodování spotřebitele. Spotřebitel považuje produkt, který je ve srovnání s podobným nebo jiným výrobkem, do kterého se

tyto živiny a jiné látky nepřidávají, z výživového, fyziologického nebo zdravotního hlediska za hodnotnější.

Aby bylo vyloučeno zneužití takovýchto tvrzení o potravinách klamavým způsobem, byla zavedena některá omezení uvádění takových tvrzení.

Tato pravidla, harmonizovaná na evropské úrovni, se týkají nutričních (výživových) tvrzení a zdravotních tvrzení.

### **Nutriční (výživová) tvrzení**

Aby bylo spotřebitelům umožněno činit informovaná rozhodnutí z výživového hlediska, byla stanovena kritéria pro určení, v jakých případech mohou být na produktu uvedena tvrzení zvýrazňující přítomnost (nebo nepřítomnost) některých látek nebo celkový výživový profil produktu.

Cílem používání výživových profilů je vyhnout se situaci, kdy výživová nebo zdravotní tvrzení zastírají celkovou výživovou hodnotu potraviny, což by mohlo klamat spotřebitele, kteří se v rámci vyvážené stravy snaží vybírat si zdravé potraviny. Výživové profily jsou založeny na všeobecně uznávaných vědeckých poznatcích týkajících se vztahu mezi stravou a zdravím.

„Výživovým tvrzením“ se rozumí každé tvrzení, které uvádí, naznačuje nebo ze kterého vyplývá, že potravina má určité prospěšné výživové vlastnosti v důsledku energetické (kalorické) hodnoty, živin nebo jiných látek, které poskytuje, nebo poskytuje ve snížené či zvýšené míře, nebo neposkytuje.

Příklady:

Tvrzení	Podmínky
s nízkým obsahem cukrů	Produkt nesmí obsahovat více než 5 g cukrů na 100 g v případě potravin pevné konzistence nebo 2,5 g cukrů na 100 ml v případě tekutin
bez cukrů	Produkt nesmí obsahovat více než 0,5 g cukrů na 100 g nebo 100 ml
bez přídavku cukrů	Tvrzení, že do potraviny nebyly přidány cukry, a jakékoli tvrzení, které má pro spotřebitele pravděpodobně stejný význam, lze použít pouze tehdy, pokud nebyly do produktu přidány žádné monosacharidy ani disacharidy ani žádná jiná potravinová látka používaná pro své sladivé vlastnosti. Pokud se cukry v potravině vyskytují přirozeně, mělo by být na etiketě rovněž uvedeno: „OBSAHUJE PŘIROZENĚ SE VYSKYTUJÍCÍ CUKRY“.
obsahuje [název živiny nebo jiné látky]	Tvrzení, že potravina obsahuje určitou živinu nebo jinou látku, pro které nejsou stanoveny zvláštní podmínky, a jakékoli tvrzení, které má pro spotřebitele pravděpodobně stejný význam, lze použít pouze tehdy, splňuje-li produkt všechna příslušná ustanovení platných předpisů. Pro vitaminy a minerální látky se použijí podmínky vztahující se na tvrzení „zdroj...“.
se zvýšeným obsahem [název živiny]	Tvrzení, že obsah jedné nebo více živin jiných než vitaminů a minerálních látek byl zvýšen, a jakékoli tvrzení, které má pro spotřebitele pravděpodobně stejný význam, lze použít pouze tehdy, splňuje-li produkt podmínky platné pro tvrzení „zdroj ...“ a zvýšení obsahu představuje ve srovnání s podobným produktem alespoň 30 %.
se sníženým obsahem [název živiny]	Tvrzení, že byl obsah jedné nebo více živin snížen, a jakékoli tvrzení, které má pro spotřebitele pravděpodobně stejný význam, lze použít pouze tehdy, pokud snížení obsahu představuje alespoň 30 % ve srovnání s podobným produktem, s výjimkou mikroživin, pro něž je přijatelný 10 % rozdíl.

	referenčních hodnot a sodíku nebo rovnocenné hodnoty soli, pro něž je přijatelný 25 % rozdíl.
--	---

Ve stejném zorném poli jako výživové označení musí být uvedeno množství látky nebo látek, k nimž se vztahuje výživové nebo zdravotní tvrzení, jež se neobjevuje ve výživovém označení.

### **Zdravotní tvrzení**

Přestože legislativní snaha postihnout komplexně oblast zdravotních tvrzení je již letitým procesem, dosud nebyl s konečnou platností proces schvalování ukončen. Původní regulace v dané oblasti, účinná do roku 2006, byla shledána jako nevyhovující a nedostatečná, protože neodrážela potřeby marketingu a propagace potravin, v souvislosti s deklarací účinků spojených se zlepšením zdraví, tedy zdravotní tvrzení.

Jednotlivé členské země do té doby měly volnost v označování potravin a možnostech jejich propagace z pohledu nutričních a zdravotních tvrzení. Omezení užití léčebných tvrzení se ukázalo jako nedostačující. Mimo to rozdíl mezi vnitrostátními předpisy, které se týkají těchto tvrzení, bránilo volnému pohybu potravin a vytvářely nerovné podmínky hospodářské soutěže. Tím přímo ovlivňovaly fungování trhu a hospodářskou soutěž. Bylo tedy nutné přijmout pravidla na úrovni EU i pro používání zdravotních tvrzení při označování potravin.

„Zdravotním tvrzením“ se rozumí každé tvrzení, které uvádí, naznačuje nebo ze kterého vyplývá, že existuje souvislost mezi kategorií potravin, potravinou nebo některou z jejích složek a zdravím.

„Tvrzením o snížení rizika onemocnění“ se rozumí každé zdravotní tvrzení, které uvádí, naznačuje nebo ze kterého vyplývá, že spotřeba určité kategorie potravin, potraviny nebo některé z jejích složek významně snižuje riziko vzniku určitého lidského onemocnění.

Nejsou přípustná následující zdravotní tvrzení:

- tvrzení, která naznačují, že nekonzumováním dané potraviny by mohlo být ohroženo zdraví;
- tvrzení, která odkazují na míru nebo množství úbytku hmotnosti;
- tvrzení, která odkazují na doporučení jednotlivých lékařů nebo dalších odborníků ve zdravotnictví.

Nejčastěji se s používáním zdravotních tvrzení setkáváme u tzv. "doplňků stravy", které jsou jednou z kategorií potravin. Podléhají stejným pravidlům jako potraviny, a nejsou tedy regulovány jako léčiva nebo léčebné přípravky.

### **Reklama**

Reklama se stala fenoménem dnešní doby. Je všude, kam se podíváme. Je proto iluzí se domnívat, že jí nepodléháme.

Reklama je placená nebo neplacená propagace výrobku, služby, společnosti, obchodní značky nebo myšlenky, mající obvykle za cíl zvýšení prodeje. Podle použitého média se rozlišuje reklama televizní, novinová, internetová, rozhlasová, plakátová ale i jiná (reklama bývá součástí textů, letáků a nabídek a i dalších forem upoutávek umístěných přímo na obale potravin).

#### **Málokdo obalům rozumí**

Není to poprvé, co test MF DNES ukázal, že výrobci mají problémy s uváděním informací důležitých pro spotřebitele na obalech svých potravin. Na jejich omluvu nutno říct, že legislativa pro značení potravin není jednoduchá a navíc v současné době procházejí předpisy změnami.

Vždy však platilo a stále platí, že údaje na obalech musí být pro spotřebitele srozumitelné, jasné a nesmějí je klamat. Takové jsou ale jen málokdy.

Výrobci si zřejmě myslí, že spotřebitelé nevěnují údajům na obale pozornost, a uvádějí je tak, aby sice splnili povinnost, kterou jim ukládají předpisy, nikoliv aby zákazníkům podali správné a srozumitelné informace o výrobku.

Zajímavé je, že všechna reklamní sdělení typu Bez konzervantů, Bez barviv, Bez sladidel jsou vždy uváděna velkým čitelným písmem a na přední straně obalu. Nikdy by je neuvedli drobným písmem nebo na málo kontrastním podkladu, aby je nikdo nepřečetl. Tak jako nám servírují ty nejdůležitější informace, které rozhodují o tom, zda si produkt vybereme.

**Hana Večerková**



Reklama podléhá nejjednodušší regulaci evropské i vnitrostátní. Několik zásad reklamy je však potřeba znát:

- Reklama musí být pravdivá, nesmí klamat zákazníka zejména ve velikosti, složení stejně jako ve výživových a zdravotních tvrzeních.
- Reklama nesmí zpochybňovat zdravý a vyvážený způsob stravování, zdravý a aktivní životní styl.
- Potraviny, které nejsou náhradou celého jídla, nesmí být takto deklarovány.

Patrně nejsložitější problematikou v oblasti regulace reklamy, zejména na doplňky stravy a potraviny vůbec jsou tzv. zdravotní tvrzení, velice často zaměřované na seniory, u kterých se předpokládají častější zdravotní potíže a vyšší důvěřivost.

Velmi často se setkáváme s nekalými obchodními praktikami – jako například s použitím neschváleného zdravotního tvrzení. Jeden příklad za všechny: Reklama k doplňku stravy uvádí, že „přípravek zajistí odkyselení organismu“. Je to nehoráznost, ale mnozí z nás věří. Státní zemědělská a potravinářská inspekce každoročně zjišťuje desítky případů porušení zákona v reklamních praktikách, a jejich počet se bohužel zvyšuje. To je varující, protože to svědčí o tom, že prodejci riskují nedodržením zákona s vědomím, že účinek nekalé reklamy se jim vyplatí.

Většina z nás se domnívá, že je proti reklamě imunní. Tomu tak ale není, protože formy a technologie působení na naše podvědomí nedokážeme posoudit. Samostatnými problémy, nad rámec této studie, je i reklama skrytá, či reklama orientovaná na děti anebo na naše city. „Průměrný“ spotřebitel se velmi často nechá ovlivnit reklamní nadsázkou nebo klamavou reklamou. Právě s ohledem na podvědomé vnímání není naše rozhodování přitom jednoduché.

Dnešní reklama prodává (často) nikoliv produkt, ale přímo uspokojení z něj. Ukazuje, jak snadno si může konzument uspokojit konkrétní potřebu, navíc se dokonce snaží onu potřebu vyvolat nebo zvýšit její relativní naléhavost. Příkladem budiž opět reklamy na doplňky stravy: Zaručeně zhubneme o 10 kg za měsíc, omládneme, ženám se zvětší prsa, mužům zajistí erekci apod. Ještě rizikovější jsou zakázané reklamy, přesto stále plnící internetové stránky, slibující uzdravení, zmírnění či odstranění chorob.

Jedinou cestou, jak se nenechat nepřiměřeně ovlivňovat, je zachovat si při našem rozhodování vůči reklamě přiměřený odstup a používat „selský rozum“.

### 3. TRVANLIVOST A BEZPEČNÉ UCHOVÁNÍ A POUŽITÍ POTRAVINY

Na rozdíl od spotřebních výrobků, u potravin nehovoříme o délce záruční doby ve smyslu občanského zákoníku, či o životnosti výrobku, ale o **době trvanlivosti** podle zákona o potravinách.

Doba trvanlivosti potravin se vyjadřuje dvěma způsoby. Jednak dobou minimální trvanlivosti výrobků (s delší dobou trvanlivosti) a dobou spotřeby (u výrobků, které podléhají z mikrobiologického hlediska rychlé zkáze a mohou pro spotřebitele po krátké době představovat zdravotní riziko). Spotřebitel by si měl proto všimnout označení na potravinách, a zejména vnímat rozdíly v tomto označení a podle toho posoudit, do jaké doby má výrobek zkonsumovat.

#### **Minimální trvanlivost do ...**

Datem minimální trvanlivosti (DMT) (best before) se označují potraviny, jejichž trvanlivost je zpravidla delší než 14 dnů a déle a které nepodléhají rychlé zkáze. Údaj o délce doby minimální trvanlivosti nemusí být doprovázen údajem o podmínkách skladování (pokud tak není stanoveno v komoditní vyhlášce). Zkrácené uvedení doby trvanlivosti:

- Pokud má potravina trvanlivost 3 měsíce a méně, stačí uvést den a měsíc, nemusí být v datu minimální trvanlivosti rok.
- Pokud má potravina trvanlivost delší než 3 měsíce, ale ne více než 18 měsíců, stačí uvést pouze měsíc a rok, den nemusí být v datu minimální trvanlivosti.
- Pokud má potravina trvanlivost delší než 18 měsíců, stačí uvést pouze rok, nemusí být v datu minimální trvanlivosti uveden den a kalendářní měsíc.

Prodej potravin po „projití“ data minimální trvanlivosti (tzv. „prošlých“ potravin) je možný za podmínky, že jsou zdravotně nezávadné, jsou zřetelně označeny a jsou prodávány odděleně od ostatních potravin.

Pro některé komodity nemusí být Datum minimální trvanlivosti uvedeno, např.:

- čerstvé ovoce a čerstvá zelenina;
- lihoviny a ostatní alkoholické nápoje s obsahem alkoholu 10 a více objemových procent, s výjimkou emulzních lihovin (např. vaječný krém); vína, aj.;
- pekařské výrobky určené ke spotřebě do 24 hodin po výrobě;
- cukr v pevné formě, cukrovinky vyrobené výhradně z přírodních sladidel nebo z cukru, žvýkačky;
- Sůl, ocet.

#### **Spotřebujte do ...**

Datum použitelnosti se uvádí na potravinách, které jsou z mikrobiologického hlediska velmi náchylné ke kažení, a proto mohou po velmi krátké době znamenat bezprostřední nebezpečí pro lidské zdraví (např. mléčné výrobky, masné výrobky) a které je nutno udržovat za stanovených, zejména teplotních podmínek.

Datum použitelnosti vymezuje maximální dobu, po kterou si potravina (při dodržování skladovacích podmínek) zachovává své specifické vlastnosti a splňuje požadavky na zdravotní nezávadnost. Uvádí se za slovy „spotřebujte do...“. Obvykle stačí uvést den a měsíc. Uvedení podmínek skladování je nezbytnou součástí označení. Potraviny takto označené (např. jogurty, čerstvé sýry, tvarohy, cukrářské a lahůdkářské zboží, některé uzeniny, mražené zboží) nesmí být uváděny do oběhu po dosažení data spotřeby uvedeného na obalu; (je nutno je zlikvidovat, neboť mohou představovat zdravotní riziko).

### **Příklady vyjádření trvanlivosti**

#### **Vejce**

Čerstvá vejce třídy A a B se uchovávají v rozmezí teplot nejméně +5 °C a nejvýše +18 °C. Čerstvá vejce lze prodávat nejpozději 7 dnů před uplynutím data minimální trvanlivosti. Chladírenská vejce třídy B se uchovávají při teplotě -1,5 °C až +5 °C.

Podstatné je u vajec hlavně datum spotřeby, způsob uchování a skladování a pochopitelně samotné značení vajec.

Zásadní jsou údaje na skořápce vajíčka.

První číslo na vajíčku informuje, z jakého je chovu. 1 – vejce od slepic chovaných ve volném výběhu, 2 – z halového chovu, 3 – z klecového chovu, 0 – vejce z ekologického chovu.

Dále na vejci spotřebitel najde kód země, ze které vejce pochází, například označení „CZ“ znamená původ vejce v České republice, další kódy jsou např.: „PL“, „DE“. Za kódem pak následuje další číslo, které identifikuje chov.

Na obalu od vajec se pak nacházejí další údaje. Kromě základních údajů o firmě či počtu kusů v balení lze na obalu najít např. také hmotnostní skupinu, která je určena zkratkami S, M, L či XL, datum minimální trvanlivosti (maximálně 28 dní po snášce) nebo doporučení pro uchování vajec v chladu a slovně vyjádřený způsob chovu nosnic. Vejce musí být uchovávána při nekolísavé teplotě v rozmezí od +5 do +18 °C. Prodávat se mohou nejpozději 7 dní před uvedeným datem minimální trvanlivosti.

#### **Zmrazené výrobky**

V mrazírenských skladech a mrazírenských prodejních zařízeních nesmí teplota v důsledku kolísání překročit -18 °C, při manipulaci se zmrazenými potravinami a při přepravě nesmí překročit -15 °C.

Neméně důležité je zkrátit dobu od nákupu po umístění doma v mrazáku na minimum. Pokud se teplota významně zvýší a výrobek je doma znovu umístěn do mrazáku, dochází ke snížení kvality i zkrácení trvanlivosti výrobku. Zmrzliny a mražené krémy získají hrubší strukturu, ztrácí jemnost, zmrazené maso pouští „šťávu“.... Pokud k takové situaci dojde, je třeba urychleně zkonsumovat.

#### **Zchlazené výrobky**

Spotřebitel má při nákupu věnovat pozornost, při jaké teplotě jsou nabízené lahůdkářské výrobky zejména mléčné, masné, rybí a z vajec uchovány, a dále době spotřeby u takto nabízeného zboží. Nejen jakostní, ale i zdravotní riziko může vzniknout při tzv. přerušení chladicího řetězce, tj. době, kdy je výrobek přemísťován z mrazicího nebo chladicího boxu v prodejně do doby uložení doma v mrazničce nebo chladničce.

## **Příklady teplot uchování**

### **Maso, drůbež, ryby**

Teplota při skladování čerstvého masa nesmí překročit 7 °C, teplota drobů 3 °C, teplota drůbežího, králíčího a zvěřinového masa 4 °C (resp. 7 °C u velké zvěřiny), teplota čerstvých sladkovodních ryb 5 °C, čerstvých mořských ryb a živočichů 2 °C.

Polotovary z čerstvého masa se skladují při teplotách do 7 °C, mleté maso musí být skladováno při teplotě do 2 °C, stejně jako polotovary z mletého masa. Za čerstvé maso se považuje i maso balené (vakuově, v ochranné atmosféře apod.). Pro mleté maso navíc platí, že musí být prodáváno jen balené, a to do 24 hod. od umletí, nebo může být umleto za přítomnosti spotřebitele, ale jen v provozovnách zvlášť k tomuto účelu schválených.

Výrobky z ryb (uzené, smažené, solené, marinované a polokonzervy) se skladují při teplotě v rozmezí +1 °C až +8 °C.

U čerstvého baleného (i mletého) masa a polotovarů se uvádí datum použitelnosti (spotřebujte do...), u zmrazeného masa masných výrobků a vajec datum minimální trvanlivosti.

### **Cukrářské výrobky**

Cukrářské výrobky (plněné nebo zdobené dorty, zákusky, poháry) patří vzhledem k náplním, v nichž se vyskytují např. šlehačka, mléko a vejce, k rizikovým skupinám potravin, v nichž se mikroorganismy snadno množí. Požití těchto výrobků může způsobit onemocnění, nejen pokud by byly použity zdravotně závadné suroviny, ale rovněž pokud by nebyly nedodrženy stanovené zásady pro výrobu a prodej.

Nebalené cukrářské výrobky se musí skladovat při teplotách do 8 °C, tj. nesmí být v obchodě vystaveny volně na pultech, ale ve fungujících chladicích boxech a vitrínách, které zajistí požadovanou teplotu.

Skutečnost, že jde o výrobky snadno se kazící, by si měli uvědomit i spotřebitelé už při nákupu a přepravě cukrářských výrobků domů a při jejich uložení v domácnosti, a to hlavně v letním období. Zásadně nemají kupovat zákusky, které nejsou nabízeny v chladicích boxech nebo vitrínách (tzn. nekupovat zákusky umístěné přímo na pultu při pokojové teplotě). Dalším hlediskem při nákupu je vzhled. Spotřebitel si má vybírat jen nepoškozené a bezvadné kusy, nekupovat výrobky s rozdrobeným, připáleným nebo naopak nedopečeným korpusem, deformované, oschlé, s rozteklými náplněmi a zdobením.

### **Lahůdkářské výrobky**

Mají být skladovány v chladicích boxech (teplota by neměla převýšit 5 °C). Hodně napoví celkový vzhled výrobků. Spotřebitel si má kupovat pouze výrobky, které vypadají již na pohled čerstvé. Vždy je dobré obhlédnout hygienu samotného prodejního místa, čistotu chladírenských vitrín i obsluhující osoby.

Jako příklad zde uvádíme konkrétní doporučení pro spotřebitele pro nákup a zacházení s lahůdkářskými výrobky (viz portál Bezpečnost potravin):

- Přesvědčte se, zda je u nebalených lahůdkářských výrobků na viditelném místě uveden název výrobku, datum použitelnosti a u kusových výrobků i hmotnost.
- Informace o balených výrobcích jsou uvedeny přímo na etiketě. Na etiketě by měl být uveden výrobce, dovozce nebo obchodník, složení, hmotnost, datum použitelnosti,

podmínky uchování. Poslední dva jmenované údaje jsou velmi důležité pro správné zacházení s výrobkem a jeho vhodné skladování.

- Všímejte si způsobu skladování výrobků v prodejním místě. Lahůdkářské výrobky by měly být skladovány v chladicích boxech (teplota by neměla převýšit 5 °C).
- Hodně napoví celkový vzhled výrobků. Kupujte pouze výrobky, které vypadají na pohled čerstvé.
- Vždy je dobré obhlédnout hygienu samotného prodejního místa, čistotu chladírenských vitrín i obsluhující osoby.
- Při prodeji nebalených lahůdek a jiných nebalených potravin určených k přímé spotřebě se zásadně používá podávací náčiní.

#### 4. PŮVOD POTRAVINY, VÝROBCE

Často si spotřebitel klade otázku, z jaké země potravina pochází a kdo ji vyrobil. Odpověď na tyto otázky není jednoduchá a bohužel, ne vždy nás uspokojí. Musíme však vycházet z platných předpisů, zejména nařízení EU.

##### **Země původu**

Čeští spotřebitelé se stále více zajímají o původ potravin a často preferují české výrobky. Z platných předpisů vyplývá, že uvedení země původu je povinné, pokud by opomenutí tohoto údaje mohlo uvádět spotřebitele v omyl ohledně skutečné země původu potraviny. Například, pokud by informace připojená k potravine nebo etiketa jako celek jinak naznačovaly, že potravina je z jiné země původu. Poznat, která potravina je opravdu česká, není však vždy snadné. Pokud výrobce není uveden, je to správně?

Údaj o původu potraviny je uváděn z důvodů zamezení klamání a zlepšení informovanosti spotřebitele, není však povinnost ho uvádět u všech potravin. Údaj o původu potraviny se obecně nemusí uvádět vždy, ale jen

- v těch případech, kdy by mohla vzniknout domněnka, že původ potraviny je jinde, než jaký je skutečný původ, a
- u komodit, kde je povinnost uvedení země původu přímo stanovena právním předpisem.

Povinnost uvádět zemi původu je stanovena například pro čerstvé ovoce a zeleninu, vepřové, hovězí, skopové, kozí a drůbeží maso – a to čerstvé, chlazené nebo zmrazené; povinné označení původu se týká také vajec (označeno na vejci – nikoliv obalu), medu, ryb a extra panenského a panenského olivového oleje. Povinnost označit původ potraviny se obvykle netýká zpracovaných výrobků. Na mléčném či masném výrobku není uvedeno, odkud pochází mléko (na sýru) či maso (na konzervě či klobáse), ale kdo provedl konečnou úpravu, byť i třeba jen hotový výrobek zabalil.

K podpoře českých výrobků slouží některé značky kvality – viz dále.

U potravin živočišného původu, jako jsou třeba masné a mléčné výrobky, je zjištění země původu o něco jednodušší. Nejpodrobněji je o původu potraviny spotřebitel v současné době informován u vajec. Na skořápce každého vajíčka lze totiž najít tzv. kód producenta, který se skládá mimo jiné i ze zkratky země, kde byla chována nosnice, která vejce snesla.

##### **Balené výrobky – uvádění údajů o zemi původu na obalech balených potravin**

Musí se původ uvádět vždy?

Z platných předpisů vyplývá, že údaj o původu potraviny se obecně nemusí uvádět vždy, ale jen:

- 1) v těch případech, kdy by mohla vzniknout domněnka, že původ potraviny je jinde, než jaký je skutečný původ, a
- 2) u komodit, kde je povinnost uvedení země původu přímo stanovena právním předpisem.

K bodu 1) Situaci možného uvedení spotřebitele v omyl ohledně země původu potraviny lze ilustrovat na následujícím příkladu:

Jestliže jsou na balené rýži uvedeny údaje o české firmě a z těchto údajů vyplývá, že tato firma tuto rýži balila, není spotřebitel uváděn v omyl, pokud jde o původ rýže. Je obecně známou skutečností, že v ČR se rýže nepěstuje; spotřebitel se tedy nedozví, odkud rýže fakticky pochází, ale tím ještě není uváděn v omyl;

Pokud by však obal rýže obsahoval nějaké texty, obrázky, grafiku atd., které by navozovaly dojem, že rýže byla vypěstována např. v Itálii, ale ve skutečnosti byla zemí prvovýroby Indie, pak už by bylo nutné spotřebitele náležitě o původu potraviny pravdivě informovat.

K bodu 2) Příklady, kdy je povinnost uvedení země původu přímo stanovena právními předpisy:

- vepřové maso, čerstvé, chlazené nebo zmrazené;
- skopové nebo kozí maso, čerstvé, chlazené nebo zmrazené;
- maso z drůbeže, čerstvé, chlazené nebo zmrazené;
- hovězího masa a výrobků z hovězího masa, pro nezpracované hovězí maso a výrobky z hovězího masa;
- pro balené dovážené drůbeží maso;
- med;
- ryby;
- extra panenský olivový olej a panenský olivový olej.

### **Identifikační značka**

Potraviny živočišného původu musí být označeny tzv. identifikační značkou. Jedná se o ovál, ve kterém jsou uvedeny údaje vyjadřující zpracovatelskou zemi, veterinární schvalovací číslo podniku a umístění země v EU.

Identifikační označení výrobků živočišného původu označuje skutečnost, že výrobek (zejména masné, mléčné výrobky) byl vyroben v podniku, který splňuje hygienické požadavky pro výrobu potravin živočišného původu. České podniky jsou pod přísným dozorem Státní veterinární správy.

Identifikační značka má oválný tvar (viz obrázek níže). Ve střední části označení musí být uvedeno veterinární schvalovací číslo podniku (dle čísla lze identifikovat českého výrobce na webových stránkách SVS ČR), dále je uvedena zkratka země daného členského státu (CZ, AT, DE, PL apod.). Výrobky českých potravinářů mají v oválu zkratku CZ. V tomto případě znamenají, že výrobce je na území ČR a pod dozorem Státní veterinární správy. Podle čísla lze potom na stránkách Státní veterinární správy dohledat detaily ke konkrétnímu výrobcí:

[https://www.svscr.cz/public/app/subjekty/web\\_all.php](https://www.svscr.cz/public/app/subjekty/web_all.php)



Nejpodrobnější informace o původu potraviny, tedy nejen údaje o původu jejího výrobce, ale také samotné suroviny získá spotřebitel u masa; konkrétně masa hovězího, vepřového, drůbežího, skopového i kozího. „Na obale takového masa musí být uvedena jasná a srozumitelná informace o zemi, kde bylo zvíře, z něhož maso pochází, chováno a o zemi, kde bylo poraženo. V případě, že je maso prodáváno nebalené, musí být tyto informace v těsné blízkosti nabízeného masa.“

### **Nebalené výrobky – země nebo místo původu**

Provozovatel potravinářského podniku, který uvádí na trh nebalenou potravinu, je povinen tam, kde je tato potravina přímo nabízena k prodeji spotřebiteli, v její těsné blízkosti viditelně umístit snadno čitelný údaj obsahující mimo jiné zemi nebo místo původu potraviny.

### **Zabalené výrobky**

Jedná se o výrobky zabalené bez přítomnosti spotřebitele pro účely bezprostředního prodeje, např. v zázemí prodejny.

V tomto případě je provozovatel potravinářského podniku, pod jehož jménem nebo obchodní firmou je potravina uváděna na trh, zajistit na obalu potraviny určeném pro spotřebitele uvedení země nebo místa původu stejně jako je tomu na balených potravinách.

### **Výrobce**

Poznat, která potravina je opravdu česká, není vždy snadné. Jednoznačné je to u ovoce a zeleniny, kde původ musí být uveden. Nejpodrobněji je o původu potraviny spotřebitel v současné době informován u masa a vajec. U potravin živočišného původu, jako jsou třeba masné a mléčné výrobky, je to o něco jednodušší.

Na obalu každé balené potraviny se lze dočíst název a adresu nikoliv výrobce, ale tzv. provozovatele potravinářského podniku. To nemusí být vždy výrobce dané potraviny. Podle platné legislativy se jedná o jméno a adresu provozovatele, který je zodpovědný za to, jak je potravina označena.

### **České výrobky**

Čeští spotřebitelé se stále více zajímají o původ potravin a často preferují české výrobky. Označení Česká potravina není značkou kvality, ale slouží pro podporu českých výrobců na podporu jejich konkurenceschopnosti (rovných podmínek pro podnikání na trhu). Použití označení Česká potravina je dobrovolné a je legislativně upraveno.

Informaci slovy „Česká potravina“ nebo použitím loga lze dobrovolně poskytnout, pokud

a) 100 % složek celkové hmotnosti nezpracované potraviny, vinařských produktů nebo mléka pochází z České republiky a prvovýroba, porážka zvířat a všechny fáze výroby proběhly na území České republiky, nebo

b) součet hmotnosti složek pocházejících z České republiky tvoří nejméně 75 % celkové hmotnosti všech složek stanovené v okamžiku jejich použití při výrobě potraviny a výroba proběhla na území České republiky; přidaná voda se nezapočítává do celkové hmotnosti všech složek.



Logem Česká potravina lze označit nezpracované potraviny (ovoce, zeleninu, luštěniny), mléko a víno, které ze 100 % pochází z České republiky, a kde prvovýroba, porážka zvířat a všechny fáze výroby proběhly na území České republiky. Pro zpracované potraviny (masné, mléčné, ovocné, zeleninové, pekárenské a další výrobky), sestávající z více složek musí součet hmotnosti složek pocházejících z České republiky tvořit nejméně 75 % celkové hmotnosti a musí být vyrobeny na území České republiky.

Původ by rozhodně neměl souviset s bezpečností výrobku – všechny potraviny uvedené na trh EU a zde dále distribuované musí být bezpečné. Zda původu spotřebitel přisoudí atribut kvality, je pouze



na něm. Někdo dá přednost maďarské huse, jiný české. Káva z Kolumbie nebo steak z Argentiny může být nejlepší kvality, ale i jakosti velmi nízké.

Obrazové příklady:

## Spotřebitelské desatero – PŮVOD

### Chybné značení „na regále“

KVĚTÁK



**Země původu:**  
Česká republika,  
Polsko,  
Německo,  
Nizozemí,  
Rakousko

od Českých  
farmářů



23

Spotřebitelské organizace doporučují, aby se spotřebitelé v hledisku původu řídili svou zkušeností a nepodléhali reklamě anebo dokonce fámám. Je především na každém nás, abychom si vyhodnotili důležitost původu potravin při jejím výběru.

## 5. ZNAČKY KVALITY

K usnadnění orientace ohledně kvality výrobků a služeb na trhu mají spotřebitelé napomoci značky kvality. Skutečnost je ovšem taková, že důvěryhodnost některých takových značek je velmi různá, a nezdá se dokonce problematická. Spotřebitel se není schopen v průměru značek orientovat a neví, na které se spolehnout, jak je odlišit, jak vyhodnotit přidanou hodnotu, kterou mu sdělují.

Sdružení českých spotřebitelů již před časem provedlo průzkum značek na trhu. Cílem tohoto hodnocení bylo identifikovat značky, které prokazují jistou úroveň spolehlivosti. Výsledky průzkumu jsme zveřejnili na adrese <https://spotrebitelzakvalitou.cz/projekty/znacky-kvality-2014.php>. Je na každém spotřebiteli, aby si vyhodnotil, jaké znače kvality na obalu či v reklamě důvěřuje, ale obecně se spotřebitelům doporučuje obezřetnost.



V této části studie jen stručně informujeme zejména o značkách na potravinách, které spravují veřejné instituce na národní či evropské úrovni, což jim dává významný stupeň kredibility.

### **KLASA – národní značka kvalitních potravin**



Od roku 2003 uděluje ministr zemědělství kvalitním domácím potravinářským a zemědělským výrobkům národní značku kvality KLASA. Tuto značku spravuje Státní zemědělský intervenční fond (SZIF).

Značka je propůjčována na tři roky s možností prodloužení. Požadovanou kvalitu a složení výrobků posuzuje odborná komise složená ze zástupců státních a dozorových orgánů, vysokých škol a výzkumných institucí, výrobců potravin a spotřebitelů.

Spotřebitele zastupuje v této komisi Sdružení českých spotřebitelů. Kvalitu výrobků se značkou KLASA v tržní síti kontroluje Státní zemědělská a potravinářská inspekce.

Všechny následně uvedené značky se vztahují k původu (region, zeměpisné označení). Vnímány jsou ovšem jako značky kvality, neboť kvalitativní hledisko u nich má zásadní důležitost.

### **Regionální potravina**



Projekt Regionální potravina je celostátním projektem ministerstva zemědělství na podporu malých a středních pěstitelů a výrobců v krajích České republiky. Na projektu se podílejí mj. Agrární komora a Potravinářská komora. Ocenění Regionální potravina obdrží každoročně kolem stovky výrobců ze všech regionů ČR a jejich výrobky jsou propagovány jak v regionu, kde byly vyrobeny, tak na akcích celorepublikového charakteru.

### **Výrobky s chráněným zeměpisným označením**



Evropská značka kvality „Zeměpisné označení“ zahrnuje „**Chráněné označení původu**“ (CHOP) anebo „**Chráněné zeměpisné označení**“ (CHZO). Evropská unie spravuje rejstříky zeměpisných označení pro zemědělské produkty a potraviny, vína a lihoviny. Aby mohl být název výrobku zapsán jako CHOP, musí všechny fáze produkce (např. získávání surovin, čištění a třídění, zpracování, dozrávání, příprava

finálního produktu atd.) proběhnout v dané zeměpisné oblasti a vlastnosti produktu musí výlučně nebo v podstatné míře vycházet z jeho zeměpisného původu. (Například: Všestarská cibule, heřmánek Chamomilla bohemika, Český kmín, Nošovické kysané zelí, Pohořelický kapr, Žatecký chmel.)



Aby mohl být název zapsán jako CHZO, musí se alespoň jedna fáze produkce uskutečnit v dané oblasti a spojení s dotyčnou oblastí může být odůvodněno zvláštní jakostí, pověstí nebo jinou vlastností spojenou s touto zeměpisnou oblastí. (Například: Český modrý mák, Jihočeská Niva, Olomoucké tvarůžky, Jihočeská Niva, Znojenské pivo, Březnický ležák, Mariánskolázeňské oplatky, České pivo, Hořické trubičky, Pardubický perník, Třeboňský kapr, Štramberské uši, Lomnické suchary a další.)

### **Zaručená tradiční specialita**



Další evropskou značkou kvality je „**Zaručená tradiční specialita**“ (ZTS). Rozumí se jí názvy zemědělských produktů nebo potravin, které jsou produkovány za použití tradičních surovin nebo tradičními způsoby produkce nebo které mají tradiční složení. (Například: Pražská šunka, Špekáčky, Liptovský salám, Spišské párky, Lovecký salám.)

### **Vyrobeno podle České cechovní normy**



Poslední zde uváděná značka je příkladem značky kvality spravované profesním svazem výrobců – Potravinářskou komorou. Spotřebitelé se s ní mohou setkat u vybraných výrobků, kde výrobce deklaruje shodu s normou zavedenou oborově Potravinářskou komorou. Česká cechovní norma může být zpracována buď pro skupinu potravin vyráběných několika výrobci na území ČR, nebo i pro jednu konkrétní potravinu vyráběnou jedním konkrétním výrobcem. Se značkou „Vyrobeno podle České cechovní normy“ se můžeme setkat u různých výrobků masných, mléčných, lahůdkářských a dalších. Jako spotřebitelé si můžeme přát, aby cechovní normy byly co nejpřísnější.

Značky, o nichž nevíme, ani kdo je jím správcem či garantem (na rozdíl od shora uvedených) vnímejme jako spotřebitelé velmi obezřetně. Každá značka má svá specifika, nemusí však nutně znamenat vyšší kvalitu potravin.

## 6. OBAL A DESIGN

Známe asi všichni úsloví „obal prodává“. Můžeme se cítit být odolní proti jakékoliv manipulaci, avšak takováto odolnost není absolutní a u většiny spotřebitelů nás obal svým grafickým zpracováním, formou, upoutávkami atp. nepochybně významně ovlivňuje. Jisté je, že si to výrobci uvědomují a moderní marketingové i grafické technologie formy takového působení na spotřebitele rozvíjejí.

### 3 – Balení a vzhled obalu

Co nás ovlivňuje? - Grafické zpracování, forma, upoutávky

Obal musí: chránit, být funkční, splňovat požadavky na bezpečnost, poskytovat nezbytné informace

Nešvary - V objemné krabici uložen malý sáček

Co zvažujeme? - Praktické aspekty, např. snadná otevíratelnost

Obal musí výrobek chránit, být funkční, splňovat požadavky na bezpečnost a poskytovat nezbytné informace dle legislativních požadavků.

V posledních letech se čteněji objevují obchody, které nabízejí výhradně zboží, které není balené u výrobce, ale prodejce je odebrává ve velkoobjemovém obalu, aby pak spotřebiteli požadovanou hmotnost, objem či počet sám připravil a zabalil – do přinesených obalů, či jinak „ekologicky“. Hovoříme o „trendu“ prodeje výrobků, které se už dávno, dávno balily jen průmyslově – rýže, mouka, těstoviny, či mléko ... Zatím to jsou ovšem spíše „výstřelky“, které nejsou obvykle příliš vítány hygieniky a odůvodněně (např. prodej mléka z automatů rychle zazářil a stejně rychle i skončil); přeci jen výrobek dodávaný na trh balený je z hlediska hygienické a zdravotní nezávadnosti méně problematický a méně rizikový. Ale jsou spotřebitelé, kteří tuto novou (či spíše obnovenou) formu prodeje dnes upřednostňují, a řada důvodů je vede i k tomu, abychom obaly neplýtvali.

Přetrvávají také nešvary, které nesvědčí o řádném přístupu producentů k udržitelné společnosti – na mysli zde máme praktiku balení, kdy do objemné krabice je vložen neúměrně malý sáček s vlastní potravinou.

Jedním z hledisek, které má obal zohledňovat je, „přijatelnost obalu pro zákazníka“. Co si pod tím můžeme představit? To, že spotřebitel zvažuje i praktické aspekty balení, například snadnost otevírání obalu. Sdružení českých spotřebitelů provedlo průzkum mezi spotřebiteli se zjištěním, že ne vždy se jim daří obal snadno otevřít a zdaleka se to netýká pouze seniorů a zdravotně postižených osob. Je problém rukou otevřít uzávěr plastové lahve, odtrhnout víčko plastové misky, uvolnit sáček čaje z některého typu obalu. Naše zjištění navíc dokumentují, že výrobci ani prodejci si nejsou vědomi existence normy, podle které se snadnost otevírání obalů má posuzovat. Výsledky průzkumu jsou k dispozici na adrese <https://www.top-normy.cz/temata-normalizace/30-normalizace-vyrobky/39-obaly-a-baleni/a-snadnost-otevirani.php>.

I v technologii balení by měl spotřebitel do budoucna více uplatňovat své zájmy a utvářet poptávku tak, aby se nabídka výroby a prodeje přizpůsobila jemu, a nikoli on nabídce. Hezký a zdařilý design

spotřebitel nepochybně pochválí, a hlavně oceňuje praktičnost a efektivitu, resp. by k tomu měl být veden a vychováván.

V kapitole obal a design zmiňme i téma dvojí kvality na trhu potravin. Sem totiž nepochybně patří: Dvojí kvalita totiž se týká výrobku v EU nabízeného k prodeji a uváděného na trh výrobek s různými vlastnostmi anebo složením, přitom zavedený pod určitým, všeobecně známým názvem, značkou, grafickým vyobrazením atp. Protože ale tento způsob přístupu k zákazníkovi považujeme za klamání spotřebitele (a nekalou obchodní praktiku), vrátíme se k tématu v příslušné kapitole (8).

Doporučení spotřebitelských organizací spotřebitelům:

... Nenechme se zmást vnějším vzhledem obalu, designem. Ano, oceňujme hezký, přitažlivý ale hlavně praktický obal. Nenechme se ale manipulovat. Atraktivní obal neznamena sám o sobě kvalitní výrobek.

## 7. CENA

Cena je i nadále pro spotřebitele podstatný faktor při výběru potravin.

V červnu 2019 zveřejnila Evropská komise výsledky průzkumu provedeného EFSA k bezpečnosti potravin v EU (Eurobarometr Food safety in the EU, Fieldwork April 2019, Publication June 2019). Jedná se o první komplexní průzkum k bezpečnosti potravin v EU od r. 2010. K tomuto průzkumu se ještě vrátíme v závěrečné kapitole studie (10) a komplexněji pojatou informaci k výsledkům průzkumu podáváme v příloze (RŮZNÉ TEXTY, Potraviny – bezpečnost a kvalita; jak je vnímá spotřebitel? Text publikovaný v Perspektivách kvality III/2019). V rámci průzkumu EK jsou uvedeny i výsledky, které vyhodnocují, jak spotřebitelé v EU a taky v Česku vnímají cenu při svém rozhodování o koupi.

### **Jaký je průměrný Evropan?**

Možná je překvapující, že pro většinu Evropanů představuje cena jeden z klíčových aspektů, které ovlivňují jejich stravovací návyky a výběr potravin při nákupu. Při nakupování potravin je pro průměrného Evropana nejdůležitější, odkud potravina pochází (53 %); v těsném závěsu je ale hledisko ceny (51 %) a dále bezpečnost potravin (50 %). Jak ale vidno, rozdíly jsou zcela nepatrné.

I další výsledky průzkumu jsou nesmírně zajímavé. Průzkum se např. zaměřoval na zjištění, zda a jakým aspektem bezpečnosti potravin se spotřebitelé věnují, jaké jsou příčiny jejich obav, také komu vlastně na mediálním trhu spotřebitelé nejvíce důvěřují (jsou to vědci (82 %) a spotřebitelské organizace (79 %)), atd. Odkazujeme na již citovanou přílohu.

### **A jak se chovají Češi?**

Hlavní hlediska při nákupu (srovnáno s průměrným Evropanem) (v %):

Aspekt při výběru a rozhodování	ČR	EU
Cena	62	51
Původ	56	53
Chuť	54	40
Bezpečnost	40	50
Živiny, obsah	40	44

Kvalita – zdraví – cena



37

### **Nic není gratis**

Z dvanácti testovaných vzorků byl bez výhrad ke značení jen jeden – Albert Excellent. Všechny ostatní měly větší či menší chyby, které komplikují spotřebitelům výběr. Některé je dokonce klamou.

Třeba když slibují cokoliv zdarma, jako například Dobroty babičky Kláry se sloganem „plus 25 % zdarma“.

„Takové tvrzení je podle zákona na ochranu spotřebitele považováno za klamavou obchodní praktiku a je zakázané, protože spotřebitel nic zdarma nedostává,“ vysvětluje Irena Michalová.

Klamavou obchodní praktikou jsou všechny případy, kdy podnikatel uvádí u výrobku, za který musí spotřebitel vynaložit jakékoli náklady, slova jako gratis, zdarma, bezplatně nebo podobného významu.

K těmto i dalším výsledkům se budeme ve studii vracet v závěrečné kapitole 10. Nyní k tématu ceny: český spotřebitel stále přistupuje k ceně jako k hlavnímu aspektu zvažovaném při nákupu. Jsme totálně v zajetí slevových kampaní řetězců a není nám pak pomoci.

Že ale klademe vysoký důraz například na chuť, je pozitivní, a to zejména s ohledem na skutečnost, že to není na úkor podcenění výživového složení potraviny.

SČS se věnuje tématu potravin dlouhodobě a v rámci dostupných zdrojů usilovně. O českém spotřebiteli si jistě nemůžeme dělat iluze, a to bez jakékoliv urážky. Je prostě realitou, že průzkum bohužel potvrzuje dramatickou sílu ceny při jeho rozhodování (62 %). I zde ale je pozitivní rys – pokles ze 75 na 62 % za 10 let. To není malé zlepšení. Přesto, naším „cílem“ by mělo být alespoň oněch 51 % „evropského“ průměru. To ovšem je daleko a nejde to samo.

Prodejní řetězce mají otevřené pole se svými slevovými letákovými akcemi, zaplavujícími každý den dopisní schránky milionů potenciálních spotřebitelů. Cena, cena, cena, na kvalitu zapomeňte, resp. tu dostanete jako bonus „zadarmo“!

Představme si, že jsme spotřebitelé, kteří „na to mají“; jen nemáme při nákupu čas a vybíráme podle nejvyšší ceny – a...? Dostaneme za nadstandardní cenu nadstandardní kvalitu? Kdyby to tak bylo, bylo by to výborné, neboť bychom se nemuseli zabývat ostatními aspekty zde popsanými. Bohužel, i za vysokou cenu můře spotřebitel obdržet běžnou (a i kvalitativně podřadnou) potravinu. Musí být obezřetný a zvažovat další souvislosti. Pokud tak neučiní, může být zklamán.

Spotřebitel stále mnohdy vybírá výrobek i službu podle ceny (rozuměj – co nejnižší). Nabízí se otázka, zda za nízkou cenu, často v akci, ve slevě, můžeme dostat standardní či dokonce nadstandardní úroveň kvality.

I za nízkou cenu rozhodně musíme obdržet potravinu zdravotně nezávadnou, odpovídající všem platným předpisům, které se na ni vztahují. Otázkou ale může být složení. Vždyť známe pořekadlo „za málo peněz, málo muziky.“ Nízká cena může být z mnoha důvodů:

- doprodeje zboží (blíží se konec doby trvanlivosti),
- nižší obsah rozhodné složky,
- náhrada dražší složky levnější,
- množstevní sleva,
- nižší množství potraviny ve srovnatelném nebo velmi podobném balení (např. máslo 250 g a 200 g).

Je jen na nás spotřebitelích, umět vyhodnotit svá očekávání a posoudit, jak je daný výrobek za danou cenu splní.

Komentář spotřebitelské organizace:

Zřejmě budeme zklamáni, pokud vybíráme podle nejnižší ceny. Ale zklamán bude také, bohužel, ten z nás, kdo nezávážně všechny vlivy a aspekty při výběru potraviny a domnívá se, že vysokou či i nejvyšší cenou získá tu nejvyšší kvalitu.

## 8. NEKALÉ OBCHODNÍ PRAKTIKY



Na obalu potravin je uvedeno mnoho informací; jejich a porozuměním lze předejít nákupu výrobku, který nesplní naše očekávání. Za jednu z nejdůležitějších považujeme složení výrobku. Jeho správné čtení nám pomůže vyvarovat se marketingovým tahům, které průměrnou potravinu dokáží představit jako „superpotravinu“, přestože žádná taková potravina neexistuje.

Povinnosti, co a jak musí být na baleném výrobku uvedeno, ukládají české zákony a prováděcí vyhlášky a také nařízení Evropské unie. Přesto jsou stále na trhu nabízeny potraviny označené informacemi, které neodpovídají platným předpisům. Jejich nabízení lze pak nezdědkou označit jako nekalou – klamavou obchodní praktiku.

Obecně platí, že informace uváděné na potravinách:

- Nesmějí uvádět spotřebitele v omyl, pokud jde o charakteristiky potraviny (nesmějí ani podle vzhledu, popisu nebo vyobrazení vyvolávat nesprávný dojem), nesmějí uvádět účinky nebo vlastnosti, které dotčená potravina nemá a nesmějí vyvolávat dojem zvláštnosti, zejména výslovným zdůrazňováním přítomnosti nebo nepřítomnosti určitých složek nebo živin, pokud se stejnými charakteristikami vyznačují všechny podobné potraviny.
- Příkladem posledně uvedeného je klamavé označení „mléko (máslo, tvaroh, bílý jogurt) neobsahuje konzervační látky“, „neobsahuje barviva“. Na základě takové informace se spotřebitel domnívá, že na trhu může koupit též mléko, máslo, tvaroh nebo bílý jogurt s konzervačními látkami nebo barvivy. To však není pravda, je to klamání spotřebitele, neboť všechny srovnatelné výrobky nesmí takové látky obsahovat a neobsahují je.
- Musí být čitelné, přesné, jasné, spotřebitelům snadno srozumitelné.
- Nesmějí připisovat potravině vlastnosti (nebo na ně odkazovat) umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, a to s výjimkou přírodních léčivých minerálních vod a potravin „určených pro zvláštní výživu“, které podléhají zvláštním předpisům.
- Údaje musí být uvedeny v České republice v českém jazyku.

Za informace o potravině (na obalu, při nabízení k prodeji, na letáku nebo v reklamě) odpovídá ten, kdo je uveden na obalu, tj. výrobce, balírna, dovozce, distributor nebo obchodník. Nikdo je následně nesmí měnit, pokud by tyto úpravy mohly uvádět konečného spotřebitele v omyl nebo snížit možnost spotřebitele rozhodovat se při výběru potravin. Každý subjekt od výroby po prodej konečnému spotřebiteli pak odpovídá za veškeré jím provedené změny informací.

Zákon o potravinách doznal změny, která nabyla účinnosti v r. 2021, a která do naší legislativy zavádí vyloučení dvojí kvality potravin, aniž by ale byl této pojem použit a zaveden. Podle § 10 je na trh zakázáno uvádět potraviny (nově):

„zdánlivě totožné s potravinou uváděnou na trh v jiných členských státech Evropské unie, ačkoliv potravina uváděná na trh v České republice má podstatně odlišné složení nebo vlastnosti, pokud to není odůvodněno oprávněnými a objektivními skutečnostmi a pokud není potravina opatřena snadno přístupnou a dostatečnou informací o tomto odlišném složení nebo vlastnostech“.



Téma bylo dlouhodobě vnímáno kontroverzně a rozdělovalo odbornou, ale i širokou veřejnost. Kvalita výrobku je pojmem poněkud relativním, protože každý spotřebitel ji může vnímat zcela odlišně, osobně.

Např. ve Sdružení českých spotřebitelů (SČS) se tématu dvojí kvality výrobků věnujeme již řadu let; zastáváme silný názor, že pokud je v různých zemích EU nabízen a uváděn na trh výrobek s různými vlastnostmi anebo složením, přitom zavedený pod určitým, všeobecně známým názvem, značkou, grafickým vyobrazením atp., jedná se o klamání spotřebitele (nekalou obchodní praktiku). A to zejména, pokud existuje důvodný předpoklad, že odlišné vlastnosti či receptura mohou mít významný vliv nejen na jeho kvalitu, ale právě i na cenu; a to i v případě, že v označení jsou jeho vlastnosti a složení správně uvedeny.

### **Průzkum Evropské komise**

Na konci června 2019 zveřejnila Evropská komise studii provázenou zprávou o výsledcích komparativních testů vybraných potravin za účelem potvrzení dvojí kvality a zjištění rozsahu tohoto problému. Komparativní testy byly provedeny Společným výzkumným střediskem EK v souladu s jednotnou metodikou a byly financovány Evropskou komisí. Výsledky komparativních testů poukazují na to, že některé potraviny jsou označeny stejnou nebo podobnou značkou, i když se jejich složení liší.

V rámci studie bylo posouzeno 1 380 vzorků 128 různých potravinářských výrobků z devatenácti členských států EU. Sami autoři studie zdůrazňují, že ani tento zdánlivě rozsáhlý soubor však není reprezentativní z hlediska velké rozmanitosti potravinářských výrobků na vnitřním trhu EU.

Přesně v polovině případů **složení odpovídalo způsobu, jak byly potraviny prezentovány**: 23 % výrobků mělo totožnou přední stranu obalu a totožné složení a u 27 % výrobků bylo signalizováno odlišné složení v různých zemích EU při odlišných předních stranách obalu.

**Celkem 9 % potravin, které byly prezentovány jako stejné v celé EU, mělo rozdílné složení:** u těchto výrobků byla přední strana obalu totožná, ale jejich složení se lišilo.

**Dalších 22 % potravin nabízených podobným způsobem mělo rozdílné složení:** u těchto výrobků byla přední strana obalu podobná, ale jejich složení se lišilo.

**Neexistuje žádný jednotný zeměpisný vzorec**, pokud jde o používání stejného nebo podobného obalu pro výrobky s rozdílným složením.

Zjištěné **rozdíly ve složení** testovaných výrobků navíc nezbytně **neznamenají rozdíly v jejich kvalitě**.

A dále – „hodnocení, zda některý z identifikovaných případů stejného uvedení na trh zboží s podstatně odlišným složením by představoval klamavou praktiku a přesahovalo by účel této studie“, upozorňuje EK. Podle příslušných právních předpisů by příslušný vnitrostátní orgán musel vyžadovat další specifické posouzení případů, které by zohlednily všechny ostatní důležité faktory (zejména legitimitu a objektivitu jakéhokoliv zdůvodnění, které poskytuje majitel značky).

### **Průzkum Sdružení českých spotřebitelů**

Průzkum realizovaný ve spolupráci SČS a profesionální výzkumnou agenturou SC&C v červnu 2019 se zaměřil na několik okruhů bezprostředního zájmu spotřebitelů v ČR. A jedním z nich byla právě (tzv.) dvojí kvalita potravin. Průzkumu se zúčastnilo 805 respondentů; a k jednotlivým výsledkům s komentářem SČS:

*9 z 10 spotřebitelů považuje různé složení výrobků za nekalou praktiku, která by měla být zakázána.*

Komentář Sdružení: Za toto zjištění v rámci průzkumu jsme rádi, je v souladu s postojem SČS.

3 ze 4 spotřebitelů nesouhlasí s rozdílným složením výrobků stejné značky i v případě, že není porušen zákon.

Komentář: Toto zjištění prokazuje velkou citlivost českého spotřebitele k tématu dvojí kvality. To, že je dosažen zákon, není pro něj dostačující, aby dvojí kvalitu toleroval či omlouval.

Více než 4/5 spotřebitelů souhlasí s výrokem, že Česko je popelnicí Evropy

Komentář Sdružení: SČS není rádo za podobné kategorické a zavádějící výroky. Nemáme žádné důkazy ani projevy, že by Česko bylo popelnicí Evropy. Výsledek je mimo jiné i následek populistických kampaní, vedených právě ke dvojí kvalitě, ale nejenom. Pocity českého spotřebitele ale naše sdružení citlivě vnímá a budeme s nimi nakládat jako s významnou součástí informací o situaci na trhu.

Prakticky všichni spotřebitelé jsou přesvědčeni o tom, že u potravin je praktikována dvojí kvalita výrobků

- Potraviny 96 %
- Drogerie 81 %
- Spotřební zboží 44%

Komentář Sdružení: Výsledek potvrzuje reálnou situaci, že dvojí kvalita se netýká pouze potravin, v souladu s předcházejícími výsledky již nepřekvapí vysoký podíl respondentů, kteří dvojí kvalitu vnímají za zásadní problém.

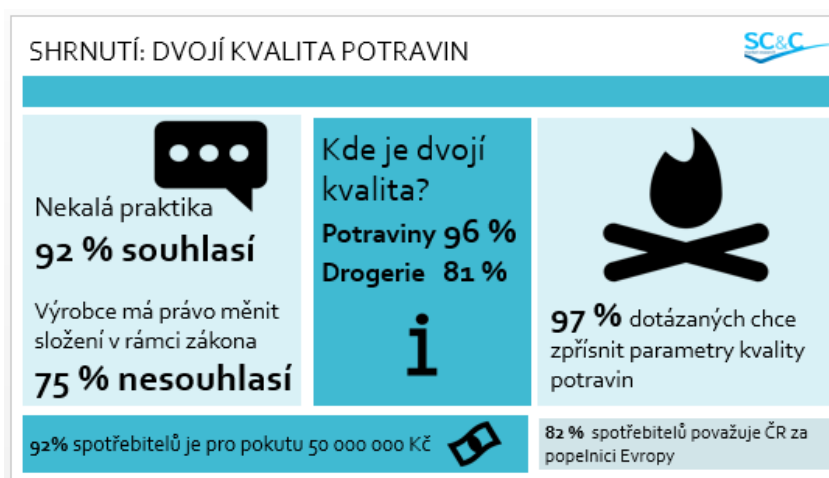
Zákaz dvojí kvality by měl být součástí zákona o ochraně spotřebitele

Komentář Sdružení: Tento výsledek je pro nás příjemným překvapením. Shoduje se s přesvědčením naší organizace, že regulativní opatření by neměla být duplikována či nepřehledně rozvíjena v různých právních předpisech.

Přibližně třetina spotřebitelů nakupuje v zahraničí pravidelně, třetina příležitostně a třetina vůbec.

Komentář Sdružení: Tento mimořádně zajímavý výsledek samozřejmě vůbec nemusí souviset s vysokou citlivostí spotřebitele na dvojí kvalitu. Víme, že se mnohdy jedná i o kvalitu prodeje samotného, dostupnost jiného a nového sortimentu, širší výběr, a další. Průzkum zde nešel do podrobností, jistě by to bylo další zajímavé téma.

SČS připravovalo průzkum o dvojí kvalitě s tím, že mnohé otázky související s tímto tématem byly se spotřebiteli v minulých letech vícekrát diskutovány. Spotřebitelé nás opakovaně informovali, že téma dvojí kvality pro ně je citlivou záležitostí, kterou nelze podceňovat. Přesto výsledky průzkumu trochu překvapily z hlediska míry a intenzity vnímání některých aspektů spotřebitelem. Platí také, že dosavadní intenzivní zaměření pouze na potraviny nepostihuje celou problematiku.



## Mýty, bludy a fámy – neboli hoaxy

Nabízení potravin (a otázky výživy obecně) je provázeno mnoha mýty, fámami, bludy a nyní je „in“ požívat i výraz hoax. Zejména díky elektronickým médiím je dnešní doba pro jejich šíření ideální.

Základní praktika autorů hoaxů a oslovení čtenářů je obvykle jednoduchá. Vychází z hlubokého (a ne zcela neoprávněného) předpokladu, že většina české populace nerozumí odborným či i „vědeckým“ argumentům a důkazům, které informaci provázejí a odkazují na ni. A bohužel nezdědka tyto nesmyslné „výroky odborníků“ posvěcují i osoby s lékařským či jiným akademickým titulem. Samozřejmě, často jsou tyto odkazy a „záštity“ zcela vymyšlené. Ale máme i případy, kdy se – překvapivě (?), jedná o reálné osoby.

Na tomto místě studie připomeneme jistá „definiční“ vymezení s tím, že na problematiku hoaxů se zaměřuje speciálně připravená publikace, rovněž podpořená Radou kvality ČR. Zveřejněná bude na podzim 2021 na stránkách <https://konzument.cz/publikace/jak-pozname-kvalitu.php>.

„Hoax“ je příklad dalšího anglicismu, tedy anglického slova, které se běžně začalo požívat v českých textech. Důvodem může být, že se původně používalo především v počítačovém světě a označovala se jím poplašná zpráva, která varuje před neexistujícím nebezpečným virem.

Významově se jím rozumí falešná zpráva, mystifikace atd., v poslední době se často používá výraz dezinformace, kde ale hoax může být vnímán spíše jako jeden z účinných nástrojů dezinformační kampaně. Jako hoax můžeme také označit šířenou zprávu, která obsahuje nepřesné, zkreslující informace, účelově upravené polopravdy nebo směsku polopravd a lží. Hoax se snaží přesvědčit o své důležitosti tím, že informace je co nejvíce šokující, dramaturgizuje výskyt nového nebezpečí, vytváří u čtenáře pocit nezbytnosti naléhavé pomoci, která mu je nabízena. Dalším častým společným znakem hoaxu je, že vnucuje důvěryhodnost zdrojů. Běžné je odkazování na lékaře, univerzity, neexistující organizace vznešených názvů a titulů, ale i na získané certifikáty, které velmi často se týkají pouze zdravotní nezávadnosti, nikoliv obsahu účinné látky nebo účinků přípravku.

Dalším užívaným prostředkem hoaxu je vytváření dojmu, že šířená informace je tajná, uniklá ze zatajovaných zdrojů státu či významné mezinárodní instituce, důkazem čehož je, že oficiální média o ní mlčí a nesmí se o ní mluvit; ale autor zprávy ji objevil a vyzývá k jejímu sdílení. Výzva k dalšímu rozeslání je pro hoax typická. Právě proto se tyto nesmysly lavinovitě šíří.

Spotřebitel za kvalitou, ... kvalita za spotřebitelem

Společitel za kvalitou...

Téma dne

Testy kvality

**Bludy a fámy**

- Fámy - bludy - co to je
- Citrusy a rakovina
- Káva a mlékem
- Křehčené ovoce**
- Palmový olej
- Leppek - prý také v rýži
- Zubní pasty
- Odkyselení organismu

Kvalita - sektor po sektoru

Značky kvality

Tiskoviny

Potravinový rozcestník

O nás

Kontakty

### Potraviny: Bludy a fámy, „defámizace“ a „debludizace“.

Oblast potravin a výživy je provázena mnoha fámami a bludy. Dnešní doba je „díky“ elektronickým médiím pro jejich šíření ideální.

V jednom starém filmu se praví (parafrázuji):  
„Boule, rány, kuřáka, vše vyřídí kolajoka!“  
Ověřeno lékařskými kapacitami.  
Ověřeno i v případech klinické smrti.\*

Většina populace se tomuto výroku asi ani nezasměje, je pěcti tak omšlý. Bezprostředně po zhlédnutí filmu, v soukromé chvíli u svého elektronického média, zaznamenají lidé mailovou zprávu či náhodně (?) nalezenou informaci na googlu, která je prakticky identická, a obdrženu či nalezenou radu zařnou zcela váženě aplikovat. Na sobě, na partnerovi, na rodičích, na dětech...

Šířitelé fám a bludů (mohou to být i naši přátelé) alespoň chvílkově informacím, které dostali či vyhledali, podlehlí.

Iniciátoři fám a bludů mají obvykle jiné, obvykle velmi praktické důvody, než o no svatě přesvědčení o jejich podstatě a pravdivosti.

Základní praktika oslovení čtenářů je ale obvykle jednoduchá. Vychází z hlubokého (a ne zcela neoprávněného) předpokladu, že 99,9 % české populace ví o chemii tolik, co autoři těchto iniciativ sami – totiž nic. Hluboce totiž platí, že v okamžiku kdy jsme naší na rozvrhu hodin první chemii, téměř všichni jsme šli daný den do školy s pocitem „chemie, chemie, z tebe blbě mí je“. Chemii jsme neposkvěrně, věříme jakémukoliv blábolu, který nám je náležitě „vědecky“ předložen a vysvětlěn. Že o chemii neví nic ani autoři těchto doporučení, mnohdy páni doktoři (s titulem MUDr. aby nedošlo k omylu), je z desítek a stovek iniciativ jimi podpořených zřejmé.

Šířením hoaxů a jiných řetězových e-mailů se uživatel proviňuje proti pravidlům Netikety - pravidel chování na Internetu (<https://hoax.cz/hoax/netiketa>).

Existuje více zdrojů, kde lze snadno dohledat vyvrátitelnost šířených scestných informací o potravinách. Pokud podobnou zprávu obdržíte a nemáte jistotu, můžete si prohlédnout některý ze seznamů HOAXů, např. viz <https://hoax.cz/cze/> z něhož jsme také čerpali, anebo <http://www.bezpecnostpotravin.cz/>. Také SČS se snaží na toto téma na stránkách <http://spotrebitelezakvalitou.cz/bludy-a-famy.php> reagovat. Nu a samozřejmě webové stránky – spravované Státní zemědělskou a potravinářskou inspekcí <http://www.Potravinynaprawyri.cz>

The image contains two promotional posters side-by-side.

**Left poster:** Titled "X potraviny na pranýři" (X foods on the chopping block) with the subtitle "nejakostní, falšované a nebezpečné potraviny" (poor quality, falsified and dangerous foods). It features a hand holding a smartphone displaying a green apple icon with a red 'X' and the SZPI logo. A cartoon scientist with a microscope and a beaker is on the left, and a cartoon man with a mobile phone and a tablet is on the right. A speech bubble says "Sledujte nás na Instagramu!" (Follow us on Instagram!).

**Right poster:** Titled "Jak poznáme kvalitu? VYVÁŽENÁ STRAVA A ZDRAVÍ" (How do we know quality? BALANCED DIET AND HEALTH). It features the SZPI logo and the SČS logo. A yellow background has a large green checkmark. A white card with the text "MOTTO: Kvalita za spotřebitel, spotřebitel za kvalitu" (Quality for the consumer, consumer for quality) is shown. Below it, it says "PUBLIKAČNÍ ČESKÉ TECHNOLOGICKÉ PLATFORMY PRO POTRAVINY" (Czech Technological Publishing Platforms for Food). At the bottom, it lists "Bohumiř Turek, Petr Šima, Irina Šichalová".

## 9. KULTURA A HYGIENA PRODEJE

Kultura a hygiena při prodeji i nákupu zejména nebalených potravin v tuzemsku není stále na dostatečné úrovni. Potravina, byť správně a hygienicky vyrobena může být při manipulaci, nabízení a prodeji znečištěna či napadena (kontaminována) různými typy mikroorganismů (viry, bakterie, plísně). Rezervy jsou na straně obchodníků i v chování zákazníků. Existuje sice předpis EU o hygieně potravin (Nařízení ES č. 853/2004), ale je formulován pouze v hlavních rysech a zaměřuje se zejména na výrobu potravin.

*Nebalené potraviny musí být při prodeji umístěny tak, aby byly chráněny před znečištěním, klimatickými vlivy, a nejde-li o samoobslužný prodej pečiva, ovoce a zeleniny, i před kontaktem se spotřebitelem.*

Nebalené potraviny musí být při přípravě, vystavení a prodeji chráněny proti kontaminaci, povětrnostním vlivům a kontaktu se spotřebitelem. Při prodeji nebalených potravin určených k přímé spotřebě musí být vyloučen přímý kontakt rukou obsluhující osoby s těmito potravinami.

Přesto se stále setkáváme s nesprávným a nehygienickým zacházením, ke kterým dochází jak ze strany prodávajících, tak kupujících.

### *Prohřešky ze strany prodávajících*

- celkově ušmudlaný dojem z obchodu,
- zápach,
- špinavé podlahy,
- nevábné regály,
- neuspořádané zboží,
- znečištěné nákupní vozíky a košíky,
- prodavač u pultového zboží bez ochranných rukavic, zakrytí vlasů,
- znečištěný pás nebo odkládací část,
- nevábný vzhled vitrín u lahůdkových pultů, ap.
- znečištěná plocha u pokladny,
- jiné závady v hygieně.

Stále se setkáváme s tím, že u pečiva nejsou k dispozici podávací kleště, mikrotenové rukavice, koš na odkládání použitých rukavic.

### *Prohřešky ze strany kupujících*

- probírání se pečivem rukama bez použití mikrotenových rukavic či k tomu určených kleští,
  - „mačkání“ rukama zboží, především ovoce k zjištění, zda je čerstvé či zralé nebo naopak naměkklé a přezrálé,
  - na nechráněné nebalené potraviny jako pečivo, ovoce či zeleninu lidé prskají a kýchají,
  - znehodnocené pekařské výrobky spadlé na zem
- zákazníci často vracejí zpět do prodejního koše.



Bohužel v České republice dosud není obvyklé, abychom při výběru ovoce a zeleniny používali ochranné mikrotenové rukavice a „nepřehrabovali“ zboží.

Zásadní je vybírat si zboží před jeho vložením do nákupního košíku očima, a nikoli rukama.

### *Prodej na dálku*

I pro internetové portály nabízející prodej potravin platí stejné požadavky na obsah informací, jako na potraviny nabízené v „kamenném obchodě“. To znamená, že každá nabízená potravina musí obsahovat informaci o názvu potraviny, seznamu složek, množství, trvanlivosti (datu minimální trvanlivosti nebo datu použitelnosti), způsobu uchování nebo podmínek použití, jména provozovatele potravinářského podniku (tedy toho, kdo je za kvalitu a údaje na potravině zodpovědný), ve vymezených případech zemi původu (viz výše), návodu k použití (je-li to nutné), výživové údaje. Tyto vše musí být k dispozici před dokončením nákupu a uvedeno v materiálu podporujícím prodej na dálku. Tyto údaje mohou být poskytnuty i jiným jasně určenými vhodnými prostředky. Veškeré povinné údaje musí být k dispozici v okamžiku doručení.

Nejčastěji se s nedostatečnými údaji setkáváme při nabídce doplňků stravy nabízených na webových stránkách, které bývají doprovázeny zdravotními tvrzeními, ne vždy korektními, jak vyplývá ze zpráv z kontrol SZPI.

*Podrobnější informace můžete získat na internetu např. v příručce „Hygienické minimum pro pracovníky potravinářských prodejen“ ([www.socr.cz/aktivita/minimum](http://www.socr.cz/aktivita/minimum)), dále na webové stránce Státní zemědělské a potravinářské inspekce ([www.SZPI.cz](http://www.SZPI.cz)) a webových stránkách Informačního centra bezpečnosti potravin ([www.ICBP.cz/prodejpotravin](http://www.ICBP.cz/prodejpotravin)).*

Sdružení českých spotřebitelů vydalo ve spolupráci se SOCR ČR na téma *Hlavní hygienické nešvary ze strany prodejce i spotřebitele osvětový leták vystavený v e-formě Zde* (zkrácený přetisk následuje).

## VČERA, DNES A ZÍTRA V PRODEJNĚ POTRAVIN

**Jak je to DNES, to znám! SUPER!!**

**Jak to bylo VČERA?**

**Ale tohle super NENÍ!!**

**A ZÍTRA?**  
Můžeme a musíme to přeci ovlivnit! MŮŽE a musí to být lepší!

**potraviny na pranýři**  
Kupování, balení a nebezpečné potraviny

- 1. Vykoupení rukou
- 2. Použití dezinfekčního prostředku (pro pracovníky)
- 3. Vykoupení rukou
- 4. Použití dezinfekčního prostředku (pro zákazníky)
- 5. Vykoupení rukou
- 6. Použití dezinfekčního prostředku (pro pracovníky)
- 7. Vykoupení rukou
- 8. Použití dezinfekčního prostředku (pro pracovníky)

Stará adresa: Zlá adresa:  
Starý výrobek: Zlá adresa:  
3. 6. 2017

## MŮŽE ZA TO VŽDYCKY SPOTŘEBITEL?

**Dobrý den, paní. Já jsem školní reportér. Mohu se zeptat, proč se v těch rohlíčích probíráte? Není to hygienické a korektní vůči dalším zákazníkům ...**

**„Viděla jsem, že prodáváci tady michají staré a čerstvé pečivo, proto si musím na pedvo sáhnout, chci čerstvé zboží...!“**

**Paní a páni prodáváci, že nám nebudete nabízet pečivo smíchané staré s čerstvým? My slibujeme, že se taky polepšíme...**

**Nešvary ze strany prodejce**

- Nejsou k dispozici jednorázové rukavice, kleště a další pomůcky na uchopení nebalených, zejména pekařských výrobků.
- Chybí dostatečné viditelná a motivující instruktáž spotřebitele, jak má bez dotyku rukou pekařské výrobky vkládat do sáčku, aniž by ostatní kontaminoval dotykem rukou, kašláním, kýcháním.

**Hledáme inspiraci, kde už to řeší jinak.**

**Ale pokračujme!**

- Provozovatel nezajišťuje dohled nad hygienickým prodejem nebalených (např. pekařských) výrobků (obsluha úseku jen doplňuje zboží), a nezajišťuje tak ochranu nebalených výrobků před kapátkovou kontaminací.
- Provozovatel nechává dlouhou dobu zboží na přepravní paletě před přemístěním do prodejních regálů a boxů; platí to jak o nezakrytém pečivu, ale zejména o výrobcích, které patří co nejrůzněji do chladicích boxů (masné a mléčné výrobky).
- Jsou značné rozdíly v kvalitě personálu stálého a začíveného a na druhé straně krátkodobě najatých sil a brigádníků. To se týká zejména zboží prodávaného u pultu na váhu (sýry, uzeniny, lahůdkářské výrobky); nedostatek se týká i nedostatečného zakrytí vlasů či nečistého oděvu a samozřejmě nižší informovanosti; vše je ale plně v kompetenci provozovatele, aby to zajistil.

## NO, MY SPOTŘEBITELÉ NEJSME ŽÁDNÍ ANDÍLCI!

**Dobrý den. Mohu se zeptat, pane, proč si nevezmete mikrotenuovou rukavici či kleště, když se probíráte pečivem? A vy, paní, proč osaháváte a omáčkáváte pino rajčat, které si pak nevezmete a necháte je pro dalšího zákazníka?**

**Hm, ani jeden nic neříkáte. Třeba si, paní, myslíte, že si rajče doma stejně každý omyje; ale stejně ...! A hlavně, za pár hodin mohou otlačená rajčata prodáváči vyhodit. ...A pečivo? Vy si ho, pane, doma oplachujete? Jistě ne. Tak já vám něco ukážu ...**

**Potravina může být kontaminována mikroby nesprávným hygienickým zařízením. Špína je rájem pro mikroby, z nichž mnozí mohou ohrozit zdraví; zejména i zdravého silného člověka může setkání s takovou potravinou poškodit a poznamenat do konce života.**

Napohled čisté ruce, přesto obrovský rozdíl v množství mikroorganismů. Z výrobku provede laborant stěr, který se přenesou do Petriho misky na agar, na kterém se přítomné mikroorganismy „vypěstují“. Co pak uvidíme?

1. Takto vypadá mikrobiologický nález ze stěru z rohlíku, na který jste, pane, ne-sahal. Agar je čistý, těch několik kolonií je v normě z náhodného spadu. Rohlík je sterilní jen po vyndání z pece ...
2. A takto vypadá mikrobiologický nález ze stěru z rohlíku, na který jste, pane, sahal a měl jste přitom docela čisté ruce ...
3. Nu, a takto vypadá mikrobiologický nález z rohlíku, na který jste, pane, sahal – když: Do obchodu jste přijel tramvají (držel jste se madla), nebo autem (držel jste volant), v obchodě jste manželce galantně vezl vozík s nákupem atd. Vidíte, a já tenhle rohlík koupil své malé sestře ...

**4. A navrch k tomu jsem si přinesl domů na rohlíku i tuto plíseň, kterou jste na pečivo přenesl. Moc vám, pane, děkuju.**

**Nešvary ze strany spotřebitele**

- Lidé se v koších a regálech přehrabují holými rukama.
- Spotřebitel „mačká“ zboží rukama, aby vyzkoušel, zda je čerstvé či staré, zralé, či naopak naměkklé, přezrálé ...
- Na nechráněném pečivu (zeleninu, ovoce ad.) kýchají, prskají, ...
- Znehodnocené pekařské výrobky (např. spadlé na zem) hází spotřebitel zpět do prodejního koše.

## HYGIENA PRODEJE – jedna stránka věci. ALE JAK U NÁS DOMA?

**Určitě nemáme vždy čisté svědomí**

### Rady spotřebitelů, jak uchovat potraviny doma

- Lidé často nerozlišují, že pro každou potravinu existují specifické podmínky uchování a skladování. Zejména je třeba sledovat v označení datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti.
- Pečivo je vhodné spotřebovat do 24. hodiny po upečení, ale je možné ho uchovat déle; chléb se doporučuje zabalit do čisté a suché utěrky a uchovávat při pokojové teplotě (18–20 °C). Rozhodně jej nevkładat do igelitového sáčku ani do lednice (zplsní vám). Rohlíky ale je možné a vhodné do igelitu či uzavřené nádoby ukládat.
- V uzavíratelných nádobách a při pokojové teplotě je vhodné skladovat suché potraviny, jako jsou čaje, káva, mouka, těstoviny, sůl, cukr, koření, také čokoláda, sušenky a další podobné potraviny, které snadno pohlcují vlhkost a pachy z okolního prostředí.
- Maso a masné výrobky jsou vhodnou živnou půdou pro mikroorganismy, které mívají na svědomí řadu zdravotních komplikací. Proto je NUTNÉ maso před kulinární úpravou řádně opláchnout a dostatečně tepelně upravit (minimálně 70 °C po dobu alespoň 10 minut).
- Čerstvé maso nebo jeho polotovary vydrží v lednici asi tři dny (je důležité před uložením nepřerušit teplotní řetězec), některé uzeniny, obzvláště vakuově balené, jsou mnohem trvanlivější, ale záleží na typu výrobku u na způsobu balení. Např. u trvanlivých tepelně opracovaných výrobků (Vysočina, Selský salám) nebo fermentovaných trvanlivých masných výrobků (Herkules, Poličan, sušené šunky, prsty, klobásy) je minimální trvanlivost prodloužena na 21 dní při pokojové teplotě skladování 20 °C atd. Teplota uskladněného čerstvého masa nemá překročit 7 °C, polotovary z čerstvého masa se skladují v chladničce při teplotách od 2 do 7 °C. Mleté maso je ke každému náchylnější a musí být skladováno při teplotách do 2 °C. Ryby je vhodné uchovávat do 5 °C.
- Mléčné výrobky vykazují dnes často delší trvanlivost, než tomu bylo dříve (vysoká hygiena výroby, technologie). Obecně lze říci, že maslo, jogurty, sýry a smetany lze skladovat při teplotách od 2 do 8 °C. Za těchto podmínek si udrží svoji kvalitu v nezměněném stavu přibližně dva až tři týdny, ale opět – nutno sledovat údaje na obalu.
- Ovoce a zelenina jsou živým, dýchajícím organismem, který během skladování ztrácí zejména vodu a aromatické látky. Pro uchování těchto potravin je optimální větratelný sklep s nízkou teplotou a vysokou relativní vlhkostí. Různé druhy ovoce a zeleniny ale vyžadují odlišné způsoby uchování. Např. banány potřebují teploty nad 10 °C, proto není vhodné skladovat je v chladničce atd.
- Dbejte na správné zamrazování a rozmrazování potravin a pokrmů (zamrazování rychlé/rozmrzávání pomalé). Po rozmrazení je potravina potřeba velmi rychle zpracovat a zkonsumovat.

## 10. Závěr: ZKUŠENOST, SROVNÁNÍ, EDUKACE

Jak vlastně reálně nakupujeme?

Výběr potravin nelze zjednodušit na použití jen jednoho nástroje či aspektu z uvedeného desatera vlivů a faktorů, které nás ovlivňují při nákupu potravin. I sebeopatrnější a sebevzdělanější zákazník, který v supermarketu nakupuje větší nákup, nemůže pečlivě přečíst a vyhodnotit všechny údaje, které najde o potravině na obalu. Podrobně si přečíst etiketu, a hlavně vyhodnotit údaje na obalu jsme schopni sotva u několika potravin, které nás nějakým způsobem nově upoutaly, či které jsme dosud nekupovali a neznáme je apod.

Zkušenost – vlastní, rodiny a blízkých, známých, či s využitím aplikací internetového sdílení – to je jeden z nejdůležitějších nástrojů uplatňovaných při nákupu. Většinu výrobků, které nakupujeme pravidelně, „důvěrně“ známe, víme, co od nich očekávat, a někdy jsme proto dokonce citliví na jejich změnu a inovaci.

Jindy sáhneme po výrobku, který nás něčím nově upoutá – atraktivním balením, reklamou, zajímavou cenou. Při výběru nového výrobku je na místě zvýšená obezřetnost. Uplatnit můžeme vše, co bylo řečeno v předchozích kapitolách.

Zdůraznili jsme využití zkušenosti, která už v sobě zahrnuje všechny předchozí momenty rozhodování a vlivy na ně. Aktuálně (ale i dlouhodobě) může naše rozhodnutí ovlivnit např. probíhající mediální „skandál“ ve vztahu k našemu oblíbenému výrobku či výrobcí, reklama, nová věrohodná, i méně věrohodná informace.

Ostatně i mezi tzv. „výživovými poradci“ je mnoho těch, kteří šíří nesmysly. Výživový poradce není činnost vázaná, tzn. že se jím může stát kdokoliv – i zcela bez patřičného vzdělání a znalostí. Několikadenní kurz – a je tu „odborník“.

*Informovanost a edukace nám v rozhodování napomohou. Konečná volba ale zůstává na každém z nás.*

### **A jak vnímá kvalitu a bezpečnost potravin evropský a český spotřebitel?**

Již jsme v předcházejícím zmínili, že v červnu 2019 zveřejnila Evropská komise výsledky průzkumu EFSA k bezpečnosti potravin v EU (Eurobarometr Food safety in the EU, viz příloha – Různé texty).



Jaký je průměrný Evropan podle tohoto průzkumu?

Pro většinu Evropanů představuje bezpečnost potravin jeden z několika faktorů (společně s cenou, chutí, nutriční hodnotou a původem potravin), které ovlivňují jejich stravovací návyky a výběr potravin při nákupu. Podívejme se na některé „evropské“ výsledky průzkumu:

- Při nakupování potravin je pro průměrného Evropana nejdůležitější, odkud potravina pochází (53 %), dále cena (51 %), a dále bezpečnost potravin (50 %).



- Celkem 41 % respondentů říká, že se osobně zajímají o problematiku bezpečnosti potravin. Jen něco málo přes 1/5 (22 %) Evropanů říká, že bezpečnost je jejich hlavním faktorem při výběru potraviny.
- Nejčastěji uváděné příčiny spotřebitelských obav (ve vztahu k bezpečnosti potravin) jsou rezidua antibiotik, hormonů nebo steroidů v mase (44 %), rezidua pesticidů v potravinách (39 %), či environmentální polutanty v rybách, mase nebo nápojích (37 %).
- Nejvyšší důvěru u občanů ohledně zdrojů informací mají vědci (82 %) a spotřebitelské organizace (79 %); například novináři jsou hodně „vzadu“ (s 50 %). Ještě méně ale spotřebitelé důvěřují potravinovému průmyslu (36 %) a celebritám, blogerům a influencerům (19 %).
- Jen 2 z 5 respondentů (43 %) si uvědomují, že existují předpisy zajišťující bezpečné potraviny.

A jak se chovají Češi?

- Osobní zájem o bezpečnost potravin pociťuje v ČR 27 % respondentů (v EU 41 %)

Komentář: Vysoký osobní zájem o bezpečnost potravin nemusí znamenat, že spotřebitel je dobře informovaný. Naopak, může to vyvolávat podezření, že se při nákupu obává, zda mu není nabízen nebezpečný výrobek. Je proto třeba sledovat související otázky k chování spotřebitele na trhu.

A skutečně, být na „chvostu“ EU v tomto ukazateli nevnímáme jako negativní pohled na českého spotřebitele!

- Hlavní hlediska při nákupu
 

Původ	- EU 53 / ČR 56
Cena	- EU 51 / ČR 62
Bezpečnost	- EU 50 / ČR 40
Chuť	- EU 40 / ČR 54
Živiny, obsah	- EU 44 / ČR 40

Kdyby vnitřní trh EU v oblasti potravin (ale i spotřebního zboží) plně fungoval, pak by spotřebitel z hlediska bezpečnosti výrobku neměl otázku původu zboží vůbec akcentovat (jiná věc je samozřejmě kvalita, či patriotické hledisko při výběru).

V tomto ohledu je patrné, že časté mediální kampaně v ČR ohledně zboží nečeského původu plní „úspěšně“ svůj účel a český spotřebitel dává původu ještě o něco větší význam, než je průměr v EU. Nicméně, celá EU považuje původ zboží za nejdůležitější aspekt při nákupu, a to je docela „zvláštní“.

To, že český spotřebitel stále přistupuje k ceně jako k hlavnímu aspektu zvažovaném při nákupu, jsme se věnovali již v kapitole 7 této studie. Že ale klademe vysoký důraz například na chuť, je pozitivní, a to zejména s ohledem na skutečnost, že to není na úkor podcenění výživového složení potraviny.

- Reakce na šířené informace o riziku
 

Trvalá změna návyků	- EU 33 / ČR 31
Dočasná změna návyků	- EU 33 / ČR 31

Komentář: Zde je chování českého spotřebitele zcela identické s průměrem EU. Tento výsledek je jedním z těch, které podporují náš závěr, že výsledek „Osobní zájem o bezpečnost potravin“, kde český spotřebitel s 27 % je téměř na konci evropské řady, nelze vnímat záporně. Protože: přestože o

sobě říkáme, že nás aspekt bezpečnosti nezajímá, chováme se úplně stejně jako evropský průměr, když se o riziku dozvíme... Palec nahoru pro českého spotřebitele!

- Vysoce složité informace snižují důvěryhodnost informací – EU 23 / ČR 17

Komentář: A opět pozitivní výsledek pro chování českého spotřebitel. Neobává se složitější informace.

Hledisko bezpečnosti při nákupu a výběru potravin

Nejvíce se obávám o bezpečnost - EU 22 / ČR 18

Bezpečnost patří mezi obavy - EU 43 / ČR 33

O bezpečnost se neobávám, protože

prodávané potraviny jsou bezpečné - EU 28 / ČR 40

Komentář: Toto považujeme při výkladu průzkumu EFSA za naprosto základní výsledek průzkumu. Ukazuje na zcela konzistentní chování českého spotřebitele na trhu: Základem jeho pohledu je předpoklad, že na trhu jsou bezpečné výrobky, nemá důvod se tedy čehokoliv obávat. K tomu může přistupovat se zcela racionální úvahou, že bezpečnost výrobku v naprosté většině případů beztak nemůže nijak rozeznat, posoudit a vyhodnotit. A zejména, že předpisy i dozorové orgány správně fungují.

Naproti tomu, zjištění o vnímání průměrného evropského spotřebitele považujeme za docela alarmující: Vždyť ve velké míře občané EU nevěří ve funkci vnitřního trhu s potravinami ohledně jejich bezpečnosti.

- Existují předpisy

kteří mají zajistit bezpečnost potravin na trhu - EU 43 / ČR 51

Komentář: A aby toho v předcházejícím odstavci nebylo málo, další „neuvěřitelný“ výsledek průzkumu. Nízké povědomí evropského průměrného spotřebitele, že tyto předpisy existují, je skutečně překvapivé. A naopak, opět palec nahoru pro Čechy; my víme, že potravinové předpisy existují a dokonce věříme, že jsou přiměřeně úspěšně uplatňovány (viz předcházející výsledky).

Rekapitulujeme:

Rekapitulujeme z výsledků průzkumu EK/EFSA: pouze 28 % obyvatel se při nákupu o bezpečnost se neobává, protože věří, že prodávané potraviny jsou bezpečné, a při tom 43 % takovéto obavy při nákupu pociťuje a přes 20 % (22) dokonce při nákupu považuje bezpečnost potravin za prioritní. Neuvěřitelných 43 % obyvatel neví, že existují potravinářské předpisy, které spotřebitele účinně z hlediska bezpečnosti potravin na trhu chrání.

To je překvapivým, ale prokazatelným následkem **selhání** evropských i národních orgánů (v průměru, není to kritika českých orgánů!) **ohledně komunikace rizik a bezpečnosti potravin!**

O českém spotřebiteli si jistě nemůžeme dělat iluze, a to bez jakékoliv urážky. Nedělejme z průzkumu silné závěry, ale je prostě realitou, že bohužel potvrzuje dramatickou sílu ceny při jeho rozhodování (62 %). I zde ale je pozitivní



rys – pokles ze 75 na 62 % za 10 let. To není malé zlepšení. Přesto, naším „cílem“ by mělo být alespoň oněch 51 % „evropského“ průměru.

Řetězce ale mají zcela otevřené pole se svými slevovými letákovými akcemi, zaplavujícími každý den dopisní schránky milionů potenciálních spotřebitelů. Cena, cena, cena, zapomeňte na kvalitu! Přesto průzkum ukazuje spotřebitele ve více výsledcích, jak výše vysvětleno a komentováno, v překvapivě pozitivním světle!

**Pokud by fungoval efektivní vzdělávací proces a kampaně zaměřené na lepší orientaci spotřebitele při nákupu potravin, nepochybně by to přinášelo ovoce ve zlepšení chování spotřebitelů na trhu.**



## **PŘÍLOHY (seznam)**

### LEGISLATIVA (vybrané části předpisů)

Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům

Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů - Označování potravin

Vyhláška č. 417 ze dne 13. prosince 2016 o některých způsobech označování potravin

Zákon č. 40 ze dne 9. února 1995 o regulaci reklamy

Zákon č. 634/1992 Sb. Zákon o ochraně spotřebitele (Nekalé praktiky)

Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů – Nekalé praktiky

### RŮZNÉ TEXTY

Tisková zpráva Sdružení českých spotřebitelů ve spolupráci s Kabinetem pro standardizaci - OTEVÍRÁNÍ SPOTŘEBNÍCH OBALŮ: CO SENIOŘI? V Praze dne 2017-11-20

Potravinářství – bezpečnost a kvalita; jak je vnímá spotřebitel? Text publikovaný v Perspektivách kvality III/2019

Dvojitá kvalita potravin na trhu – Text publikovaný v Perspektivách kvality II/2021

### BEZPEČNÉ PORTÁLY

(Odkazy na str. 110)

## Přílohy – LEGISLATIVA (vybrané části předpisů)

### Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům

ze dne 25. října 2011 (o změně nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1924/2006 a (ES) č. 1925/2006 a o zrušení směrnice Komise 87/250/EHS, směrnice Rady 90/496/EHS, směrnice Komise 1999/10/ES, směrnice Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES, směrnic Komise 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení Komise (ES) č. 608/2004

(Text s významem pro EHP)

EVROPSKÝ PARLAMENT A RADA EVROPSKÉ UNIE,

(...)

PŘIJALY TOTO NAŘÍZENÍ:

KAPITOLA I

OBECNÁ USTANOVENÍ

#### Článek 1

Předmět a oblast působnosti

1. Toto nařízení stanoví základ pro zajištění vysoké úrovně ochrany spotřebitelů v souvislosti s informacemi o potravinách s přihlédnutím k rozdílům ve vnímání spotřebitelů a jejich informačních potřebách při současném zajištění plynulého fungování vnitřního trhu.
2. Toto nařízení stanoví obecné zásady, požadavky a povinnosti v oblasti informací o potravinách, a zejména označování potravin. Stanoví prostředky pro zajištění práva spotřebitelů na informace a postupy pro poskytování informací o potravinách s přihlédnutím k potřebě zajistit dostatečnou pružnost pro reagování na budoucí vývoj a nové požadavky na poskytování informací.
3. Toto nařízení se vztahuje na provozovatele potravinářských podniků ve všech fázích potravinového řetězce, kde se jejich činnosti týkají poskytování informací o potravinách spotřebitelům. Použije se na všechny potraviny určené pro konečného spotřebitele, včetně potravin dodávaných zařízeními společného stravování a potravin určených k dodání do těchto zařízení.

Toto nařízení se vztahuje na stravovací služby poskytované dopravními podniky, pokud se místo odjezdu či odletu nachází na území členských států, na něž se vztahují Smlouvy.

4. Toto nařízení se použije, aniž jsou dotčeny požadavky na označování stanovené ve zvláštních předpisech Unie týkajících se určitých potravin.

#### Článek 2

Definice

1. Pro účely tohoto nařízení se použijí tyto definice:

a) definice „potravin“, „potravinového práva“, „potravinářského podniku“, „provozovatele potravinářského podniku“, „maloobchodu“, „uvádění na trh“ a „konečného spotřebitele“ v článku 2 a v čl. 3 bodech 1, 2, 3, 7, 8 a 18 nařízení (ES) č. 178/2002;

b) definice „zpracování“, „nezpracovaných produktů“ a „zpracovaných produktů“ v čl. 2 odst. 1 písm. m), n) a o) nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 852/2004 ze dne 29. dubna 2004 o hygieně potravin <sup>(27)</sup>;

c) definice „potravinářského enzymu“ v čl. 3 odst. 2 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1332/2008 ze dne 16. prosince 2008 o potravinářských enzimech <sup>(28)</sup>;

d) definice „potravinářské přídatné látky“, „pomocné látky“ a „nosiče“ v čl. 3 odst. 2 písm. a) a b) a v bodě 5 přílohy I nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1333/2008 ze dne 16. prosince 2008 o potravinářských přídatných látkách <sup>(29)</sup>;

e) definice „aromat“ v čl. 3 odst. 2 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1334/2008 ze dne 16. prosince 2008 o aromatech a některých složkách potravin s aromatickými vlastnostmi pro použití v potravinách nebo na jejich povrchu <sup>(30)</sup>;

f) definice „masa“, „strojně odděleného masa“, „masných polotovarů“, „produktů rybolovu“ a „masných výrobků“ v bodech 1.1, 1.14, 1.15, 3.1 a 7.1 přílohy I k nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004 ze dne 29. dubna 2004, kterým se stanoví zvláštní hygienická pravidla pro potraviny živočišného původu <sup>(31)</sup>;

g) definice „reklamy“ v čl. 2 písm. a) směrnice Evropského parlamentu a Rady 2006/114/ES ze dne 12. prosince 2006 o klamavé a srovnávací reklamě <sup>(32)</sup>.

2. Dále se rozumí:

a) „informacemi o potravinách“ informace týkající se potravin zpřístupněné konečnému spotřebiteli prostřednictvím etikety, jiného průvodního materiálu nebo jinými prostředky, včetně nástrojů moderních technologií nebo slovního sdělení;

b) „právními předpisy o poskytování informací o potravinách“ předpisy Unie upravující poskytování informací o potravinách, zejména jejich označování, včetně pravidel obecné povahy vztahujících se na všechny potraviny za zvláštních okolností nebo na určité skupiny potravin a pravidel vztahujících se pouze na konkrétní potraviny;

c) „povinnými informacemi o potravinách“ údaje, které musí být konečnému spotřebiteli poskytnuty na základě předpisů Unie;

d) „zařízením společného stravování“ jakékoli zařízení (včetně vozidel, stánků s pevným stanovištěm a přenosných stánků), jako jsou například restaurace, závodní jídelny, školy, nemocnice a cateringové firmy, v němž se v rámci běžné činnosti připravují potraviny určené k přímé spotřebě konečným spotřebitelem;

e) „balenou potravinou“ samostatná prodejní jednotka v obchodní úpravě v nezměněném stavu určená konečnému spotřebiteli a zařízením společného stravování, která se skládá z potravin a obalu, do něhož byla potravina vložena před uvedením do prodeje, a to bez ohledu na to, zda je potravina v obalu uzavřena zcela nebo pouze zčásti, avšak v každém případě takovým způsobem, že bez otevření nebo výměny obalu nelze změnit jeho obsah; za balenou potravinu se nepovažuje potravina zabalená v místě prodeje na žádost spotřebitele ani potravina zabalená pro účely přímého prodeje;

f) „složkou“ jakákoli látka nebo produkt, včetně aromatu, potravinářských přídatných látek a potravinářských enzymů, a jakákoli součást směsné složky, která je použita při výrobě nebo přípravě potravin a je v konečném výrobku stále přítomna, i když případně ve změněné formě; za složky se nepovažují rezidua;

- g) „místem provenience“ místo, o němž je uvedeno, že z něj potravina pochází, a které není „zemí původu“ ve smyslu článků 23 až 26 nařízení (EHS) č. 2913/92; název, obchodní firma nebo adresa provozovatele potravinářského podniku na etiketě nepředstavuje údaj o zemi původu nebo místě provenience potraviny ve smyslu tohoto nařízení;
- h) „směsnou složkou“ složka, která je sama vyrobena z více než jedné složky;
- i) „etiketou“ jakýkoli štítek, značka, známka, obrazový nebo jiný popis, který je napsán, vytištěn, natištěn pomocí šablony, vyznačen, proveden jako reliéf nebo vytlačen na obalu nebo nádobě potraviny nebo k nim připojen;
- j) „označením“ jakákoli slova, údaje, ochranné známky, obchodní značky, vyobrazení nebo symboly, které se vztahují k určité potravíně a jsou umístěny na obalu, dokladu, nápisu nebo etiketě, a to i krčkové nebo rukávové, které potravinu provázejí nebo na ni odkazují;
- k) „zorným polem“ všechny povrchy na balení, které lze přečíst z jednoho zorného úhlu;
- l) „hlavním zorným polem“ zorné pole, jehož si spotřebitel při nákupu s největší pravděpodobností všimne na první pohled a které mu umožní okamžitě výrobek rozpoznat, pokud jde o jeho charakteristické rysy nebo povahu a popřípadě jeho obchodní značku. Pokud má obal několik shodných hlavních zorných polí, považuje se za hlavní zorné pole to, které zvolil provozovatel potravinářského podniku;
- m) „čitelností“ fyzický vzhled informace, jehož prostřednictvím je informace vizuálně přístupná pro běžnou populaci a který je určen různými prvky, mimo jiné velikostí písma, odstupy mezi písmeny, odstupy mezi řádky, tloušťkou tahů písma, barvou písma, druhem písma, poměrem mezi výškou a šířkou písmen, povrchem materiálu a výrazným kontrastem mezi písmem a pozadím;
- n) „zákonným názvem“ název potraviny stanovený v předpisech Unie, které se na ni vztahují, nebo při neexistenci těchto předpisů Unie název uvedený v právních a správních předpisech platných v členském státě, kde se daná potravina prodává konečnému spotřebiteli nebo zařízením společného stravování;
- o) „vžitým názvem“ název, který je v členském státě, kde se daná potravina prodává, přijat spotřebiteli jako název potraviny, aniž by potřeboval další vysvětlení;
- p) „popisným názvem“ název obsahující popis potraviny, popřípadě rovněž popis jejího použití, který je dostatečně přesný, aby spotřebitelům umožnil poznat skutečnou podstatu potraviny a odlišit ji od jiných produktů, se kterými by mohla být zaměněna;
- q) „primární složkou“ jedna nebo více složek potraviny, které tvoří více než 50 % této potraviny nebo které jsou pro spotřebitele obvykle spojeny s názvem potraviny a u nichž je ve většině případů vyžadován údaj o množství;
- r) „datem minimální trvanlivosti potraviny“ datum, do kterého si potravina uchovává své specifické vlastnosti při správném způsobu uchovávání;
- s) „živinami“ bílkoviny, sacharidy, tuky, vláknina, sodík, vitamíny a minerální látky uvedené v části A bodě 1 přílohy XIII tohoto nařízení a látky, které náleží do těchto kategorií nebo jsou složkami některé z nich;
- t) „umělým nanomateriálem“ jakýkoli záměrně vyrobený materiál, který má jeden nebo více rozměrů v řádu nejvýše 100 nm nebo se skládá ze samostatných funkčních částí uvnitř nebo na povrchu, z nichž mnohé mají jeden nebo více rozměrů v řádu nejvýše 100 nm, včetně struktur, aglomerátů nebo

agregátů, jejichž velikost může přesahovat řád 100 nm, ale zachovávají si vlastnosti charakteristické pro nanoměřítko.

K vlastnostem charakteristickým pro nanoměřítko patří:

vlastnosti související s velkým specifickým povrchem daných materiálů, nebo

ii) specifické fyzikálně-chemické vlastnosti odlišné od vlastností téhož materiálu v jiné formě než v řádu nanometrů;

u) „komunikačními prostředky na dálku“ jakékoli prostředky, které mohou být použity k uzavření smlouvy mezi dodavatelem a spotřebitelem bez jejich současné fyzické přítomnosti.

3. Pro účely tohoto nařízení označuje země původu potravin původ potravin stanovený v souladu s články 23 až 26 nařízení (EHS) č. 2913/92.

4. Použijí se rovněž zvláštní definice uvedené v příloze I.

## KAPITOLA II

### OBECNÉ ZÁSADY POSKYTOVÁNÍ INFORMACÍ O POTRAVINÁCH

#### Článek 3

##### Obecné cíle

1. Poskytování informací o potravinách usiluje o vysokou úroveň ochrany zdraví a zájmů spotřebitelů poskytnutím základu, který konečnému spotřebiteli umožní informovaný výběr potravin a jejich bezpečné použití, se zvláštním ohledem na zdravotní, hospodářská, environmentální, sociální a etická hlediska.

2. Cílem právních předpisů o poskytování informací o potravinách je dosáhnout volného pohybu legálně vyráběných a na trh uváděných potravin v Unii, s přihlédnutím, kde je to vhodné, k potřebě ochrany legitimních zájmů výrobců a podporu výroby kvalitních produktů.

3. Tam, kde právní předpisy o poskytování informací o potravinách zavádějí nové požadavky, se stanoví přechodné období po vstupu nových požadavků v platnost s výjimkou řádně odůvodněných případů. Během přechodného období lze potraviny s etiketami nesplňujícími nové požadavky uvádět na trh a po jeho uplynutí lze potraviny s takovými etiketami, které byly uvedeny na trh před koncem přechodného období, prodávat až do vyčerpání zásob.

4. Během přípravy, hodnocení a revize právních předpisů o uvádění informací o potravinách jsou vedeny přímo nebo prostřednictvím zastupujících orgánů veřejné, transparentní konzultace s veřejností, včetně zúčastněných subjektů, vyjma případy, kdy to naléhavost záležitosti neumožňuje.

#### Článek 4

##### Zásady pro povinné informace o potravinách

1. Stanoví-li právní předpisy o poskytování informací o potravinách požadavek uvádění povinných informací o potravině, týká se zejména informací, které spadají do jedné z těchto kategorií:

a) informace o označení a složení, vlastnostech nebo jiných charakteristikách dané potraviny;

b) informace o ochraně zdraví spotřebitelů a bezpečném použití dané potraviny. Zejména se jedná o informace o:

i) složení, které může být škodlivé pro zdraví určité skupiny spotřebitelů,

ii) trvanlivosti, uchovávání a bezpečném použití,



iii) dopadu na zdraví, včetně rizik a důsledků vyplývajících ze škodlivé a nebezpečné konzumace určité potraviny;

c) informace o výživových vlastnostech umožňující spotřebitelům, včetně spotřebitelů se zvláštními požadavky na výživu, provádět informovaný výběr potravin.

2. Při posuzování potřeby povinných informací o potravinách a s cílem umožnit spotřebitelům informovaný výběr se přihlíží ke všeobecně rozšířené potřebě určitých informací ze strany většiny spotřebitelů, jimž přiřkládají značný význam, nebo k jakémukoli obecně uznávanému přínosu pro ně.

#### Článek 5

Konzultace s Evropským úřadem pro bezpečnost potravin

Veškerá opatření Unie v oblasti právních předpisů o poskytování informací o potravinách, která mohou mít vliv na lidské zdraví, se přijímají po konzultaci s Evropským úřadem pro bezpečnost potravin (dále jen „úřad“).

### KAPITOLA III

#### OBECNÉ POŽADAVKY NA INFORMACE O POTRAVINÁCH A POVINNOSTI PROVOZOVATELŮ POTRAVINÁŘSKÝCH PODNIKŮ

#### Článek 6

Základní požadavek

Všechny potraviny určené k dodání konečnému spotřebiteli nebo do zařízení společného stravování musí být opatřeny informacemi o potravinách v souladu s tímto nařízením.

#### Článek 7

Uvádění nezavádějících informací

1. Informace o potravinách nesmějí být zavádějící, zejména:

a) pokud jde o charakteristiky potraviny a zvláště o její povahu, totožnost, vlastnosti, složení, množství, trvanlivost, zemi původu nebo místo provenience, způsob výroby nebo získání;

b) připisováním účinků nebo vlastností, které dotčená potravina nemá;

c) vyvoláváním dojmu, že dotčená potravina má zvláštní charakteristiky, pokud všechny podobné potraviny mají ve skutečnosti stejné charakteristiky, zejména výslovným zdůrazňováním přítomnosti nebo nepřítomnosti určitých složek nebo živin;

d) vyvoláváním dojmu na základě vzhledu, popisu nebo vyobrazení, že je přítomna určitá potravina nebo složka, ačkoli ve skutečnosti byla určitá přirozeně se vyskytující součást nebo běžně používaná složka v této potravine nahrazena odlišnou součástí nebo složkou.

2. Informace o potravině musí být přesné, jasné a spotřebitelům snadno srozumitelné.

3. S výhradou odchylek stanovených v právních předpisech Unie, které se vztahují na přírodní minerální vody a na potraviny určené pro zvláštní výživu, nesmějí informace o potravině připisovat jakékoli potravine vlastnosti umožňující zabránit určité lidské nemoci, zmírnit ji nebo ji vyléčit, ani na tyto vlastnosti odkazovat.

4. Odstavce 1, 2 a 3 se rovněž použijí na:

a) související reklamu;

b) obchodní úpravu potravin, jejich tvar, vzhled nebo balení, použité obalové materiály, způsob jejich úpravy a místo vystavení.

## Článek 8

### Povinnosti

1. Za informace o potravině odpovídá provozovatel potravinářského podniku, pod jehož jménem nebo obchodním názvem je potravinu uváděna na trh, a není-li usazen v Unii, dovozce potravin na trh Unie.

2. Provozovatel potravinářského podniku odpovídající za informace o potravině zajistí jejich uvedení a přesnost v souladu s platnými právními předpisy o poskytování informací o potravinách a požadavky příslušných vnitrostátních předpisů.

3. Provozovatelé potravinářských podniků, kteří nemají vliv na informace o potravinách, nesmějí dodávat potraviny, o nichž na základě informací, které mají k dispozici jako odborníci, vědí nebo předpokládají, že nejsou v souladu s platnými právními předpisy o poskytování informací o potravinách a nesplňují požadavky příslušných vnitrostátních předpisů.

4. Provozovatelé potravinářských podniků nesmějí v podnicích, které řídí, upravovat informace připojené k potravině, pokud by tyto úpravy mohly uvádět konečného spotřebitele v omyl či jinak snížit úroveň ochrany spotřebitelů a možnost konečného spotřebitele rozhodovat se při informovaném výběru potravin. Provozovatelé potravinářských podniků odpovídají za veškeré změny informací o potravině, které jsou k ní připojeny, jež učiní.

5. Aniž jsou dotčeny odstavce 2, 3 a 4, zajistí provozovatelé potravinářských podniků, aby v podnicích, které řídí, splňovaly potraviny požadavky právních předpisů o poskytování informací o potravinách a příslušných vnitrostátních předpisů týkajících se jejich činnosti, a kontrolují plnění těchto požadavků.

6. Provozovatelé potravinářských podniků zajistí v podnicích, které řídí, aby informace týkající se nebalených potravin určených pro konečného spotřebitele nebo k dodání do zařízení společného stravování byly předány provozovateli potravinářského podniku, který potraviny přebírá, aby bylo možno poskytnout povinné informace o potravinách konečnému spotřebiteli, pokud to bude nutné.

7. Provozovatelé potravinářských podniků zajistí v podnicích, které řídí, aby povinné údaje požadované podle článků 9 a 10 byly uvedeny na balení nebo na etiketě, která je k němu připojena, nebo na obchodních dokladech týkajících se daných potravin, lze-li zaručit, že tyto doklady jsou buď přiloženy k příslušné potravině, nebo byly zaslány před dodávkou nebo současně s dodávkou, a to v těchto případech:

a) pokud jsou balené potraviny určeny konečnému spotřebiteli, avšak jsou uváděny na trh ve fázi, která předchází prodeji konečnému spotřebiteli a při které nejsou prodávány zařízením společného stravování;

b) pokud jsou balené potraviny určeny k dodání do zařízení společného stravování za účelem přípravy, zpracování, dělení nebo porcování.

Bez ohledu na první pododstavec zajistí provozovatelé potravinářských podniků, aby byly údaje podle čl. 9 odst. 1 písm. a), f), g) a h) uvedeny také na vnějším obalu, v němž je balená potravinu uváděna na trh.

8. Provozovatelé potravinářských podniků dodávající jiným provozovatelům potravinářských podniků potraviny, které nejsou určeny konečnému spotřebiteli nebo zařízením společného stravování, zajistí,

aby těmto jiným provozovatelům potravinářských podniků byly poskytnuty dostatečné informace k tomu, aby mohli případně splnit své povinnosti uložené odstavcem 2.

## KAPITOLA IV

### POVINNÉ INFORMACE O POTRAVINÁCH

#### ODDÍL 1

#### *Obsah a způsob uvádění údajů*

#### *Článek 9*

#### Seznam povinných údajů

1. V souladu s články 10 až 35 a s výhradou odchylek obsažených v této kapitole se povinně uvádějí tyto údaje:

- a) název potraviny;
- b) seznam složek;
- c) každou látku nebo pomocnou látku uvedenou na seznamu v příloze II nebo odvozenou z látky či produktu uvedených na seznamu v příloze II způsobující alergie nebo nesnášenlivost, která byla použita při výrobě nebo přípravě potraviny a je v konečném výrobku stále přítomna, byť v pozměněné podobě;
- d) množství určitých složek nebo skupin složek;
- e) čisté množství potraviny;
- f) datum minimální trvanlivosti nebo datum použitelnosti;
- g) zvláštní podmínky uchování nebo podmínky použití;
- h) jméno nebo obchodní název a adresu provozovatele potravinářského podniku uvedeného v čl. 8 odst. 1;
- i) zemi původu nebo místo provenience v případech, které určuje článek 26;
- j) návod k použití v případě potraviny, kterou by bez tohoto návodu bylo obtížné odpovídajícím způsobem použít;
- k) u nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 1,2 % objemových skutečný obsah alkoholu v procentech objemových;
- l) výživové údaje.

2. Údaje stanovené v odstavci 1 se uvádějí slovy a čísly. Aniž je dotčen článek 35, mohou být rovněž vyjádřeny piktogramy nebo symboly.

3. Přijímá-li Komise akty v přenesené pravomoci a prováděcí akty podle tohoto článku, mohou být údaje stanovené v odstavci 1 rovněž vyjádřeny piktogramy nebo symboly namísto slov nebo čísel.

Aby byly jiné způsoby vyjádření povinných informací o potravinách, než jsou slova a čísla, přínosné pro spotřebitele, a za předpokladu, že je zajištěna stejná informační hodnota jako v případě slov a čísel, může Komise prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci stanovit v souladu s článkem 51 kritéria, na jejichž základě může být jeden nebo více údajů uvedených v odstavci 1 vyjádřeny piktogramy nebo symboly namísto slov nebo čísel, přičemž vezme v úvahu, zda je doloženo jednotné chápání spotřebiteli.

4. V zájmu zajištění jednotného provedení odstavce 3 tohoto článku může Komise přijmout prováděcí akty upravující podmínky uplatňování kritérií stanovených v souladu s odstavcem 3 pro vyjádření jednoho nebo více údajů prostřednictvím piktogramů nebo symbolů namísto slov či čísel. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

#### *Článek 10*

Další povinné údaje u určitých druhů nebo skupin potravin

1. Kromě údajů uvedených v čl. 9 odst. 1 jsou v příloze III stanoveny další povinné údaje pro určité druhy nebo skupiny potravin.

2. K zajištění informovanosti spotřebitelů o určitých druzích nebo skupinách potravin a s cílem zohlednit technický pokrok, vědecký vývoj, ochranu zdraví spotřebitelů nebo bezpečné použití určité potraviny může Komise prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 měnit přílohu III.

Ve zvláště závažných naléhavých případech, pokud je ohroženo zdraví spotřebitelů, se na akty v přenesené pravomoci přijímané podle tohoto článku použije postup stanovený v článku 52.

#### *Článek 11*

Váhy a míry

Článkem 9 nejsou dotčeny zvláštní předpisy Unie o vahách a mírách.

#### *Článek 12*

Dostupnost a umístění povinných informací o potravinách

1. V souladu s tímto nařízením musí být u všech potravin povinné informace o potravinách k dispozici a snadno dostupné.

2. V případě balených potravin musí být povinné informace o dané potravine uvedeny přímo na obalu nebo na etiketě k němu připojené.

3. K zajištění toho, aby spotřebitelé mohli mít užitek z povinných informací o potravine poskytnutých jiným způsobem, lépe uzpůsobeným určitým povinným prvkům, může Komise za předpokladu, že je zajištěna stejná informační hodnota jako v případě obalu či etikety, prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 stanovit kritéria, na jejichž základě lze vyjadřovat určité povinné údaje jiným způsobem než uvedením na obalu nebo etiketě, přičemž vezme v úvahu, zda je doloženo jednotné chápání a široké využívání ze strany spotřebitelů.

4. V zájmu zajištění jednotného provedení odstavce 3 tohoto článku může Komise přijmout prováděcí akty upravující podmínky uplatňování kritérií stanovených v souladu s odstavcem 3 pro vyjádření určitých povinných údajů jiným způsobem než uvedením na obalu nebo etiketě. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

5. V případě nebalených potravin se použije článek 44.

#### *Článek 13*

Způsob uvádění povinných údajů

1. Aniž jsou dotčena opatření přijatá na vnitrostátní úrovni podle čl. 44 odst. 2, vyznačují se povinné informace o potravine na viditelném místě tak, aby byly dobře viditelné, snadno čitelné, a je-li to vhodné, nesmazatelné. Nesmějí být žádným způsobem skryty, zastřeny ani přerušeny jiným textem nebo vyobrazením či jiným zasahujícím materiálem ani od nich nesmí být odváděna pozornost.

2. Aniž jsou dotčeny zvláštní předpisy Unie týkající se určitých potravin, jsou-li povinné údaje stanovené v čl. 9 odst. 1 uvedeny na obalu nebo na etiketě k němu připojené v dobře čitelné podobě, vytisknou se na nich písmem, jehož výška malého písmene „x“, jak je definována v příloze IV, činí nejméně 1,2 mm.

3. V případě obalů nebo nádob, jejichž největší plocha je menší než 80 cm<sup>2</sup>, činí výška malého písmene „x“ písma uvedeného v odstavci 2 nejméně 0,9 mm.

4. K dosažení cílů tohoto nařízení stanoví Komise pravidla týkající se čitelnosti prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51.

Za účelem uvedeným v prvním pododstavci může Komise prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 rozšířit požadavky uvedené v odstavci 5 tohoto článku na další povinné údaje pro určité druhy nebo skupiny potravin.

5. Údaje uvedené v čl. 9 odst. 1 písm. a), e) a k) se uvádějí ve stejném zorném poli.

6. Odstavec 5 tohoto článku se nevztahuje na případy uvedené v čl. 16 odst. 1 a 2.

#### *Článek 14*

##### Prodej na dálku

1. Aniž jsou dotčeny požadavky na informace stanovené v článku 9, v případě balených potravin nabízených k prodeji komunikačními prostředky na dálku:

a) povinné informace o potravinách, s výjimkou údajů uvedených v čl. 9 odst. 1 písm. f), musí být k dispozici před dokončením nákupu a uvedeny na materiálu podporujícím prodej na dálku nebo musí být poskytnuty jinými vhodnými prostředky jasně určenými provozovatelem potravinářského podniku. V případě využití jiných vhodných prostředků musí být povinné informace o potravinách poskytnuty, aniž by provozovatel potravinářského podniku přenášel na spotřebitele dodatečné náklady;

b) veškeré povinné údaje musí být k dispozici v okamžiku doručení.

2. V případě nebalených potravin nabízených k prodeji komunikačními prostředky na dálku musí být údaje vyžadované podle článku 44 dány k dispozici podle odstavce 1 tohoto článku.

3. Ustanovení odst. 1 písm. a) se nevztahuje na potraviny nabízené k prodeji prostřednictvím prodejních automatů nebo automatizovaných obchodních prostor.

#### *Článek 15*

##### Jazykové požadavky

1. Aniž je dotčen čl. 9 odst. 3, uvádějí se povinné informace o potravině v jazyce snadno srozumitelném spotřebitelům v členských státech, kde je potravinu uváděna na trh.

2. Členské státy, v nichž je potravinu uváděna na trh, mohou na svém území stanovit, že údaje musí být uvedeny v jednom nebo více z úředních jazyků Unie.

3. Odstavce 1 a 2 nebrání tomu, aby údaje byly uvedeny v několika jazycích.

#### *Článek 16*

##### Vypuštění určitých povinných údajů

1. V případě skleněných lahví určených k opakovanému použití, které jsou nesmazatelně označeny, a proto nejsou opatřeny etiketou, a to ani krčkovou či rukávovou, je povinné uvádět pouze údaje stanovené v čl. 9 odst. 1 písm. a), c), e), f) a l).
2. V případě obalů nebo nádob, jejichž největší plocha je menší než 10 cm<sup>2</sup>, je povinné uvádět na obalu nebo etiketě pouze údaje stanovené v čl. 9 odst. 1 písm. a), c), e) a f). Údaje uvedené v čl. 9 odst. 1 písm. b) se uvedou jinými prostředky nebo se poskytnou na žádost spotřebitele.
3. Aniž jsou dotčeny jiné předpisy Unie vyžadující povinné uvedení výživových údajů, nejsou údaje podle čl. 9 odst. 1 písm. l) povinné u potravin uvedených na seznamu v příloze V.
4. Aniž jsou dotčeny jiné předpisy Unie vyžadující uvedení seznamu složek nebo povinných výživových údajů, nejsou údaje podle čl. 9 odst. 1 písm. b) a l) povinné v případě nápojů, jejichž obsah alkoholu je vyšší než 1,2 % objemových.

Komise do 13. prosince 2014 vypracuje zprávu o uplatňování článku 18 a čl. 30 odst. 1 na produkty uvedené v tomto odstavci a zaměří se na to, zda by se měl v budoucnu na alkoholické nápoje vztahovat zejména požadavek na uvádění informací o energetické hodnotě, a na důvody pro možné výjimky, s ohledem na potřebu zajistit soulad s jinými příslušnými politikami Unie. V této souvislosti Komise zváží, zda by nebylo vhodné navrhnout definici pojmu „alkoholické limonády“.

Komise tuto zprávu případně doplní legislativním návrhem určujícím pravidla pro seznam složek nebo povinné výživové údaje pro tyto produkty.

## *ODDÍL 2*

### *Podrobná ustanovení o povinných údajích*

#### *Článek 17*

##### **Název potraviny**

1. Názvem potraviny je její zákonný název. Pokud takový název neexistuje, je názvem potraviny její vžitý název a v případě, že neexistuje nebo se nepoužívá, uvede se popisný název dané potraviny.
2. V členském státě prodeje je povoleno použití názvu potraviny, pod kterým je výrobek vyráběn v souladu s právními předpisy a uváděn na trh v členském státě výroby. Neumožňuje-li však použití jiných ustanovení tohoto nařízení, zejména článku 9, aby spotřebitelé v členském státě prodeje zjistili skutečnou povahu potraviny a odlišili ji od potravin, s nimiž by mohla být zaměněna, připojí se k názvu potraviny další popisné informace, které se uvedou v blízkosti názvu potraviny.
3. Ve výjimečných případech se název potraviny používaný v členském státě výroby nepoužije v členském státě prodeje, pokud se potravina, kterou v členském státě výroby označuje, liší svým složením nebo výrobou od potraviny známé pod daným názvem v členském státě prodeje natolik, že by odstavec 2 nezajistil v členském státě prodeje správné informování spotřebitelů.
4. Název potraviny nesmí být nahrazen názvem chráněným jako duševní vlastnictví, obchodní značkou nebo smyšleným názvem.
5. Zvláštní ustanovení o názvu potraviny a údajích, které k němu musí být připojeny, jsou obsažena v příloze VI.

#### *Článek 18*

##### **Seznam složek**

1. Seznam složek se nadepíše nebo uvede patřičným nadpisem obsahujícím slovo „složení“. Seznam složek obsahuje všechny složky potraviny seřazené sestupně podle hmotnosti, stanovené v okamžiku jejich použití při výrobě potraviny.
2. Složky se označují svým specifickým názvem, popřípadě podle pravidel stanovených v článku 17 a v příloze VI.
3. Všechny složky vyskytující se v podobě umělých nanomateriálů musí být jasně uvedeny v seznamu složek. Za názvy těchto složek se v závorce uvede slovo „nano“.
4. Technická pravidla použití odstavců 1 a 2 tohoto článku jsou stanovena v příloze VII.
5. V zájmu dosažení cílů tohoto nařízení Komise prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 upraví a uzpůsobí definici umělých nanomateriálů uvedenou v čl. 2 odst. 2 písm. t) tak, aby odpovídala vědeckotechnickému pokroku či definicím dohodnutým na mezinárodní úrovni.

### Článek 19

#### Vypuštění seznamu složek

1. U níže uvedených potravin se nevyžaduje uvedení seznamu složek:
  - a) čerstvého ovoce a zeleniny včetně brambor, kromě loupaného, krájeného nebo podobně upraveného čerstvého ovoce a zeleniny;
  - b) sycených vod, v jejichž označení je uvedeno, že jsou sycené;
  - c) kvasných octů, pokud pocházejí výhradně z jediné základní suroviny a pokud do nich nebyly přidány žádné jiné složky;
  - d) sýrů, másla, kysaného mléka a smetany, do nichž nebyly přidány žádné jiné složky kromě mléčných produktů, potravinářských enzymů a mikrobiálních kultur nezbytných k výrobě nebo v případě sýrů jiných než čerstvých a tavených sůl nezbytná k jejich výrobě;
  - e) potraviny sestávající z jediné složky, pokud
    - i) je název potraviny totožný s názvem složky, nebo
    - ii) název potraviny umožňuje určit povahu složky bez rizika záměny.
2. S cílem zohlednit význam seznamu složek u určitých druhů nebo skupin potravin pro spotřebitele může Komise ve výjimečných případech prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 doplnit odstavec 1 tohoto článku za předpokladu, že vypuštění seznamu složek nebude na úkor náležité informovanosti konečného spotřebitele nebo zařízení společného stravování.

### Článek 20

#### Vypuštění součástí potravin ze seznamu složek

Aniž je dotčen článek 21, není nutné do seznamu složek zařazovat tyto součásti potravin:

- a) součásti složky, které jsou během výroby přechodně odděleny a poté jsou do potraviny opět přidány v množství nepřekračujícím původní podíl;
- b) potravinářské přídatné látky a potravinářské enzymy:
  - i) které jsou v dané potravíně obsaženy pouze proto, že byly obsaženy v jedné nebo více složkách této potraviny, v souladu se zásadou přenosu uvedenou v čl. 18 odst. 1 písm. a) a b) nařízení (ES) č. 1333/2008, pokud v konečném výrobku již neplní technologickou funkci, nebo

- iii) které se používají jako pomocné látky;
- c) nosiče a látky, které nejsou potravinářskými přídatnými látkami, avšak jsou používány stejným způsobem a ke stejnému účelu jako nosiče, a které jsou použity v nezbytně nutném množství;
- d) látky, které nejsou potravinářskými přídatnými látkami, avšak jsou používány stejným způsobem a ke stejnému účelu jako pomocné látky a jsou nadále přítomny v konečném výrobku, třebaže ve změněné formě;
- e) voda:
  - i) pokud se během výrobního procesu používá výhradně k tomu, aby složka použitá v koncentrovaném nebo sušeném stavu byla rekonstituována do svého původního stavu, nebo
  - ii) v případě nálevu, který se běžně nekonzumuje.

### Článek 21

Označování určitých látek nebo produktů vyvolávajících alergie nebo nesnášenlivost

1. Aniž jsou dotčena pravidla přijatá podle čl. 44 odst. 2, musí údaje podle čl. 9 odst. 1 písm. c) splňovat tyto požadavky:

- a) uvádějí se v seznamu složek v souladu s pravidly stanovenými v čl. 18 odst. 1 s jasným odkazem na název látky nebo produktu ze seznamu v příloze II a
- b) název látky nebo produktu ze seznamu v příloze II je zvýrazněn tak, aby byl jasně odlišen od ostatních složek uvedených v seznamu, například typem či stylem písma nebo barvou pozadí.

Není-li seznam složek uveden, musí být součástí údajů podle čl. 9 odst. 1 písm. c) slovo „obsahuje“ a následně název látky nebo produktu ze seznamu v příloze II.

Pochází-li více složek nebo pomocných látek obsažených v potravině z jediné látky nebo jediného produktu ze seznamu v příloze II, musí to být v označení jasně uvedeno pro každou danou složku nebo pomocnou látku.

Uvedení údajů podle čl. 9 odst. 1 písm. c) se nevyžaduje v případech, kdy název potraviny jasně odkazuje na danou látku nebo produkt.

2. K zajištění lepší informovanosti spotřebitelů a s cílem zohlednit nejnovější vědecký pokrok a technické poznatky provádí Komise systematický přezkum a případně aktualizaci seznamu v příloze II prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51.

Ve zvláště závažných naléhavých případech, pokud je ohroženo zdraví spotřebitelů, se na akty v přenesené pravomoci přijímané podle tohoto článku použije postup stanovený v článku 52.

### Článek 22

Uvádění údajů o množství složek

1. Množství složky nebo skupiny složek použité při výrobě nebo přípravě potraviny se uvede, pokud je dotčená složka nebo skupina složek:

- a) uvedena v názvu potraviny nebo ji spotřebitelé s tímto názvem obvykle spojují;
- b) na etiketě zdůrazněna slovy, vyobrazením nebo grafickým znázorněním, nebo



c) důležitá pro charakterizaci potraviny a pro její odlišení od výrobků, s nimiž by mohla být zaměněna kvůli svému názvu nebo vzhledu.

2. Technická pravidla pro použití odstavce 1, včetně zvláštních případů, kdy se u určitých složek údaj o množství nevyžaduje, jsou stanovena v příloze VIII.

#### Článek 23

##### Čisté množství

1. Čisté množství potravin se vyjadřuje v litrech, centilitrech, mililitrech, kilogramech nebo gramech, jak je to vhodné:

- a) u tekutých produktů v objemových jednotkách;
- b) u ostatních produktů v hmotnostních jednotkách.

2. K zajištění lepšího pochopení informací o potravinách uvedených v označení spotřebiteli může Komise pro některé konkrétní potraviny prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 stanovit jiný způsob vyjádření čistého množství, než jaký je stanoven v odstavci 1 tohoto článku.

3. Technická pravidla pro použití odstavce 1, včetně zvláštních případů, kdy se údaj o čistém množství nevyžaduje, jsou stanovena v příloze IX.

#### Článek 24

##### Datum minimální trvanlivosti, datum použitelnosti a datum zmrazení

1. V případě potravin, které z mikrobiologického hlediska snadno podléhají zkáze, a mohou tedy po krátké době představovat bezprostřední nebezpečí pro lidské zdraví, se datum minimální trvanlivosti nahradí datem použitelnosti („spotřebujte do“). Po uplynutí data použitelnosti se potravina nepovažuje za bezpečnou v souladu s čl. 14 odst. 2 až 5 nařízení (ES) č. 178/2002.

2. Příslušné datum se vyjadřuje v souladu s přílohou X.

3. S cílem zajistit jednotné uplatňování způsobu uvedení data minimální trvanlivosti podle bodu 1 písm. c) přílohy X může Komise přijmout prováděcí akty, v nichž stanoví odpovídající pravidla. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

#### Článek 25

##### Podmínky uchovávání nebo podmínky použití

1. Pokud potravina vyžaduje zvláštní podmínky uchovávání nebo použití, jsou tyto podmínky uvedeny.

2. Aby bylo zajištěno správné uchování nebo použití potraviny po otevření obalu, uvádějí se v případě potřeby podmínky uchovávání nebo lhůta spotřeby.

#### Článek 26

##### Země původu nebo místo provenience

1. Tento článek se použije, aniž jsou dotčeny požadavky na označování stanovené ve zvláštních předpisech Unie, zejména požadavky stanovené nařízením Rady (ES) č. 509/2006 ze dne 20. března 2006 o zemědělských produktech a potravinách, jež představují zaručené tradiční speciality <sup>[33]</sup>, a nařízením Rady (ES) č. 510/2006 ze dne 20. března 2006 o ochraně zeměpisných označení a označení původu zemědělských produktů a potravin <sup>[34]</sup>.

2. Uvedení země původu nebo místa provenience je povinné:

a) pokud by opomenutí tohoto údaje mohlo uvádět spotřebitele v omyl ohledně skutečné země původu nebo místa provenience potraviny, zejména pokud by informace připojená k potravině nebo etiketa jako celek jinak naznačovala, že potravina je z jiné země původu nebo místa provenience;

b) v případě masa kódů kombinované nomenklatury (KN) uvedených na seznamu v příloze XI. Použití tohoto písmene závisí na přijetí prováděcích aktů uvedených v odstavci 8.

3. Je-li uváděna země původu nebo místo provenience potraviny a nejedná se o stejnou zemi nebo místo, z nichž pochází její primární složka:

a) uvede se rovněž země původu nebo místo provenience dané primární složky, nebo

b) uvede se, že se země původu nebo místo provenience primární složky liší od země původu nebo místa provenience potraviny.

Použití tohoto odstavce závisí na přijetí prováděcích aktů uvedených v odstavci 8.

4. Komise do pěti let ode dne použitelnosti odst. 2 písm. b) předloží Evropskému parlamentu a Radě zprávu, ve které zhodnotí povinné uvádění země původu nebo místa provenience u produktů uvedených v uvedeném písmenu.

5. Komise do 13. prosince 2014 předloží Evropskému parlamentu a Radě zprávu o povinném uvádění země původu nebo místa provenience pro tyto potraviny:

a) jiné druhy masa než hovězí a než ty, které jsou uvedeny v odst. 2 písm. b);

b) mléko;

c) mléko použité jako složka v mléčných výrobcích;

d) nezpracované potraviny;

e) jednosložkové produkty;

f) složky, které tvoří více než 50 % potraviny.

6. Do 13. prosince 2013 předloží Komise Evropskému parlamentu a Radě zprávu o povinném uvádění země původu nebo místa provenience pro maso použité jako složka.

7. Zprávy uvedené v odstavcích 5 a 6 zohlední potřebu spotřebitelů být informováni, proveditelnost povinného uvádění země původu nebo místa provenience a analýzu nákladů a přínosů zavedení takových opatření, včetně právního dopadu na vnitřní trh a dopadu na mezinárodní obchod.

Komise může tyto zprávy doplnit návrhy na úpravu příslušných předpisů Unie.

8. Do 13. prosince 2013, po provedení hodnocení dopadů, přijme Komise prováděcí akty k použití odst. 2 písm. b) a odstavce 3 tohoto článku. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

9. U potravin uvedených v odst. 2 písm. b), v odst. 5 písm. a) a v odstavci 6 se ve zprávách a hodnoceních dopadů podle tohoto článku zvažují mimo jiné možné podmínky označování země původu nebo místa provenience těchto potravin, zejména s ohledem na každý z následujících určujících bodů v životě zvířete:

a) místo narození;

b) místo chovu;

c) místo porážky.

## Článek 27

### Návod k použití

1. Návod k použití potravin musí být uveden takovým způsobem, aby umožnil její náležité použití.
2. Komise může pro určité potraviny přijmout prováděcí akty, v nichž stanoví podrobná pravidla pro provádění odstavce 1. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

## Článek 28

### Obsah alkoholu

1. Pravidla pro uvádění obsahu alkoholu v procentech objemových v případě výrobků zařazených pod kódem KN 2204 stanoví zvláštní předpisy Unie, které se na tyto výrobky vztahují.
2. Skutečný obsah alkoholu v procentech objemových u nápojů o obsahu alkoholu vyšším než 1,2 % objemových kromě nápojů uvedených v odstavci 1 se uvádí v souladu s přílohou XII.

## ODDÍL 3

### Výživové údaje

## Článek 29

### Vztah k ostatním právním předpisům

1. Tento oddíl se nevztahuje na potraviny v oblasti působnosti těchto právních předpisů:
  - a) směrnice Evropského parlamentu a Rady 2002/46/ES ze dne 10. června 2002 o sblížení právních předpisů členských států týkajících se doplňků stravy <sup>[35]</sup>;
  - b) směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/54/ES ze dne 18. června 2009 o využívání a prodeji přírodních minerálních vod <sup>[36]</sup>.
2. Tento oddíl se použije, aniž jsou dotčeny směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/39/ES ze dne 6. května 2009 o potravinách určených pro zvláštní výživu <sup>[37]</sup> a zvláštní směrnice uvedené v čl. 4 odst. 1 zmíněné směrnice.

## Článek 30

### Obsah

1. Povinné výživové údaje obsahují informace:

- a) o energetické hodnotě a
- b) o množství tuků, nasycených mastných kyselin, sacharidů, cukrů, bílkovin a soli.

Ve vhodných případech se v těsné blízkosti výživových údajů může nacházet formulace uvádějící, že sůl je v potravině obsažena výlučně v důsledku přirozeně se vyskytujícího sodíku.

2. Obsah povinných výživových údajů podle odstavce 1 je možné doplnit o uvedení množství jedné nebo více z těchto živin:

- a) mononenasycené mastné kyseliny (monoenoové mastné kyseliny);
- b) polynenasycené mastné kyseliny (polyenoové mastné kyseliny);
- c) polyalkoholy;
- d) škrob;

e) vláknina,

f) veškeré vitaminy nebo minerální látky uvedené na seznamu v bodě 1 části A přílohy XIII, které jsou přítomné ve významných množstvích vymezených v bodě 2 části A přílohy XIII.

3. Pokud označení balené potraviny uvádí povinné výživové údaje podle odstavce 1, mohou se v něm opakovat tyto informace:

a) energetická hodnota nebo

b) energetická hodnota spolu s množstvím tuků, nasycených mastných kyselin, cukrů a soli.

4. Odchylně od čl. 36 odst. 1, uvádějí-li se výživové údaje na označení produktů podle čl. 16 odst. 4, lze tyto údaje omezit na uvedení energetické hodnoty.

5. Aniž je dotčen článek 44 a odchylně od čl. 36 odst. 1, uvádějí-li se výživové údaje na označení produktů podle čl. 44 odst. 1, lze tyto údaje omezit na uvedení:

a) energetické hodnoty nebo

b) energetické hodnoty spolu s množstvím tuků, nasycených mastných kyselin, cukrů a soli.

6. S cílem zohlednit význam údajů uvedených v odstavcích 2 až 5 tohoto článku pro informovanost spotřebitele může Komise prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 změnit seznamy uvedené v odstavcích 2 až 5 tohoto článku doplněním nebo vypuštěním jednotlivých údajů.

7. Do 13. prosince 2014 předloží Komise zprávu o přítomnosti tuků obsahujících transmastné kyseliny v potravinách a celkově ve stravě obyvatel Unie, přičemž zohlední vědecké důkazy a zkušenosti získané v členských státech. Účelem zprávy je vyhodnotit dopad vhodných prostředků, které by mohly umožnit spotřebitelům, aby se rozhodli pro zdravější potraviny a celkově zdravější stravu, nebo které by mohly podpořit poskytování zdravější nabídky potravin spotřebitelům, včetně mimo jiné poskytování informací o tucích obsahujících transmastné kyseliny spotřebitelům nebo o omezeních spojených s jejich používáním. V případě potřeby předloží Komise společně s touto zprávou legislativní návrh.

### *Článek 31*

#### **Výpočet**

1. Energetická hodnota se vypočítá pomocí převodních faktorů uvedených v příloze XIV.

2. Komise může prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 přijmout převodní faktory pro vitaminy a minerální látky uvedené v části A bodě 1 přílohy XIII pro účely přesnějšího výpočtu obsahu těchto vitaminů a minerálních látek v potravinách. Tyto převodní faktory se doplní do přílohy XIV.

3. Údaje o energetické hodnotě a obsahu živin uvedené v čl. 30 odst. 1 až 5 se vztahují na potravinu ve stavu, v němž je prodávána.

Kde je to vhodné, mohou se tyto informace vztahovat na potravinu po úpravě, pokud jsou připojeny podrobné pokyny pro tuto úpravu a informace se týkají potraviny připravené ke spotřebě.

4. Uvedené hodnoty jsou průměrné hodnoty vycházející v jednotlivých případech z výsledků:

a) analýzy výrobce dané potraviny;

b) výpočtu s použitím známých nebo skutečných průměrných hodnot použitých složek, nebo

c) výpočtu s použitím obecně zjištěných a přijímaných údajů.

Komise může přijmout prováděcí akty, v nichž stanoví podrobná pravidla pro jednotné provedení tohoto odstavce, pokud jde o přesnost uvedených hodnot, jako například rozdíly mezi uváděnými hodnotami a hodnotami zjištěnými při úřední kontrole. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

### Článek 32

Vyjádření v jednotkách na 100 g nebo 100 ml

1. Údaje o energetické hodnotě a obsahu živin podle čl. 30 odst. 1 až 5 se vyjadřují v měrných jednotkách uvedených v příloze XV.
2. Údaje o energetické hodnotě a obsahu živin podle čl. 30 odst. 1 až 5 se vyjadřují na 100 g nebo 100 ml.
3. Pokud se uvádějí údaje o vitamínech a minerálních látkách, vyjadřují se způsobem podle odstavce 2 a rovněž jako procentní podíl referenčních hodnot příjmu stanovených v části A bodě 1 přílohy XIII na 100 g nebo 100 ml.
4. Kromě způsobu vyjádření uvedeného v odstavci 2 tohoto článku lze energetickou hodnotu a obsah živin podle čl. 30 odst. 1, 3, 4 a 5 podle okolností vyjádřit jako procentní podíl referenčních hodnot příjmu stanovených v části B přílohy XIII na 100 g nebo 100 ml.
5. Pokud jsou uvedeny údaje podle odstavce 4, musí se v jejich těsné blízkosti rovněž nacházet toto prohlášení: „Referenční hodnota příjmu u průměrné dospělé osoby (8 400 kJ/2 000 kcal)“.

### Článek 33

Vyjádření údajů v přepočtu na jednu porci nebo na jednotku spotřeby

1. Energetickou hodnotu a obsah živin podle čl. 30 odst. 1 až 5 lze vyjádřit na jednu porci nebo jednotku spotřeby, pokud je to snadno srozumitelné pro spotřebitele a pokud je na etiketě vyznačena velikost porce nebo jednotky spotřeby a je na ní uveden počet porcí nebo jednotek obsažených v balení, v těchto případech:

- a) navíc k vyjádření na 100 g nebo 100 ml, jak je uvedeno v čl. 32 odst. 2,
- b) navíc k vyjádření na 100 g nebo 100 ml, jak je uvedeno v čl. 32 odst. 3, pokud jde o obsah vitamínů a minerálů,
- c) navíc k vyjádření na 100 g nebo 100 ml, jak je uvedeno v čl. 32 odst. 4, nebo místo něho.

2. Odchylně od čl. 32 odst. 2 je v případech uvedených v čl. 30 odst. 3 písm. b) možné energetickou hodnotu a obsah živin nebo procentní podíl referenčních hodnot příjmu uvedené v části B přílohy XIII vyjádřit jen na jednu porci nebo jednotku spotřeby.

Pokud je v souladu s prvním pododstavcem obsah živin vyjádřen jen na jednu porci nebo jednotku spotřeby, vyjádří se energetická hodnota na 100 g či 100 ml a na jednu porci či jednotku spotřeby.

3. Odchylně od čl. 32 odst. 2 je v případech uvedených v čl. 30 odst. 5 možné energetickou hodnotu a obsah živin nebo procentní podíl referenčních hodnot příjmu uvedené v části B přílohy XIII vyjádřit jen na jednu porci nebo jednotku spotřeby.

4. Porce nebo jednotka spotřeby se uvádějí v těsné blízkosti výživových údajů.

5. S cílem zajistit jednotné provedení, pokud jde o vyjadřování výživových údajů na jednu porci nebo jednotku spotřeby, a s cílem stanovit pro spotřebitele jednotný základ srovnání přijme Komise

prostřednictvím prováděcích aktů při zohlednění skutečného spotřebního chování spotřebitelů a výživových doporučení pravidla pro vyjadřování na jednu porci nebo jednotku spotřeby pro určité skupiny potravin. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

### Článek 34

#### Způsob uvádění informací

1. Jednotlivé údaje uvedené v čl. 30 odst. 1 a 2 se musí nacházet ve stejném zorném poli. Uvádějí se společně ve srozumitelném formátu a tam, kde je to vhodné, v pořadí stanoveném v příloze XV.

2. Údaje uvedené v čl. 30 odst. 1 a 2 se uvádějí v tabulce s přiřazenými číselnými hodnotami, je-li dostatek místa. Při nedostatku místa se údaje uvedou v řadě za sebou.

3. Údaje uvedené v čl. 30 odst. 3 se uvádějí:

a) v hlavním zorném poli a

b) velikostí písma v souladu s čl. 13 odst. 2.

Údaje podle čl. 30 odst. 3 mohou být uvedeny v jiném formátu, než jaký určuje odstavec 2 tohoto článku.

4. Údaje podle čl. 30 odst. 4 a 5 mohou být uvedeny v jiném formátu, než jaký určuje odstavec 2 tohoto článku.

5. Jsou-li energetická hodnota nebo obsah živin ve výrobku zanedbatelné, lze informace o nich nahradit například prohlášením „Obsahuje zanedbatelné množství ...“ umístěným v těsné blízkosti výživových údajů, pokud jsou uvedeny.

S cílem zajistit jednotné provedení tohoto odstavce může Komise přijmout prováděcí akty týkající se energetické hodnoty a obsahu živin podle čl. 30 odst. 1 až 5, které lze považovat za zanedbatelné. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

6. S cílem zajistit jednotné provedení, pokud jde o způsob uvádění výživových údajů ve formátu uvedeném v odstavcích 1 až 4 tohoto článku, může Komise přijmout odpovídající prováděcí akty. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

### Článek 35

#### Další způsoby vyjadřování a uvádění údajů

1. Vedle způsobu vyjadřování údajů uvedených v čl. 32 odst. 2 a 4 a článku 33 a obchodní úpravy podle čl. 34 odst. 2 lze energetickou hodnotu a obsah živin podle čl. 30 odst. 1 až 5 vyjádřit jinými způsoby za využití grafického znázornění nebo symbolů doplňujících slovní nebo číselné vyjádření, jsou-li splněny tyto požadavky:

a) jsou založeny na důkladných a vědecky ověřených spotřebitelských výzkumech a neuvádějí spotřebitele v omyl, jak stanoví článek 7;

b) jsou vytvořeny na základě konzultací s velkým počtem skupin zúčastněných subjektů;

c) jejich cílem je usnadnit spotřebitelům pochopení příspěvku nebo významnosti potravin pro obsah energie a živin v jejich stravě;

d) je vědecky prokázáno, že průměrný spotřebitel těmto způsobům vyjadřování nebo uvádění údajů rozumí;

e) pokud jde o jiné způsoby vyjadřování, vycházejí z harmonizovaných referenčních hodnot příjmu uvedených v příloze XIII, nebo nejsou-li k dispozici, z obecně přijatých vědeckých doporučení o příjmu týkajících se energetické hodnoty a živin;

f) jsou objektivní a nediskriminační a

g) jejich použití nevytváří překážky volnému pohybu zboží.

2. Členské státy mohou provozovatelům potravinářských podniků doporučit, aby používali jeden nebo více dalších způsobů vyjadřování nebo uvádění výživových údajů, o nichž se domnívají, že nejlépe splňují požadavky stanovené v odst. 1 písm. a) až g). Členské státy sdělí Komisi podrobnosti těchto dalších způsobů vyjadřování a uvádění údajů.

3. Členské státy zajistí vhodné sledování dalších způsobů vyjadřování nebo uvádění výživových údajů, které se používají na trhu na jejich území.

S cílem usnadnit sledování používání dalších způsobů vyjadřování nebo uvádění údajů mohou členské státy vyžadovat od provozovatelů potravinářských podniků, kteří na trh na jejich území uvádějí potraviny takto označené, aby příslušnému orgánu oznámili používání dalšího způsobu vyjadřování nebo uvádění údajů a poskytli mu příslušná odůvodnění týkající se splnění požadavků stanovených v odst. 1 písm. a) až g). V těchto případech lze rovněž vyžadovat informace o ukončení používání těchto dalších způsobů vyjadřování nebo uvádění údajů.

4. Komise usnadňuje a organizuje výměnu informací mezi členskými státy, Komisí a zúčastněnými subjekty o záležitostech týkajících se používání jakýchkoli dalších způsobů vyjadřování nebo uvádění výživových údajů.

5. S ohledem na získané zkušenosti předloží Komise do 13. prosince 2017 Evropskému parlamentu a Radě zprávu o využívání dalších způsobů vyjadřování a uvádění údajů, o jejich vlivu na vnitřní trh a vhodnosti další harmonizace těchto způsobů vyjadřování a uvádění údajů. Členské státy za tímto účelem Komisi poskytnou důležité informace o používání těchto dalších způsobů vyjadřování a uvádění údajů na trhu na jejich území. Komise může k této zprávě připojit návrhy na úpravu příslušných předpisů Unie.

6. S cílem zajistit jednotné uplatňování tohoto článku přijme Komise prováděcí akty, v nichž stanoví podrobná pravidla pro provádění odstavců 1, 3 a 4 tohoto článku. Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

## KAPITOLA V

### DOBROVOLNĚ POSKYTOVANÉ INFORMACE O POTRAVINÁCH

#### Článek 36

##### Platné požadavky

1. Jsou-li informace o potravinách uvedené v člancích 9 a 10 poskytovány dobrovolně, musí splňovat požadavky stanovené v kapitole IV oddílech 2 a 3.

2. Pro informace o potravinách poskytované dobrovolně platí tyto požadavky:

a) nesmějí uvádět spotřebitele v omyl, jak stanoví článek 7;

b) nesmějí být nejednoznačné ani matoucí pro spotřebitele;

c) musí být tam, kde je to vhodné, podloženy příslušnými vědeckými údaji.

3. Komise přijme prováděcí akty upravující použití požadavků uvedených v odstavci 2 tohoto článku na tyto dobrovolné informace o potravinách:

- a) informace o možném a nezáměrném výskytu látek nebo produktů vyvolávajících alergie nebo nesnášenlivost v potravinách;
- b) informace o vhodnosti potravin pro vegetariány nebo vegany;
- c) aby bylo možné uvádět referenční hodnoty příjmu pro konkrétní skupiny obyvatelstva pro doplnění referenčních hodnot příjmu stanovených v příloze XIII.

Tyto prováděcí akty se přijímají přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2.

4. S cílem zajistit náležitou informovanost spotřebitelů v případech, kdy provozovatelé potravinářských podniků poskytují dobrovolné informace o potravinách různými způsoby, jež by mohly spotřebitele uvádět v omyl nebo vést k nejasnostem, může Komise prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 stanovit další případy poskytování dobrovolných informací o potravinách doplňující případy uvedené v odstavci 3 tohoto článku.

### *Článek 37*

Způsob uvádění dobrovolně poskytovaných informací

Dobrovolně poskytované informace o potravinách nesmějí být uvedeny na úkor prostoru pro povinné informace o potravinách.

## KAPITOLA VI

### VNITROSTÁTNÍ OPATŘENÍ

#### *Článek 38*

Vnitrostátní opatření

1. V otázkách výslovně harmonizovaných tímto nařízením nesmějí členské státy přijímat ani zachovávat vnitrostátní opatření, pokud to právo Unie nepovoluje. Tato vnitrostátní opatření nesmějí působit překážky volného pohybu zboží včetně diskriminace vůči potravinám pocházejícím z jiných členských států.

2. Aniž je dotčen článek 39, mohou členské státy přijímat vnitrostátní opatření v otázkách, které nejsou výslovně harmonizovány tímto nařízením, za předpokladu, že jimi nezakáží, neztíží ani neomezí volný pohyb zboží, které je v souladu s tímto nařízením.

#### *Článek 39*

Vnitrostátní opatření pro další povinné údaje

1. Vedle povinných údajů stanovených v čl. 9 odst. 1 a v článku 10 mohou členské státy postupem podle článku 45 přijmout opatření ukládající pro určité druhy nebo skupiny potravin povinnost uvádět další povinné údaje, je-li to opodstatněné alespoň jedním z těchto důvodů:

- a) ochrana veřejného zdraví;
- b) ochrana spotřebitele;
- c) předcházení podvodům;
- d) ochrana práv průmyslového a obchodního vlastnictví, uvádění provenience, chráněného označení původu a předcházení nekalé soutěži.



2. Členské státy mohou použít odstavce 1 k zavedení opatření týkajících se povinného uvádění země původu nebo místa provenience potravin, pouze je-li prokázána spojitost mezi určitými vlastnostmi dané potraviny a jejím původem nebo proveniencí. Členské státy spolu s oznámením těchto opatření Komisi rovněž doloží, že většina spotřebitelů přikládá poskytnutí této informace značný význam.

#### *Článek 40*

##### Mléko a mléčné výrobky

Členské státy mohou přijmout opatření odchylojící se od čl. 9 odst. 1 a čl. 10 odst. 1 v případě mléka a mléčných výrobků v obchodní úpravě v podobě skleněných lahví určených k opakovanému použití.

Znění těchto opatření sdělí bez odkladu Komisi.

#### *Článek 41*

##### Alkoholické nápoje

Až do přijetí předpisů Unie uvedených v čl. 16 odst. 4 mohou členské státy zachovat vnitrostátní opatření pro uvádění složek v případě nápojů obsahujících více než 1,2 % objemových alkoholu.

#### *Článek 42*

##### Vyjádření čistého množství

Neexistují-li předpisy Unie podle čl. 23 odst. 2 pro vyjadřování čistého množství určitých potravin jinak než způsobem uvedeným v čl. 23 odst. 1, mohou členské státy zachovat vnitrostátní opatření přijatá před 12. prosince 2011.

Členské státy uvědomí Komisi o těchto opatřeních do 13. prosince 2014. Komise na ně upozorní ostatní členské státy.

#### *Článek 43*

##### Dobrovolné uvádění referenčních hodnot příjmu pro konkrétní skupiny obyvatelstva

Dokud nebudou přijaty předpisy Unie uvedené v čl. 36 odst. 3 písm. c), mohou členské státy přijmout vnitrostátní opatření o dobrovolném uvádění referenčních hodnot příjmu pro konkrétní skupiny obyvatelstva.

Znění těchto opatření sdělí členské státy neprodleně Komisi.

#### *Článek 44*

##### Vnitrostátní opatření pro nebalené potraviny

1. Jsou-li potraviny nabízeny k prodeji konečnému spotřebiteli nebo zařízením společného stravování nebalené nebo jsou-li baleny v místě prodeje na žádost spotřebitele nebo baleny do hotového balení pro přímý prodej,

a) je poskytnutí údajů stanovených v čl. 9 odst. 1 písm. c) povinné;

b) není poskytnutí dalších údajů uvedených v člincích 9 a 10 povinné, pokud členské státy nepřijmou vnitrostátní opatření vyžadující uvedení některých nebo všech těchto údajů nebo jejich částí.

2. Členské státy mohou přijmout vnitrostátní opatření pro způsob poskytování údajů nebo jejich částí podle odstavce 1 a případně pro způsob jejich vyjadřování a uvádění.

3. Členské státy bez odkladu sdělí Komisi znění opatření uvedených v odst. 1 písm. b) a odstavci 2.

#### *Článek 45*

## Postup oznamování

1. Odkazuje-li se na tento článek, oznámí členský stát, který považuje za nezbytné přijmout nové právní předpisy o poskytování informací o potravinách, předem Komisi a ostatním členským státům zamýšlená opatření a odůvodní je.
2. Komise konzultuje Stálý výbor pro potravinový řetězec a zdraví zvířat zřízený čl. 58 odst. 1 nařízení (ES) č. 178/2002, pokud považuje tyto konzultace za užitečné nebo pokud o to požádá některý členský stát. V takovém případě Komise zajistí, aby byl tento postup transparentní pro všechny zúčastněné subjekty.
3. Členský stát, který považuje za nezbytné přijmout nové právní předpisy o poskytování informací o potravinách, může zamýšlená opatření přijmout až po uplynutí tří měsíců od oznámení uvedeného v odstavci 1 za předpokladu, že neobdržel záporné stanovisko Komise.
4. Je-li stanovisko Komise záporné, zahájí Komise před uplynutím lhůty uvedené v odstavci 3 tohoto článku přezkumný postup podle čl. 48 odst. 2 s cílem stanovit, zda zamýšlená opatření mohou být provedena, pokud je to třeba, po provedení vhodných změn.
5. Na opatření, která podléhají postupu oznamování podle tohoto článku, se nevztahuje směrnice Evropského parlamentu a Rady 98/34/ES ze dne 22. června 1998 o postupu při poskytování informací v oblasti norem a technických předpisů a předpisů pro služby informační společnosti <sup>[38]</sup>.

## KAPITOLA VII

### PROVÁDĚCÍ, POZMĚŇOVACÍ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

#### Článek 46

##### Změny příloh

K zohlednění technického pokroku, vědeckého vývoje, zdraví spotřebitelů nebo potřeby spotřebitelů být informováni a s výhradou ustanovení čl. 10 odst. 2 a čl. 21 odst. 2 o změnách příloh II a III může Komise prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51 měnit přílohy tohoto nařízení.

#### Článek 47

Přechodné období a den použitelnosti prováděcích opatření nebo aktů v přenesené pravomoci

1. Aniž je dotčen odstavec 2 tohoto článku, Komise při výkonu pravomocí svěřených jí na základě tohoto nařízení k přijímání opatření prostřednictvím prováděcích aktů přezkumným postupem podle čl. 48 odst. 2 nebo prostřednictvím aktů v přenesené pravomoci v souladu s článkem 51:

a) stanoví přiměřené přechodné období pro použití nových opatření, během něhož je možné uvádět na trh potraviny s etiketami, které nová opatření nedodržují, a po němž se zásoby těchto potravin, které byly uvedeny na trh před skončením přechodného období, mohou nadále prodávat až do vyčerpání zásob a

b) zajistí, aby se tato opatření použila vždy od 1. dubna kalendářního roku.

2. Odstavec 1 se nepoužije v naléhavých případech, v nichž je účelem opatření uvedených ve zmíněném odstavci ochrana lidského zdraví.

#### Článek 48

##### Výbor

1. Komisi je nápomocen Stálý výbor pro potravinový řetězec a zdraví zvířat zřízený čl. 58 odst. 1 nařízení Rady (ES) č. 178/2002. Tento výbor je výborem ve smyslu nařízení (EU) č. 182/2011.

2. Odkazuje-li se na tento odstavec, použije se článek 5 nařízení (EU) č. 182/2011.

Pokud výbor nevydá žádné stanovisko, Komise navrhaný prováděcí akt nepřijme a použije se čl. 5 odst. 4 třetí pododstavec nařízení (EU) č. 182/2011.

#### Článek 49

Změny nařízení (ES) č. 1924/2006

V článku 7 nařízení (ES) č. 1924/2006 se první a druhý pododstavec nahrazují tímto:

„Výživové označování výrobků, u nichž je uvedeno výživové nebo zdravotní tvrzení, je povinné s výjimkou obecně zaměřené reklamy. Poskytované údaje musí obsahovat údaje vymezené v čl. 30 odst. 1 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169 ze dne 25. října 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům <sup>([\\*1](#))</sup>. Týká-li se výživové nebo zdravotní tvrzení živiny uvedené v čl. 30 odst. 2 nařízení (EU) č. 1169, musí být její obsah uveden v souladu s články 31 až 34 zmíněného nařízení.

Ve stejném zorném poli jako výživové označení musí být uvedeno množství látky nebo látek, k nimž se vztahuje výživové nebo zdravotní tvrzení, jež se neobjevuje ve výživovém označení, vyjádřené v souladu s články 31, 32 a 33 nařízení (EU) č. 1169. Měrné jednotky použité k vyjádření množství látky musí být vhodné pro jednotlivé dotčené látky.

#### Článek 50

Změny nařízení (ES) č. 1925/2006

V článku 7 nařízení (ES) č. 1925/2006 se odstavec 3 nahrazuje tímto:

„3. Výživové označování výrobků, do kterých byly přidány vitaminy a minerální látky a na něž se vztahuje toto nařízení, je povinné. Poskytované údaje musí obsahovat informace podle čl. 30 odst. 1 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169 ze dne 25. října 2011 o poskytování informací o potravinách spotřebitelům <sup>([\\*2](#))</sup> a celkové množství obsažených vitaminů a minerálních látek v okamžiku jejich přidání do potraviny.

#### Článek 51

Výkon přenesené pravomoci

1. Pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci je svěřena Komisi za podmínek stanovených v tomto článku.

2. Pravomoc přijímat akty v přenesené pravomoci uvedená v čl. 9 odst. 3, čl. 10 odst. 2, čl. 12 odst. 3, čl. 13 odst. 4, čl. 18 odst. 5, čl. 19 odst. 2, čl. 21 odst. 2, čl. 23 odst. 2, čl. 30 odst. 6, čl. 31 odst. 2, čl. 36 odst. 4 a v článku 46 je svěřena Komisi na dobu pěti let od 12. prosince 2011. Komise vyhotoví zprávu o přenesené pravomoci nejpozději devět měsíců před koncem tohoto pětiletého období. Přenesení pravomoci se automaticky prodlužuje o stejně dlouhé období, pokud Evropský parlament nebo Rada nevysloví proti tomuto prodloužení námitku nejpozději tři měsíce před koncem každého z těchto období.

3. Evropský parlament nebo Rada mohou přenesení pravomoci uvedené v čl. 9 odst. 3, čl. 10 odst. 2, čl. 12 odst. 3, čl. 13 odst. 4, čl. 18 odst. 5, čl. 19 odst. 2, čl. 21 odst. 2, čl. 23 odst. 2, čl. 30 odst. 6, čl. 31 odst. 2, čl. 36 odst. 4 a v článku 46 kdykoli zrušit. Rozhodnutím o zrušení se ukončuje přenesení pravomoci v něm blíže určené. Rozhodnutí nabývá účinku prvním dnem po zveřejnění v *Úředním*

věstníku *Evropské unie* nebo k pozdějšímu dni, který je v něm upřesněn. Nedotýká se platnosti již platných aktů v přenesené pravomoci.

4. Přijetí aktu v přenesené pravomoci Komise bez odkladu oznámí současně Evropskému parlamentu a Radě.

5. Akt v přenesené pravomoci přijatý podle čl. 9 odst. 3, čl. 10 odst. 2, čl. 12 odst. 3, čl. 13 odst. 4, čl. 18 odst. 5, čl. 19 odst. 2, čl. 21 odst. 2, čl. 23 odst. 2, čl. 30 odst. 6, čl. 31 odst. 2, čl. 36 odst. 4 a článku 46 vstoupí v platnost, pouze pokud proti němu Evropský parlament a Rada nevysloví námitky ve lhůtě dvou měsíců ode dne, kdy jim byl tento akt oznámen, nebo pokud Evropský parlament a Rada před uplynutím této lhůty Komisi informují, že námitky nevysloví. Z podnětu Evropského parlamentu nebo Rady se tato lhůta prodlouží o dva měsíce.

### Článek 52

#### Postup pro naléhavé případy

1. Akty v přenesené pravomoci přijaté podle tohoto článku vstupují v platnost bezodkladně a jsou použitelné, pokud proti nim není vyslovena námitka v souladu s odstavcem 2. V oznámení aktu v přenesené pravomoci Evropskému parlamentu a Radě se uvedou důvody použití postupu pro naléhavé případy.

2. Evropský parlament nebo Rada mohou proti aktu v přenesené pravomoci vyslovit námitky postupem uvedeným v čl. 51 odst. 5. V takovém případě zruší Komise tento akt neprodleně poté, co jí Evropský parlament nebo Rada oznámí rozhodnutí o vyslovení námitek.

### Článek 53

#### Zrušení

1. Směrnice 87/250/EHS, 90/496/EHS, 1999/10/ES, 2000/13/ES, 2002/67/ES a 2008/5/ES a nařízení (ES) č. 608/2004 se zrušují s účinkem ode dne 13. prosince 2014.

2. Odkazy na zrušené právní předpisy se považují za odkazy na toto nařízení.

### Článek 54

#### Přechodná opatření

1. Potraviny uvedené na trh nebo opatřené etiketou před 13. prosince 2014, které nejsou v souladu s požadavky tohoto nařízení, smějí být uváděny na trh do vyčerpání zásob.

Potravinu uvedené na trh nebo opatřené etiketou před 13. prosince 2016, které nejsou v souladu s požadavkem stanoveným v čl. 9 odst. 1 písm. l) tohoto nařízení, smějí být uváděny na trh do vyčerpání zásob.

Potravinu uvedené na trh nebo opatřené etiketou před 1. lednem 2014, které nejsou v souladu s požadavky stanovenými v části B přílohy VI, smějí být uváděny na trh do vyčerpání zásob.

2. V období mezi 13. prosince 2014 a 13. prosince 2016 musí být dobrovolně uváděné výživové údaje v souladu s články 30 až 35.

3. Aniž jsou dotčeny směrnice 90/496/EHS, článek 7 nařízení (ES) č. 1924/2006 a čl. 7 odst. 3 nařízení (ES) č. 1925/2006, mohou být potraviny opatřené etiketou podle článků 30 až 35 tohoto nařízení uváděny na trh do 13. prosince 2014.

Aniž je dotčeno nařízení Komise (ES) č. 1162/2009 ze dne 30. listopadu 2009, kterým se stanoví přechodná opatření pro provádění nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 853/2004, (ES)

č. 854/2004 a (ES) č. 882/2004 <sup>[39]</sup>, mohou být potraviny opatřené etiketou v souladu s částí B přílohy VI tohoto nařízení uváděny na trh před 1. lednem 2014.

## Článek 55

### Vstup v platnost a použitelnost

Toto nařízení vstupuje v platnost dvacátým dnem po vyhlášení v *Úředním věstníku Evropské unie*.

Použije se ode dne 13. prosince 2014, s výjimkou čl. 9 odst. 1 písm. l), jenž se použije ode dne 13. prosince 2016, a části B přílohy VI, jež se použije ode dne 1. ledna 2014.

Toto nařízení je závazné v celém rozsahu a přímo použitelné ve všech členských státech.

Ve Štrasburku dne 25. října 2011.

## PŘÍLOHA I

### ZVLÁŠTNÍ DEFINICE

uvedené v čl. 2 odst. 4

„Výživovými údaji“ nebo „výživovým označením“ se rozumějí informace:

- a) o energetické hodnotě nebo
- b) o energetické hodnotě a pouze o jedné nebo více následujících živinách:
  - tuky (nasycené mastné kyseliny, mononenasyčené mastné kyseliny, polynenasycené mastné kyseliny),
  - sacharidy (cukry, polyalkoholy, škroby),
  - sůl,
  - vláknina,
  - bílkoviny,
  - veškeré vitaminy nebo minerální látky uvedené na seznamu v části A bodě 1 přílohy XIII, které jsou přítomné ve významných množstvích vymezených v části A bodě 2 přílohy XIII;

2. „tuky“ se rozumějí veškeré lipidy, včetně fosfolipidů;

3. „nasycenými mastnými kyselinami“ se rozumějí mastné kyseliny, které neobsahují dvojnou vazbu;

4. „transmastnými kyselinami“ se rozumějí mastné kyseliny s nejméně jednou nekonjugovanou dvojnou vazbou uhlík-uhlík v transkonfiguraci (tj. oddělenou nejméně jednou methylenovou skupinou);

5. „mononenasyčenými mastnými kyselinami (monoenovými mastnými kyselinami)“ se rozumějí mastné kyseliny s jednou dvojnou cis-vazbou;

6. „polynenasycenými mastnými kyselinami (polyenovými mastnými kyselinami)“ se rozumějí mastné kyseliny se dvěma nebo více dvojnými vazbami oddělenými nejméně jednou cis, cis-methylenovou skupinou;

7. „sacharidy“ se rozumějí všechny sacharidy, které jsou metabolizovány v lidském organismu, včetně polyalkoholů;

8. „cukry“ se rozumějí všechny monosacharidy a disacharidy přítomné v potravině, s výjimkou polyalkoholů;
9. „polyalkoholy“ se rozumějí alkoholy obsahující více než dvě hydroxylové skupiny;
10. „bílkovinami“ se rozumí obsah bílkovin vypočtený podle vzorce: bílkovina = množství celkového dusíku podle Kjeldahla  $\times 6,25$ ;
11. „solí“ se rozumí obsah ekvivalentu soli vypočtený podle vzorce: sůl = sodík  $\times 2,5$ ;
12. „vlákninou“ se rozumějí uhlovodíkové polymery s třemi nebo více monomerními jednotkami, které nejsou tráveny ani vstřebávány v tenkém střevě lidského organismu a náleží do těchto kategorií:
- jedlé uhlovodíkové polymery přirozeně se vyskytující v přijímané potravě,
  - jedlé uhlovodíkové polymery, které byly získány z potravinových surovin fyzikálními, enzymatickými nebo chemickými prostředky a které mají prospěšný fyziologický účinek prokázaný obecně uznávanými vědeckými poznatky,
  - jedlé syntetické uhlovodíkové polymery, které mají prospěšný fyziologický účinek prokázaný obecně uznávanými vědeckými poznatky;
13. „průměrnou hodnotou“ se rozumí hodnota, která nejlépe vyjadřuje množství určité živiny obsažené v dané potravině s ohledem na výkyvy v průběhu roku, spotřebitelské zvyklosti a jiné faktory, které mohou způsobit kolísání skutečných hodnot.

## PŘÍLOHA II

### LÁTKY NEBO PRODUKTY VYVOLÁVAJÍCÍ ALERGIE NEBO NESNÁŠENLIVOST

Obiloviny obsahující lepek, konkrétně: pšenice, žito, ječmen, oves, špalda, kamut nebo jejich hybridní odrůdy a výrobky z nich, kromě:

- a) glukózových sirupů na bázi pšenice, včetně dextrózy <sup>(1)</sup>;
- b) maltodextrinů na bázi pšenice <sup>(1)</sup>;
- c) glukózových sirupů na bázi ječmene;
- d) obilovin použitých k výrobě alkoholických destilátů, včetně ethanolu zemědělského původu

2. Korýši a výrobky z nich

3. Vejce a výrobky z nich

4. Ryby a výrobky z nich, kromě:

- a) rybí želatiny použité jako nosič vitaminových nebo karotenoidních přípravků;
- b) rybí želatiny nebo vyziny použité jako čířící prostředek u piva a vína

5. Jádra podzemnice olejná (arašídy) a výrobky z nich

6. Sójové boby a výrobky z nich, kromě:

- a) zcela rafinovaného sójového oleje a tuku <sup>(1)</sup>;
- b) přírodní směsi tokoferolů (E306), přírodního d-alfa tokoferolu, přírodního d-alfa-tokoferol-acetátu, přírodního d-alfa-tokoferol-sukcinátu ze sóji;
- c) fytosterolů a esterů fytosterolů získaných z rostlinných olejů ze sóji;

d) esteru rostlinného stanolu vyrobeného ze sterolů z rostlinného oleje ze sóji

7. Mléko a výrobky z něj (včetně laktózy), kromě:

a) syrovátky použité k výrobě alkoholických destilátů, včetně ethanolu zemědělského původu;

b) laktitolu

8. Skořápkové plody, konkrétně: mandle (*Amygdalus communis* L.), lískové ořechy (*Corylus avellana*), vlašské ořechy (*Juglans regia*), kešu ořechy (*Anacardium occidentale*), pekanové ořechy (*Carya illinoensis* (Wangenh.) K. Koch), para ořechy (*Bertholletia excelsa*), pistácie (*Pistacia vera*), makadamie (*Macadamia ternifolia*) a výrobky z nich, kromě ořechů použitých k výrobě alkoholických destilátů, včetně ethanolu zemědělského původu

9. Celer a výrobky z něj

10. Hořčice a výrobky z ní

11. Sezamová semena a výrobky z nich

12. Oxid siřičitý a siřičitany v koncentracích vyšších než 10 mg/kg nebo 10 mg/l, vyjádřeno jako celkový SO<sub>2</sub>, které se propočítají pro výrobky určené k přímé spotřebě nebo ke spotřebě po rekonstituování podle pokynů výrobce

13. Vlčí bob (lupina) a výrobky z něj

14. Měkkýši a výrobky z nich

---

<sup>[1]</sup> A výrobky z nich, pokud zpracování, kterým prošly, nezvyšuje úroveň alergenicity, kterou úřad stanovil pro příslušný základní produkt.

### PŘÍLOHA III

POTRAVINY, JEJICHŽ OZNAČENÍ MUSÍ OBSAHOVAT JEDEN NEBO VÍCE DALŠÍCH ÚDAJŮ

DRUH NEBO SKUPINA POTRAVIN

ÚDAJE

1. Potraviny balené v některých plynech

1.1 Potraviny, jejichž trvanlivost byla prodloužena pomocí balicích plynů povolených podle nařízení (ES) č. 1333/2008

„baleno v ochranné atmosféře“

2. Potraviny obsahující sladidla

2.1 Potraviny obsahující sladidlo nebo sladidla povolená podle nařízení (ES) č. 1333/2008

„se sladidlem (sladidly)“; tento údaj se připojí k názvu potraviny

2.2 Potraviny obsahující přidaný cukr nebo cukry i sladidlo nebo sladidla povolená podle nařízení (ES) č. 1333/2008

„s cukrem (cukry) a sladidlem (sladidly)“; tento údaj se připojí k názvu potraviny

2.3 Potraviny obsahující aspartam nebo sůl aspartamu-acesulfanu, povolené podle nařízení (ES) č. 1333/2008

„obsahuje aspartam (zdroj fenylalaninu)“ se uvede na etiketě v případě, že aspartam nebo sůl aspartamu-acesulfanu jsou na seznamu složek uvedeny pouze pod svým číslem E

„obsahuje zdroj fenylalaninu“ se uvede na etiketě v případě, že aspartam nebo sůl aspartamu-acesulfanu jsou na seznamu složek uvedeny pod svým specifickým názvem.

2.4 Potraviny obsahující více než 10 % přidaných polyalkoholů povolených podle nařízení (ES) č. 1333/2008

„nadměrná konzumace může vyvolat projímavé účinky“

3. Potraviny obsahující glycyrrhizovou kyselinu nebo její amonnou sůl

3.1 Cukrovinky nebo nápoje obsahující glycyrrhizovou kyselinu nebo její amonnou sůl v koncentraci 100 mg/kg nebo 10 mg/l nebo vyšší v důsledku přidání této látky jako takové (těchto látek jako takových) nebo přidání lékořice lysé (*Glycyrrhiza glabra*)

Údaj „obsahuje lékořici“ se připojí bezprostředně za seznam složek, pokud není výraz „lékořice“ již uveden v seznamu složek nebo v názvu dané potraviny. Není-li uveden seznam složek, připojí se tento údaj k názvu dané potraviny.

3.2 Cukrovinky obsahující glycyrrhizovou kyselinu nebo její amonnou sůl v koncentraci 4 g/kg nebo vyšší v důsledku přidání této látky jako takové (těchto látek jako takových) nebo přidání lékořice lysé (*Glycyrrhiza glabra*)

Údaj „obsahuje lékořici – osoby s vysokým krevním tlakem by se měly vyvarovat nadměrné spotřeby“ se připojí bezprostředně za seznam složek. Není-li uveden seznam složek, připojí se tento údaj k názvu dané potraviny.

3.3 Nápoje obsahující glycyrrhizovou kyselinu nebo její amonnou sůl v koncentraci 50 mg/l nebo vyšší nebo v koncentraci 300 mg/l nebo vyšší v případě nápojů obsahujících více než 1,2 % obj. alkoholu<sup>(1)</sup> v důsledku přidání této látky jako takové (těchto látek jako takových) nebo přidání lékořice lysé (*Glycyrrhiza glabra*)

Údaj „obsahuje lékořici – osoby s vysokým krevním tlakem by se měly vyvarovat nadměrné spotřeby“ se připojí bezprostředně za seznam složek. Není-li uveden seznam složek, připojí se tento údaj k názvu dané potraviny.

4. Nápoje s vysokým obsahem kofeinu nebo potraviny obsahující přidaný kofein

4.1 Nápoje, s výjimkou nápojů na bázi kávy, čaje nebo kávového či čajového extraktu a s názvem obsahujícím slova „káva/kávový“ nebo „čaj/čajový“, které:

— jsou určeny ke spotřebě bez úpravy a obsahují kofein z jakéhokoli zdroje v množství vyšším než 150 mg/l, nebo

— jsou v koncentrované nebo sušené formě a po obnovení obsahují kofein z jakéhokoli zdroje v množství vyšším než 150 mg/l

Údaj „vysoký obsah kofeinu – není vhodné pro děti a těhotné nebo kojící ženy“ se uvede ve stejném zorném poli jako název nápoje, za nímž v závorkách následuje odkaz na obsah kofeinu vyjádřený v mg na 100 ml v souladu s čl. 13 odst. 1 tohoto nařízení.

4.2 Jiné potraviny než nápoje, do kterých je kofein přidáván k fyziologickému účelu

Údaj „obsahuje kofein – není vhodné pro děti a těhotné ženy“ se uvede ve stejném zorném poli jako název produktu, za nímž v závorkách následuje odkaz na obsah kofeinu vyjádřený v mg na 100 g/ml v



souladu s čl. 13 odst. 1 tohoto nařízení. V případě doplňků stravy se obsah kofeinu vyjadřuje na jednu porci doporučenou na označení pro denní spotřebu.

## 5. Potravin y s přidanými fytosteroly, estery fytosterolů, fytostanoly nebo estery fytostanolů

### 5.1 Potravin y nebo složky potravin s přidanými fytosteroly, estery fytosterolů, fytostanoly nebo estery fytostanolů

1) „s přidanými rostlinnými steroly“ nebo „s přidanými rostlinnými stanoly“ ve stejném zorném poli jako název dané potravin y;

2) množství přidaných fytosterolů, esterů fytosterolů, fytostanolů nebo esterů fytostanolů (vyjádřeno v procentech nebo v gramech volných rostlinných sterolů/rostlinných stanolů na 100 g nebo 100 ml potravin y); tento údaj se uvede v seznamu složek;

3) údaj, že potravin a je určena výhradně pro osoby, které si přejí snížit hladinu cholesterolu v krvi;

4) údaj, že pacienti užívající léky na snížení hladiny cholesterolu by měli výrobek konzumovat pod lékařským dohledem;

5) snadno viditelný údaj, že potravin a nemusí být vhodná pro výživu těhotných a kojících žen a dětí ve věku do pěti let;

6) doporučení, aby byla potravin a používána jako součást vyvážené a pestré stravy, k níž patří pravidelná konzumace ovoce a zeleniny přispívající k zachování hladiny karotenoidů;

7) informace nacházející se ve stejném zorném poli jako údaj vyžadovaný výše uvedeným bodem 3, že by spotřeba přidaných rostlinných sterolů či rostlinných stanolů neměla překročit 3 g/den;

8) definice jedné porce dané potravin y nebo složky potravin (přednostně v g nebo ml) s údajem o množství rostlinných sterolů či rostlinných stanolů obsažených v každé porci

## 6. Zmrazené maso, zmrazené masné polotovary a zmrazené nezpracované produkty rybolovu

### 6.1 Zmrazené maso, zmrazené masné polotovary a zmrazené nezpracované produkty rybolovu.

datum zmrazení nebo, u produktů zmrazených více než jednou, datum prvního zmrazení v souladu s bodem 3 přílohy X

---

<sup>[1]</sup> Tato hladina se vztahuje na výrobky určené k přímé spotřebě nebo výrobky rekonstituované podle pokynů výrobců.

## **Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů - Označování potravin**

### § 6

(1) Provozovatel potravinářského podniku, pod jehož jménem nebo obchodní firmou je balená potravin a uváděna na trh, nebo není-li usazen v Evropské unii, dovozce potravin y na trh Evropské unie, je povinen kromě dodržení požadavků přímo použitelného předpisu Evropské unie upravujícího označování potravin zajistit na obalu potravin y určeném pro spotřebitele nebo pro zařízení stravovacích služeb, nebo na etiketě k obalu připojené, uvedení a přesnost

a) údajů o třídě jakosti, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo přímo použitelný předpis Evropské unie,

b) údajů podle čl. 9 odst. 1 písm. b) a čl. 22 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 u nápojů obsahujících více než 1,2 % objemových alkoholu podle podmínek pro balené potraviny stanovených nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

c) jména a příjmení nebo názvu anebo obchodní firmy a adresy sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil, u nápoje obsahujícího více než 20 % objemových alkoholu,

d) dalších údajů, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo veterinární zákon.

(2) Provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 může uvést symbol „e“ na obalu pro označení množství potraviny jen tehdy, pokud byly splněny požadavky stanovené zákonem o metrologii<sup>28</sup>).

(3) Způsob označení balených potravin stanoví prováděcí právní předpis.

(4) Za malé množství potravin, které je osvobozené od požadavku na povinné deklarování výživových údajů na základě přílohy V bodu 19 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011, se považuje množství potraviny, které je výrobcem dodávané přímo konečnému spotřebiteli nebo do místního maloobchodu, kterým se rozumí potravinářský podnik nebo hospodářství provozující maloobchod<sup>41</sup>) přímo zásobující konečného spotřebitele na území České republiky, a bylo vyrobeno výrobcem, který v posledním uzavřeném účetním období předcházejícím okamžiku, kdy byla potravina vyrobena

a) zaměstnával maximálně průměrný přepočtený počet 10 zaměstnanců<sup>42</sup>), jejichž pracovní pozice uvedená v pracovní smlouvě přímo souvisí s výrobou potravin, nebo

b) dosáhl maximálního ročního obrátu<sup>43</sup>) 20000000 Kč.

## § 7

(1) Provozovatel potravinářského podniku, pod jehož jménem nebo obchodní firmou je potravina zabalená bez přítomnosti spotřebitele pro účely bezprostředního prodeje podle přímo použitelného předpisu Evropské unie o označování potravin<sup>29</sup>) uváděna na trh, nebo není-li usazen v Evropské unii, dovozce potraviny na trh Evropské unie, je povinen podle podmínek stanovených pro balené potraviny přímo použitelným předpisem Evropské unie o označování potravin<sup>30</sup>) zajistit na obalu potraviny určeném pro spotřebitele nebo pro zařízení stravovacích služeb uvedení a přesnost těchto údajů:

a) jméno a příjmení nebo název anebo obchodní firma a adresa sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil,

b) název potraviny,

c) čisté množství,

d) seznam složek,

e) země nebo místo původu,

f) způsob uchování, jde-li o potraviny, u nichž by při nesprávném uchování mohla být ohrožena bezpečnost nebo zhoršena jakost stanovená prováděcím právním předpisem nebo deklarovaná výrobcem,

g) datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti,

h) údaje podle čl. 10 odst. 1 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

i) údaje podle čl. 44 odst. 1 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

j) údaj o množství hlavní složky v hmotnostních procentech, stanoví-li tak prováděcí právní předpis.

(2) Provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 je povinen na obale určeném pro spotřebitele nebo pro zařízení stravovacích služeb zajistit uvedení a přesnost

a) údajů o třídě jakosti, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo přímo použitelný předpis Evropské unie,

b) dalších údajů, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo přímo použitelný předpis Evropské unie<sup>31</sup>).

(3) Způsob označení potravin zabalených bez přítomnosti spotřebitele pro účely přímého prodeje stanoví prováděcí právní předpis.

(4) Povinnost označení údajem podle odstavce 1 písm. a) se nevztahuje na nezpracovaný produkt<sup>44</sup>).

## § 8

(1) Provozovatel potravinářského podniku, který uvádí na trh nebalenou potravinu, je povinen tam, kde je tato potravina přímo nabízena k prodeji spotřebiteli, v její těsné blízkosti viditelně umístit snadno čitelný údaj obsahující jméno nebo obchodní název a adresu sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil, údaj o množství hlavní složky v hmotnostních procentech, stanoví-li tak prováděcí právní předpis, údaj o třídě jakosti, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo přímo použitelný předpis Evropské unie, a podle podmínek stanovených pro balené potraviny přímo použitelným předpisem Evropské unie o označování potravin<sup>30</sup>) tyto údaje:

a) název potraviny,

b) země nebo místo původu včetně označení původu potraviny stanovené přímo použitelným předpisem Evropské unie<sup>45</sup>),

c) údaje podle čl. 10 odst. 1 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

d) údaj o čistém množství u pekařských a cukrářských výrobků<sup>46</sup>),

e) údaje podle čl. 9 odst. 1 písm. b) a c) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011, jde-li o potravinu nabízenou k prodeji samoobslužným způsobem.

(2) Provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 je povinen v blízkosti místa nabízení nebalené potraviny k prodeji viditelně zpřístupnit podle podmínek stanovených pro balené potraviny přímo použitelným předpisem Evropské unie o označování potravin<sup>29</sup>) další snadno čitelné údaje:

a) datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti,

b) údaje podle čl. 44 odst. 1 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

c) další údaje, stanoví-li tak prováděcí právní předpis nebo přímo použitelný předpis Evropské unie<sup>31</sup>).

(3) Provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 může údaje podle odstavce 2 písm.

a) uvést pouze na etiketě nebo obalu potraviny zabalené v místě prodeje na žádost spotřebitele.

(4) Provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 je povinen na vyžádání spotřebitele sdělit nebo v blízkosti místa nabízení nebalené potraviny k prodeji viditelně a snadno čitelně zpřístupnit údaje podle čl. 9 odst. 1 písm. b) a čl. 22 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011.

(5) Způsob označování nebalených potravin stanoví prováděcí právní předpis.

(6) Povinnost podle odstavce 1 uvést údaj obsahující jméno nebo obchodní název a adresu sídla provozovatele potravinářského podniku, který potravinu vyrobil, se nevztahuje na nezpracovaný produkt.

(7) Údaj o zemi nebo místu původu podle odstavce 1 písm. b) může být poskytnut v těsné blízkosti skupiny potravin viditelně a snadno čitelně jako souhrnná informace vztahující se ke skupině potravin, kdy z této informace bude jasně a srozumitelně zřejmá souvislost mezi poskytnutými údaji a konkrétními potravinami.

## § 9

(1) Provozovatel potravinářského podniku, který potravinu vyrábí, zpracovává nebo balí nebo je prvním prodejcem usazeným v Evropské unii, uvede potravinu na trh s připojeným údajem, který umožňuje určení totožnosti šarže, ke které potraviny patří.

(2) Pokud se jedná o balenou potravinu podle přímo použitelného předpisu Evropské unie o označování potravin<sup>30</sup>), uvede provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 při uvádění na trh označení šarže na balení potraviny nebo na etiketě, která je k němu připojena.

(3) Pokud se nejedná o balenou potravinu podle odstavce 2, uvede provozovatel potravinářského podniku uvedený v odstavci 1 při uvádění potraviny na trh označení šarže na vnějším obalu, ve kterém je potravina uváděna na trh, zejména obalu přepravním nebo skupinovým, nebo pokud to není možné, zahrne ho do průvodní dokumentace, která je předána současně s touto potravinou nebo ještě před jejím dodáním.

(4) Povinnost označit potravinu označením šarže se nevztahuje na

a) potraviny, které jsou po výstupu ze zemědělské prvovýroby

1. prodávány nebo dodávány na místa přechodného uskladnění, přípravy nebo balení,
2. dopravovány do organizací producentů, nebo
3. shromažďovány pro okamžité použití v provozním systému přípravy nebo zpracování,

b) potraviny, které nejsou v místě prodeje konečnému spotřebiteli baleny,

c) potraviny, které jsou zabaleny v místě prodeje na žádost spotřebitele nebo zabaleny pro účely přímého prodeje,

d) obaly, jejichž největší plocha je menší než 10 cm<sup>2</sup>,

e) jednotlivé porce zmrzliny a mraženého krému, u kterých se označení šarže uvede na skupinovém obalu,

f) potraviny označené datem minimální trvanlivosti nebo datem použitelnosti, pokud je toto datum vyjádřeno jako nekódované označení dne a měsíce v uvedeném pořadí.

(5) Způsob označování šarže stanoví prováděcí právní předpis.

## § 9a

(1) Provozovatel potravinářského podniku, který provozuje stravovací službu, je povinen při uvádění nebalených pokrmů, pokrmů zabalených v místě prodeje na žádost spotřebitele a pokrmů zabalených bez přítomnosti spotřebitele do hotového balení pro bezprostřední prodej na trh způsobem podle prováděcího právního předpisu viditelně zpřístupnit snadno čitelnou informaci

a) o názvu potraviny podle čl. 9 odst. 1 písm. a) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

- b) podle čl. 9 odst. 1 písm. c) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,
- c) o množství pokrmu,
- d) o datu použitelnosti nebo o datu minimální trvanlivosti u pokrmů stanovených prováděcím právním předpisem, pokud vhodným způsobem neinformuje spotřebitele, že tyto pokrmy jsou určeny k přímé spotřebě bez skladování,
- e) o podmínkách uchování, popřípadě o návodu k použití, u pokrmů stanovených prováděcím právním předpisem.

(2) Na pokrmy, které jsou uváděny na trh při provozování stravovací služby nebalené nebo jsou-li zabaleny v místě prodeje na žádost spotřebitele nebo zabaleny bez přítomnosti spotřebitele do hotového balení pro bezprostřední prodej, se nevztahují ustanovení § 7 až 9 tohoto zákona.

(3) Provozovatel potravinářského podniku, který provozuje stravovací službu, je povinen dodržovat technologické požadavky na výrobu pokrmů a jejich přípravu, požadavky na způsob uvádění pokrmů na trh, podmínky uchovávání a manipulace s pokrmy, smyslové, fyzikální, chemické a mikrobiologické požadavky na bezpečnost pokrmů a požadavky na označování pokrmů ve fázi jejich výroby, přípravy nebo uvádění na trh před jejich nabízením spotřebiteli stanovené prováděcím právním předpisem.

#### § 9b

(1) Při uvádění potraviny na trh lze poskytnout informaci slovy „česká potravina“, grafické znázornění stanovené prováděcím právním předpisem nebo jinou informaci zejména slovní, obrazovou nebo grafickou naznačující, že země původu potraviny je Česká republika, pokud

a) 100 % všech složek celkové hmotnosti nezpracované potraviny, vinařských produktů<sup>47)</sup> nebo mléka pochází z České republiky, a prvovýroba<sup>48)</sup>, porážka zvířat a všechny fáze výroby proběhly na území České republiky, nebo

b) součet hmotnosti složek pocházejících z České republiky tvoří nejméně 75 % celkové hmotnosti všech složek stanovené v okamžiku jejich použití při výrobě potraviny jiné než uvedené v písmeni a) a výroba proběhla na území České republiky; přidaná voda se nezapočítává do celkové hmotnosti všech složek.

c) jde o potravinu stanovenou prováděcím právním předpisem, jejíž výroba proběhla na území České republiky.

(2) Při uvádění potraviny na trh lze poskytnout informaci slovy „vyrobeno v České republice“ nebo slovy, která mají pro spotřebitele stejný význam, pokud výroba proběhla na území České republiky.

(3) Označení podle odstavce 1 písm. b) a odstavce 2 nelze použít pro vinařské produkty.

#### **Vyhláška č. 417 ze dne 13. prosince 2016 o některých způsobech označování potravin**

Ministerstvo zemědělství stanoví podle § 18 odst. 1 písm. a) zákona č. 110/1997 Sb., o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů, ve znění zákona č. 180/2016 Sb., (dále jen „zákon“):

---

#### § 1

Předmět úpravy

(1) Tato vyhláška zpracovává příslušný předpis Evropské unie<sup>1)</sup>, zároveň navazuje na přímo použitelný předpis Evropské unie<sup>2)</sup> a upravuje některé způsoby označování potravin a způsob označení šarže.

(2) Pro účely této vyhlášky se na pokrmy vztahují všechny požadavky stanovené pro potraviny, kromě požadavků stanovených pro způsob označování pro nebalenou potravinu a potravinu zabalenou bez přítomnosti spotřebitele.

(3) Touto vyhláškou nejsou dotčeny povinnosti týkající se poskytování informací o původu potraviny stanovené přímo použitelnými předpisy Evropské unie<sup>3)</sup>.

## Způsob označování potravin

### § 2

(1) Informace o potravinách neobsahují zavádějící údaje ve smyslu čl. 7 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011, ze kterých při zohlednění způsobu, jakým je potravina prezentována spotřebiteli, zejména vyplývá, že

a) potravina nebo její složka je „vhodná pro děti“, „domácí“, „čerstvá“, „živá“, „čistá“, „přírodní“ nebo „pravá“,

b) charakter potraviny je „dia“,

c) potravina je dietní nebo dietetická, nebo

d) potravina byla vyrobena podle náboženských nebo rituálních zvyklostí.

(2) Informace o potravinách dále neobsahují zavádějící údaje ve smyslu čl. 7 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 o původu nezpracované potraviny<sup>4)</sup>, vinařských produktů<sup>5)</sup> nebo mléka vyjádřením slovy „česká potravina“ nebo grafickým znázorněním uvedeným v příloze k této vyhlášce.

(3) Informace o potravinách dále neobsahují zavádějící údaje ve smyslu čl. 7 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011, které by zejména mohly

a) vyvolat pochybnosti o neškodnosti jiných podobných potravin nebo vyvolat u spotřebitele obavy z jejich použití,

b) vést k záměně běžných potravin s potravinami pro zvláštní výživu, nebo

c) v odvozené nebo ve zdrobnělé formě vést k záměně potravin s potravinami, které jsou vymezeny právním předpisem upravujícím potraviny<sup>6)</sup> nebo nařízením o společné organizaci trhů se zemědělskými produkty<sup>7)</sup>.

(4) Za zavádějící se nepovažuje, pokud

a) je údaj podle odstavce 1 písm. a) součástí názvu potraviny, názvu druhu, skupiny nebo podskupiny uvedené u jednotlivých druhů potravin v právních předpisech upravujících potraviny<sup>6)</sup> nebo v přímo použitelných předpisech Evropské unie upravujících potraviny<sup>8)</sup>,

b) je údaj podle odstavce 1 písm. a) součástí popisné informace, a prvků, vztahujících se ke způsobu prezentace potraviny jako celku, která jeho použití prokazatelně odůvodňuje a neuvádí spotřebitele v omyl,

c) údaj podle odstavce 1 písm. c) odpovídá požadavkům vyhlášky o potravinách určených pro zvláštní výživu<sup>9)</sup> nebo nařízení o potravinách určených pro kojence a malé děti a potravinách pro zvláštní lékařské účely<sup>10)</sup>,

d) je údaj podle odstavce 1 písm. d) doložen dokladem vydaným příslušnými náboženskými autoritami, popřípadě kopií platného rozhodnutí o povolení k porážce zvířat pro potřeby církví a náboženských společností vydaného Ministerstvem zemědělství,

e) jsou poskytnuty údaje podle odstavce 2 a zároveň 100 % všech složek celkové hmotnosti nezpracované potraviny<sup>4)</sup>, vinařských produktů<sup>5)</sup> nebo mléka pochází z České republiky a prvovýroba<sup>11)</sup> a porážka zvířat a všechny fáze výroby proběhly v České republice.

(5) Informace o potravinách neobsahují údaje, jejichž pravdivost nelze dokázat.

### § 3

(1) Aniž jsou dotčeny právní předpisy Evropské unie o povinném označování původu, zejména nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 a prováděcí nařízení Komise (EU) č. 1337/2013, lze při uvádění potraviny na trh poskytnout informaci slovy „česká potravina“ nebo grafickým znázorněním uvedeným v příloze k této vyhlášce, pokud součet hmotnosti složek pocházejících z České republiky tvoří nejméně 75 % celkové hmotnosti všech složek stanovené v okamžiku jejich použití při výrobě potraviny jiné než nezpracované<sup>4)</sup>, vinařských produktů<sup>5)</sup> nebo mléka a výroba proběhla na území České republiky; přidaná voda se nezapočítává do celkové hmotnosti všech složek.

(2) Při uvádění potraviny na trh lze poskytnout informaci slovy „vyrobeno v České republice“, pokud výroba proběhla na území České republiky.

(3) Označení podle odstavce 1 a odstavce 2 nelze použít pro vinařské produkty.

### § 4

Označování čistého množství potraviny

(1) Údaj o čistém množství podle nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 se uvede způsobem podle čl. 23 tohoto nařízení.

(2) Kromě způsobu podle odstavce 1 lze údaj o čistém množství uvést způsobem podle

a) pravidel pro označení symbolu „e“<sup>12)</sup>,

b) nařízení upravujících zemědělské produkty<sup>7)</sup> nebo

c) právních předpisů upravujících potraviny<sup>6)</sup>.

(3) Údaj o čistém množství se u polotuhých nebo polotekutých výrobků uvádí v jednotkách hmotnostních nebo objemových, stanoví-li tak právní předpis upravující potraviny<sup>6)</sup>.

(4) U pekařských a cukrářských výrobků podle vyhlášky pro mlýnské obilné výrobky, těstoviny, pekařské výrobky a cukrářské výrobky a těsta<sup>13)</sup> se v souladu s § 8 odst. 2 zákona uvede čisté množství způsobem podle odstavců 1 a 2.

### § 5

Označování šarže

(1) Před označením šarže se uvede písmeno „L“ s výjimkou případů, kdy je tento údaj zřetelně odlišitelný od ostatních údajů a není možná jeho záměna s jiným údajem.

(2) Označení šarže musí být snadno viditelné, jasně čitelné a nesmazatelné.

(3) U baleného stolního másla se za označení šarže považuje datum výroby.

### § 6

## Způsob označování potravin podle § 7 a 8 zákona

(1) Údaj o látce vymezené v čl. 9 odst. 1 písm. c) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 se uvede způsobem podle čl. 21 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011.

(2) U potravin podle § 7 zákona se požadované údaje uvedou velikostí písma podle čl. 13 odst. 2 a 3 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011.

## § 7

### Způsob poskytování informací o pokrmech podle § 9a zákona

(1) Název pokrmu se uvede způsobem podle čl. 17 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011.

(2) V souladu s čl. 7 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 se při uvedení názvu pokrmu zejména způsobem, který spotřebiteli neumožní zjistit skutečnou povahu pokrmu, který se liší svým složením nebo výrobou od pokrmu známého pod daným názvem, označení názvu pokrmu uvede připojením další popisné informace. Uvedení popisné informace se uvede způsobem, který umožní spotřebiteli zjistit skutečnou povahu pokrmu a odlišit ji od pokrmu, s nímž by mohl být zaměněn.

(3) Informace o výskytu látky vymezené v čl. 9 odst. 1 písm. c) nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011 v pokrmu se uvádí

a) písemně podle čl. 21 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1169/2011,

b) písemně slovy „Informaci o výskytu konkrétních alergenů v pokrmu žádejte u obsluhy.“ nebo jinými slovy, která mají pro spotřebitele podobný význam, včetně následného předání informace o výskytu konkrétního alergenu v pokrmu spotřebiteli,

c) písemně slovy prostřednictvím zařízení pro vizuální komunikaci nebo

d) písemně uvedením číselných nebo písmenných kódů nebo symbolů za předpokladu, že tyto budou v nabídce pro spotřebitele srozumitelným způsobem vysvětleny.

## § 8

### Technický předpis

Tato vyhláška byla oznámena v souladu se směrnicí Evropského parlamentu a Rady (EU) 2015/1535 ze dne 9. září 2015 o postupu při poskytování informací v oblasti technických předpisů a předpisů pro služby informační společnosti.

## § 9

### Zrušovací ustanovení

Zrušují se:

1. Vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků.

2. Vyhláška č. 368/2005 Sb., kterou se mění vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků.

3. Vyhláška č. 497/2005 Sb., kterou se mění vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků, ve znění vyhlášky č. 368/2005 Sb.

4. Vyhláška č. 101/2007 Sb., kterou se mění vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků, ve znění pozdějších předpisů.



5. Vyhláška č. 127/2008 Sb., kterou se mění vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků, ve znění pozdějších předpisů.

6. Vyhláška č. 117/2011 Sb., kterou se mění vyhláška č. 113/2005 Sb., o způsobu označování potravin a tabákových výrobků, ve znění pozdějších předpisů.

## § 10

### Přechodné ustanovení

Potraviny uvedené na trh nebo označené přede dnem nabytí účinnosti této vyhlášky mohou být uváděny na trh do vyčerpání zásob.

## § 11

### Účinnost

Tato vyhláška nabývá účinnosti dnem 1. ledna 2017, s výjimkou ustanovení § 2 odst. 1 písm. a), § 2 odst. 4 písm. a) a b) a § 4 odst. 4, která nabývají účinnosti dnem 1. července 2017.

Ministr:

Ing. Jurečka v. r.

Příloha k vyhlášce č. 417/2016 Sb.

Grafické znázornění podle § 9b odst. 1 zákona, § 2 odst. 2 a § 3 odst. 1

a) Grafické znázornění loga v barevné a černobílé variantě.



b) Rozměry grafického znázornění jsou definované pomocí rozměru X. Poloměr zaoblení rohů je 0,3X.



c) Barevnost

Základní barvy grafického znázornění loga jsou červená, modrá a černá s bílou podkladovou plochou, případně černobílá varianta v kombinaci s bílou podkladovou plochou, na které je grafické znázornění vždy umístěno.

Příslušná barva	CMYK	RGB	Grayscale
Pantone 2746	100/85/0/0	53/77/153	0/0/80
Pantone 485	0/100/100/0	205/22/29	0/0/50
Pantone BLACK	0/0/0/100	0/0/0	0/0/100



d) Ochranná zóna grafického znázornění je ve vzdálenosti do 1/6 šířky grafického znázornění od loga (X).



e) Minimální velikostí grafického znázornění loga je šíře 10 mm.

f) Písmo

Text „Česká potravina“, který je součástí grafického znázornění, se uvádí písmem Gill Sans MT Bold Italic.

## Zákon č. 40 ze dne 9. února 1995 o regulaci reklamy

(a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání)

Parlament se usnesl na tomto zákoně České republiky:

Čl. I

### OBECNÁ USTANOVENÍ

#### § 1

(1) Tento zákon zapracovává příslušné předpisy Evropské unie<sup>1)</sup> upravující regulaci reklamy, která je nekalou obchodní praktikou, reklamy srovnávací, reklamy na tabákové výrobky, na humánní léčivé přípravky, na veterinární léčivé přípravky, na potraviny a na počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, a upravuje obecné požadavky na reklamu a její šíření včetně postihů za porušení povinností podle tohoto zákona a stanovení orgánů dozoru. Dále upravuje regulaci reklamy na alkoholické nápoje, na přípravky na ochranu rostlin, na střelné zbraně a střelivo a na činnosti v pohřebnictví.

(2) Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky,<sup>1a)</sup> pokud není dále stanoveno jinak.

(3) Komunikačními médii, kterými je reklama šířena, se rozumí prostředky umožňující přenášení reklamy, zejména periodický tisk<sup>2)</sup> a neperiodické publikace,<sup>3)</sup> rozhlasové a televizní vysílání<sup>3a)</sup>, audiovizuální mediální služby na vyžádání<sup>3b)</sup>, audiovizuální produkce,<sup>4)</sup> počítačové sítě, nosiče audiovizuálních děl, plakáty a letáky.

(4) Sponzorováním se rozumí příspěvek poskytnutý s cílem podporovat výrobu nebo prodej zboží, poskytování služeb nebo jiné výkony sponzora. Sponzorem se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která takový příspěvek k tomuto účelu poskytne.

(5) Zadavatelem reklamy (dále jen "zadavatel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické nebo fyzické osoby reklamu.

(6) Zpracovatelem reklamy (dále jen "zpracovatel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu. Pokud zpracovatel zpracuje reklamu pro sebe, je pro účely tohoto zákona zároveň v postavení zadavatele.

(7) Šiřitelem reklamy (dále jen "širitel") je pro účely tohoto zákona právnická nebo fyzická osoba, která reklamu veřejně šíří.

(8) Anonymním oznámením se pro účely tohoto zákona rozumí sdělení či jiná prezentace šířená komunikačními médii, neobsahuje-li údaj o osobě, která šíření sdělení či jiné prezentace objednala.

(9) Ustanovení tohoto zákona se vztahují na anonymní oznámení týkající se voleb šířená v době od vyhlášení voleb do ukončení hlasování.

(10) Ustanovení tohoto zákona se vztahují na sponzorování, pokud není dále stanoveno jinak.

#### § 2

(1) Zakazuje se

a) reklama zboží, služeb nebo jiných výkonů či hodnot, jejichž prodej, poskytování nebo šíření je v rozporu s právními předpisy,

b) reklama, která je nekalou obchodní praktikou podle zvláštního právního předpisu<sup>5j</sup>; za takovou reklamu se nepovažuje umístění produktu v audiovizuálním díle nebo jiném zvukově obrazovém záznamu, splňuje-li podmínky stanovené jiným právním předpisem<sup>3a),3b)</sup>,

c) šíření nevyžádané reklamy v listinné podobě, pokud adresáta obtěžuje; za reklamu, která obtěžuje, se považuje reklama směřující ke konkrétnímu adresátovi za podmínky, že adresát dal předem jasně a srozumitelně najevo, že si nepřeje, aby vůči němu byla nevyžádaná reklama šířena,

d) reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu jiným způsobem než prostřednictvím reklamního nebo propagačního zařízení zřízeného podle zvláštního právního předpisu<sup>5b)</sup>, stanoví-li tak obec svým nařízením vydaným v přenesené působnosti<sup>5c)</sup>, v rozsahu uvedeném v odstavci 5,

e) šíření anonymního oznámení týkajícího se voleb v době od vyhlášení voleb do ukončení hlasování,

f) reklama na hazardní hru provozovanou bez základního povolení podle zákona upravujícího hazardní hry.

(2) Srovnávací reklama je přípustná za podmínek stanovených tímto zákonem a občanským zákoníkem.

(3) Reklama nesmí být v rozporu s dobrými mravy, zejména nesmí obsahovat jakoukoliv diskriminaci z důvodů rasy, pohlaví nebo národnosti nebo napadat náboženské nebo národnostní citění, ohrožovat obecně nepřijatelným způsobem mravnost, snižovat lidskou důstojnost, obsahovat prvky pornografie, násilí nebo prvky využívající motivu strachu. Reklama nesmí napadat politické přesvědčení.

(4) Reklama nesmí podporovat chování poškozující zdraví nebo ohrožující bezpečnost osob nebo majetku, jakož i jednání poškozující zájmy na ochranu životního prostředí.

(5) Obec v nařízení vydaném podle odstavce 1 písm. d) stanoví

a) veřejně přístupná místa, na nichž je reklama podle odstavce 1 písm. d) zakázána,

b) dobu, v níž je reklama podle odstavce 1 písm. d) zakázána,

c) druhy komunikačních médií, kterými nesmí být reklama podle odstavce 1 písm. d) šířena, popřípadě též

d) akce, na něž se zákaz šíření reklamy nevztahuje.

## § 2a

Srovnávací reklama na léčivé přípravky určené k podávání lidem (dále jen "humánní léčivé přípravky") nebo na zdravotní služby je při splnění podmínek stanovených občanským zákoníkem přípustná, je-li zaměřena na osoby oprávněné tyto léčivé přípravky předepisovat nebo vydávat (dále jen "odborníci") anebo tyto zdravotní služby poskytovat.

## § 2b zrušeno

## § 2c

Reklama nesmí, pokud jde o osoby mladší 18 let,

a) podporovat chování ohrožující jejich zdraví, psychický nebo morální vývoj,

b) využívat jejich zvláštní důvěry vůči jejich rodičům nebo zákonným zástupcům nebo jiným osobám,

c) nevhodným způsobem je ukazovat v nebezpečných situacích.

## § 3

## Tabákové výrobky

...

### § 4

#### Alkoholické nápoje

Reklama na alkoholické nápoje<sup>12)</sup> nesmí

- a) nabádat k nestřídmému užívání alkoholických nápojů anebo záporně či ironicky hodnotit abstinenci nebo zdrženlivost,
- b) být zaměřena na osoby mladší 18 let, zejména nesmí tyto osoby ani osoby, které jako mladší 18 let vyhlížejí, zobrazovat při spotřebě alkoholických nápojů nebo nesmí využívat prvky, prostředky nebo akce, které osoby mladší 18 let oslovují,
- c) spojovat spotřebu alkoholu se zvýšenými výkony nebo být užita v souvislosti s řízením vozidla,
- d) vytvářet dojem, že spotřeba alkoholu přispívá ke společenskému nebo sexuálnímu úspěchu,
- e) tvrdit, že alkohol v nápoji má léčebné vlastnosti nebo povzbuzující nebo uklidňující účinek anebo že je prostředkem řešení osobních problémů,
- f) zdůrazňovat obsah alkoholu jako kladnou vlastnost nápoje.

### § 5

#### Humánní léčivé přípravky

...

#### Potraviny a kojenecká výživa

##### § 5d

(1) V reklamě na potraviny mohou být uvedena výživová nebo zdravotní tvrzení za podmínek přímo použitelného předpisu Evropské unie<sup>21a)</sup>.

(2) Reklama na potraviny<sup>22)</sup> musí splňovat požadavky stanovené zákonem o potravinách a tabákových výrobcích<sup>41)</sup>, zejména pokud jde o uvedení informace naznačující, že země původu potraviny je Česká republika, přímo použitelným předpisem Evropské unie o poskytování informací o potravinách spotřebitelům<sup>39)</sup> a přímo použitelnými předpisy Evropské unie, které stanoví pravidla pro použití označení původu, zeměpisných označení a tradičních výrazů<sup>40)</sup>.

(3) Reklama na doplněk stravy<sup>23b)</sup> musí obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text "doplněk stravy".

(4) Reklama na potravinu pro zvláštní výživu<sup>23)</sup> musí obsahovat zřetelný, v případě tištěné reklamy dobře čitelný, text "potravina pro zvláštní výživu".

##### § 5e

(1) Reklama na počáteční kojeneckou výživu<sup>24)</sup> musí obsahovat pouze vědecké a věcně správné údaje, může být uváděna pouze v publikacích zaměřených na péči o kojence a ve vědeckých publikacích a nesmí vést k závěru, že počáteční kojenecká výživa je rovnocenná mateřskému mléku nebo je lepší.

(2) V prodejnách je zakázána reklama, která je způsobilá podněcovat širokou veřejnost ke koupi počáteční kojenecké výživy, zejména rozdáváním vzorků, zvláštním způsobem vystavení, poukazem na slevu nebo zvláštní výhodou.

(3) Výrobci a prodejci počáteční kojenecké výživy se zakazuje předávat na veřejnosti bezplatně nebo se slevou výrobky, vzorky nebo dary na podporu prodeje. Zákaz podle věty první se vztahuje i na předávání výrobků se slevou, vzorků nebo jiných propagačních dárek těhotným ženám, matkám a členům jejich rodin na veřejnosti; zákaz podle věty první se nevztahuje na dary nebo poskytnutí se slevou zdravotnickým, charitativním nebo humanitárním institucím pro jejich interní použití nebo pro distribuci vně těchto institucí a organizací.

#### § 5f

(1) Reklama na počáteční a pokračovací<sup>25)</sup> kojeneckou výživu

- a) musí obsahovat potřebné informace o správném užití výrobku a nesmí působit proti kojení,
- b) nesmí obsahovat pojem jako "humanizované" nebo "maternizované" nebo podobný výraz, vyvolávající dojem, že se plně nahrazuje přirozené kojení.

(2) Reklama na počáteční kojeneckou výživu

- a) musí obsahovat zřetelný text: "Důležité upozornění" poukazující na přednost kojení a doporučující, aby výrobek byl užíván jen na radu nezávislých odborníků z oboru medicíny, výživy nebo léčiv nebo jiných osob profesionálně se zabývajících péčí o kojence a malé děti,
- b) nesmí obsahovat vyobrazení kojence ani jiný obrázek nebo tvrzení, které by mohlo idealizovat náhradu mateřského mléka. Může však obsahovat grafické znázornění pro snadnou identifikaci výrobku a pro ilustraci způsobu přípravy.

(3) Reklama na počáteční a pokračovací kojeneckou výživu, zaměřená na těhotné ženy a matky malých dětí, musí vždy obsahovat jednoznačné informace uvedené ve zvláštních právních předpisech.<sup>26)</sup>

#### § 5g

Přípravky na ochranu rostlin a pomocné prostředky

...

#### § 5h

Veterinární léčivé přípravky

#### § 5i

Dočasné užívání ubytovacího zařízení a jiné rekreační služby

...

#### § 5j

Hazardní hry

...

#### § 6

Střelné zbraně a střelivo

...

#### § 6a

Činnosti v pohřebnictví

...

Dozor nad dodržováním zákona

## § 7

Dozor nad dodržováním zákona

Orgány příslušnými k výkonu dozoru nad dodržováním tohoto zákona (dále jen "orgán dozoru") jsou

a) Rada pro rozhlasové a televizní vysílání<sup>3a)</sup> pro reklamu šířenou v rozhlasovém a televizním vysílání a v audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a pro sponzorování v rozhlasovém a televizním vysílání a v audiovizuálních mediálních službách na vyžádání,

b) Státní ústav pro kontrolu léčiv<sup>29)</sup> pro reklamu na humánní léčivé přípravky, na lidské tkáně a buňky a sponzorování v této oblasti, s výjimkou působnosti podle písmena a),

c) Ministerstvo zdravotnictví<sup>30)</sup> pro reklamu na zdravotní služby a sponzorování v této oblasti, s výjimkou působnosti podle písmena a),

d) Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský<sup>26a)</sup> pro reklamu na přípravky na ochranu rostlin a pomocné prostředky, s výjimkou působnosti podle písmena a),

e) Ústav pro státní kontrolu veterinárních biopreparátů a léčiv<sup>31)</sup> pro reklamu na veterinární léčivé přípravky, s výjimkou působnosti podle písmena a),

f) Úřad pro ochranu osobních údajů pro nevyžádanou reklamu šířenou elektronickými prostředky<sup>10a)</sup> podle zvláštního právního předpisu<sup>32)</sup>, je-li způsob šíření této reklamy nekalou obchodní praktikou,

g) Státní zemědělská a potravinářská inspekce pro požadavky stanovené zákonem o potravinách a tabákových výrobcích<sup>41)</sup>, zejména pokud jde o uvedení informace naznačující, že země původu potraviny je Česká republika, pro výživové nebo zdravotní tvrzení podle přímo použitelného předpisu Evropské unie o výživových a zdravotních tvrzeních<sup>21a)</sup>, pro zavádějící informaci užitou v rozporu s přímo použitelným předpisem Evropské unie o poskytování informací o potravinách spotřebitelům<sup>39)</sup> a pro údaje použité v rozporu s přímo použitelnými předpisy Evropské unie, které stanoví pravidla pro použití označení původu, zeměpisných označení a tradičních výrazů<sup>40)</sup> v reklamě na potraviny, včetně sponzorování, s výjimkou působnosti podle písmena a),

h) celní úřady pro reklamu, propagaci nebo podporu hazardních her zakázaných podle zákona upravujícího hazardní hry, a sponzorování v této oblasti, s výjimkou působnosti podle písmene a),

i) krajské živnostenské úřady<sup>32a)</sup> v ostatních případech.

### § 7a

(1) Zadavatel reklamy je povinen uchovávat ukázkou (kopii) každé reklamy nejméně po dobu 5 let ode dne, kdy byla reklama naposledy šířena. V případě, že bylo zahájeno správní řízení<sup>33)</sup> podle tohoto zákona před uplynutím lhůty uvedené ve větě první, je zadavatel reklamy povinen uchovávat ukázkou (kopii) reklamy, která je předmětem správního řízení, až do pravomocného rozhodnutí ve věci. Na písemné vyžádání je povinen bezplatně zapůjčit na dobu nezbytně nutnou kopii reklamy orgánům dozoru.

(2) Zadavatel reklamy je povinen na výzvu orgánů dozoru pro účely správního řízení podle tohoto zákona poskytnout ve lhůtě stanovené orgánem dozoru údaje o šířiteli a o zpracovateli jím zadané reklamy a další materiály a informace vztahující se k této reklamě; tyto údaje a materiály je zadavatel povinen uchovávat po dobu 5 let ode dne, kdy byla reklama naposledy šířena. V případě, že bylo

zahájeno správní řízení<sup>33</sup>) podle tohoto zákona před uplynutím této lhůty, je zadavatel povinen uchovávat údaje a materiály týkající se reklamy, která je předmětem správního řízení, až do pravomocného rozhodnutí ve věci.

(3) Zpracovatel reklamy je povinen na výzvu orgánů dozoru pro účely správního řízení podle tohoto zákona sdělit ve lhůtě stanovené orgánem dozoru, nejméně však do 5 pracovních dnů, údaje o zadavateli reklamy a o šířiteli reklamy, je-li mu znám.

(4) Šířitel reklamy je povinen na výzvu orgánů dozoru pro účely správního řízení podle tohoto zákona sdělit ve lhůtě stanovené orgánem dozoru, nejméně však do 5 pracovních dnů, údaje o osobě zadavatele a zpracovatele reklamy a údaje o osobě, která u něj šíření reklamy objednala.

(5) Povinnosti podle odstavců 1 až 4 se vztahují i na zpracovatele, zadavatele a šířitele teleshoppingu.

#### § 7b

(1) Při posuzování, zda je reklama nekalou obchodní praktikou<sup>5</sup>), postupuje orgán dozoru podle zvláštního právního předpisu<sup>5</sup>).

(2) Při posuzování, zda se jedná o nepovolenou srovnávací reklamu nebo o reklamu, která je nekalou obchodní praktikou, je orgán dozoru oprávněn požadovat na zadavateli reklamy předložení důkazů o správnosti skutkových tvrzení v reklamě, je-li takový požadavek přiměřený s ohledem na okolnosti případu nebo na oprávněné zájmy zadavatele reklamy nebo jiné osoby.

(3) Orgán dozoru může považovat tvrzení v reklamě za nesprávná, jestliže důkazy požadované podle odstavce 2 nebyly poskytnuty ve stanovené lhůtě nebo v nezbytně nutném rozsahu.

#### § 7c

##### Zvláštní opatření

(1) Orgán dozoru může nařídit odstranění nebo ukončení reklamy, která je v rozporu se zákonem, a určit k tomu přiměřenou lhůtu. Může též zakázat nepřijatelnou srovnávací reklamu nebo reklamu, která je nekalou obchodní praktikou. Orgán dozoru je oprávněn pozastavit zahájení šíření nepovolené srovnávací reklamy nebo reklamy, která je nekalou obchodní praktikou<sup>5</sup>). Pro takový postup se nevyžaduje vznik skutečné ztráty či jiné újmy způsobené takovou reklamou, ani zavinění zadavatele reklamy; tento postup však nezakládá oprávnění k zavedení systému předběžné kontroly návrhů reklamy před jejím šířením.

(2) Orgán dozoru rozhodnutí vydané podle odstavce 1 nebo podle § 8a vhodným způsobem zveřejní, jestliže by v důsledku dalšího šíření reklamy mohl být ohrožen život nebo zdraví osob. Orgán dozoru je oprávněn zadavateli nebo zpracovateli reklamy nařídit ve stanovené lhůtě zveřejnění opravného prohlášení k reklamě, která byla shledána pravomocným rozhodnutím nepovolenou srovnávací reklamou nebo nekalou obchodní praktikou a o jejímž odstranění nebo ukončení bylo pravomocně rozhodnuto, ve stejném komunikačním médiu, kterým byla taková reklama šířena. Náklady na zveřejnění opravného prohlášení nese ten, komu orgán dozoru jeho zveřejnění nařídil.

#### § 7d zrušeno

##### Přestupky

#### § 8

#### § 8b

(Zde vypouštíme z důvodu zkrácení příloh)

## Společná ustanovení

(1) Přestupky podle tohoto zákona projednávají orgány dozoru podle své působnosti stanovené v § 7.

(2) Pokutu, která je příjmem státního rozpočtu, vybírá orgán dozoru, který ji uložil. Pokutu, která je příjmem rozpočtu kraje, vybírá a vymáhá příslušný krajský úřad, s výjimkou pokut uložených příkazem na místě, které vybírá příslušný krajský živnostenský úřad.

### § 8c

(1) Proti rozhodnutí orgánů dozoru uvedených v § 7 písm. b), c), d), e), f), g), h) a i) vydaných podle § 7c, 8 a 8a lze podat ve lhůtě 15 dnů ode dne oznámení rozhodnutí odvolání<sup>36)</sup>.

(2) Proti rozhodnutí orgánu dozoru uvedeného v § 7 písm. a) vydanému podle § 7c, 8 a 8a nelze podat odvolání. Podání správní žaloby<sup>37)</sup> proti rozhodnutí orgánu dozoru uvedeného v § 7 písm. a) o uložení pokuty za přestupek má odkladný účinek.

### § 9

#### Závěrečná ustanovení

Zrušují se:

(...)

"§ 6a

#### Zařazování reklam do pořadů

(1) Provozovatelé vysílání jsou povinni zajistit, aby reklamy byly zařazeny mezi jednotlivé pořady s výjimkou pořadů složených ze samostatných, v rámci jednotlivého pořadu obsahově ucelených a oddělitelných částí nebo sportovních přenosů a přenosů z akcí a představení, které obsahují přestávky, a s výjimkou audiovizuálních pořadů podle odstavce 2.

(2) Držitelé licence k televiznímu vysílání jsou povinni zajistit, aby při vysílání audiovizuálních pořadů byly reklamy zařazeny:

a) při vysílání filmového díla nebo díla vyjádřeného podobným způsobem,<sup>3)</sup> jen pokud trvá včetně zařazené reklamy déle než 45 minut, ne více než jednou během každého dovršeného 45minutového časového úseku; další přerušení je přípustné, jestliže trvání takového filmu včetně reklamy je nejméně o 20 minut delší než dva či více dovršených 45minutových časových úseků; mezi dvěma po sobě jdoucími přerušeními musí uplynout nejméně 20 minut,

b) při vysílání ostatních audiovizuálních pořadů s výjimkou ustanovení odstavce 3, jen trvá-li pořad včetně zařazené reklamy déle než 30 minut a ne více než jednou v průběhu každého dovršeného 30minutového časového úseku; mezi dvěma po sobě jdoucími přerušeními musí uplynout nejméně 20 minut.

(3) Přerušování pořadů zpravodajských, náboženských a pořadů pro děti reklamou není povoleno.

(4) Práva chráněná autorským zákonem<sup>4)</sup> zůstávají nedotčena.

<sup>3)</sup> § 6 zákona č. 35/1965 Sb., o dílech literárních, vědeckých a uměleckých (autorský zákon), ve znění zákona č. 89/1990 Sb.

<sup>4)</sup> Zákon č. 35/1965 Sb., ve znění pozdějších předpisů."

4. V § 8 písm. d) se vypouštějí slova v závorce.

Čl. III



Tento zákon nabývá účinnosti dnem 1. dubna 1995.

## **Zákon č. 634/1992 Sb. Zákon o ochraně spotřebitele (Nekalé praktiky)**

### **§ 4**

#### **Nekalá obchodní praktika**

(1) Obchodní praktika je nekalá, je-li v rozporu s požadavky odborné péče a podstatně narušuje nebo je způsobilá podstatně narušit ekonomické chování spotřebitele, kterému je určena, nebo který je jejímu působení vystaven, ve vztahu k výrobku nebo službě. Je-li obchodní praktika zaměřena na určitou skupinu spotřebitelů, posuzuje se podle průměrného člena této skupiny.

(2) Obchodní praktika, která může podstatně narušit ekonomické chování určité jednoznačně vymezené skupiny spotřebitelů, kteří jsou z důvodu duševní nebo fyzické slabosti, věku nebo důvěřivosti zvláště zranitelní takovou praktikou nebo výrobkem nebo službou, a to způsobem, který prodávající může rozumně očekávat, se hodnotí z hlediska průměrného člena této skupiny; tím nejsou dotčeny běžné a oprávněné reklamní praktiky zveličených prohlášení nebo prohlášení, která nejsou míněna doslovně.

(3) Nekalou obchodní praktikou se rozumí zejména klamavé konání podle § 5 nebo klamavé opomenutí podle § 5a a agresivní obchodní praktika podle § 5b. Obchodní praktiky, které se považují za nekalé za všech okolností, jsou uvedeny v příloze č. 1 a 2 tohoto zákona.

(4) Užívání nekalé obchodní praktiky před rozhodnutím ohledně koupě, v průběhu rozhodování a po učinění rozhodnutí se zakazuje.

### **§ 5**

#### **Klamavá konání**

(1) Obchodní praktika se považuje za klamavou, pokud obsahuje věcně nesprávnou informaci a je tedy nepravdivá, což vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.

(2) Za klamavou se považuje také obchodní praktika obsahující pravdivou informaci, jestliže vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, pokud jakýmkoli způsobem uvádí nebo je schopna uvést spotřebitele v omyl ohledně

a) existence a podstaty výrobku nebo služby,

b) hlavních znaků výrobku nebo služby, jako jsou údaje o jejich dostupnosti, výhodách, rizicích, provedení, složení, příslušenství, poprodejním servisu a vyřizování reklamací a stížností, výrobním postupu a datu výroby nebo dodání, způsobu dodání, způsobilosti k účelu použití, možnosti použití, množství, specifikaci, zeměpisném nebo obchodním původu, očekávaných výsledcích jejich použití nebo výsledcích a provedených zkouškách nebo kontrolách,

c) rozsahu závazku prodávajícího, motivu pro obchodní praktiku a podstaty prodejního postupu, prohlášení nebo symbolu týkajících se přímého nebo nepřímého sponzorování nebo schválení prodávajícího nebo výrobku nebo služby,

d) ceny nebo způsobu výpočtu ceny anebo existence konkrétní cenové výhody,

e) nutnosti servisu, náhradního dílu, výměny nebo opravy,

f) podstaty, charakteristických rysů a práv prodávajícího nebo jeho zástupce, například jeho identifikace a majetku, způsobilosti, postavení, schválení, přidružení nebo vztahů, práv průmyslového, obchodního nebo duševního vlastnictví nebo jeho ocenění a vyznamenání, nebo

g) práv spotřebitele, včetně práva na náhradní dodání nebo vrácení kupní ceny vyplývajících z práv z vadného plnění nebo rizika, kterému může být vystaven.

(3) Obchodní praktika se rovněž považuje za klamavou, pokud ve věcných souvislostech, s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, vede nebo může vést k tomu, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, a pokud zahrnuje

a) jakékoli uvádění výrobku nebo služby na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s jiným výrobkem nebo službou,

b) jakékoli uvádění výrobku nebo služby na trh, včetně srovnávací reklamy, které vede k záměně s ochrannou známkou, obchodní firmou nebo jinými rozlišovacími znaky jiného prodávajícího, nebo

c) nedodržení jednoznačného závazku obsaženého v kodexu chování, k jehož dodržování se prodávající prokazatelně zavázal.

## § 5a

### Klamavá opomenutí

(1) Obchodní praktika se považuje za klamavou, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům, okolnostem a omezením sdělovacího prostředku opomene uvést podstatné informace, které v dané souvislosti spotřebitel potřebuje pro rozhodnutí ohledně koupě, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně této koupě, které by jinak neučinil.

(2) Za klamavé opomenutí se také považuje, pokud prodávající podstatné informace uvedené v odstavci 1 zatají nebo poskytne nejasným, nesrozumitelným nebo nejednoznačným způsobem nebo v nevhodný čas vzhledem k okolnostem popsaným v odstavci 1 anebo neuvede obchodní záměr obchodní praktiky, není-li patrný ze souvislosti, a pokud to v obou případech vede nebo může vést spotřebitele k rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.

(3) Nejsou-li patrné ze souvislostí, považují se v případě nabídky ke koupi za podstatné informace

a) hlavní znaky výrobku nebo služby v rozsahu odpovídajícím danému sdělovacímu prostředku, jakož i výrobku nebo službě,

b) adresa a totožnost prodávajícího nebo osoby, která jedná jeho jménem nebo na jeho účet,

c) cena včetně daní, poplatků a jiných obdobných peněžitých plnění, nebo pokud z povahy výrobku nebo služby vyplývá, že cenu nelze rozumně stanovit předem, způsob jejího výpočtu, a případně i veškeré další platby za dopravu nebo dodání, nebo pokud tyto platby nelze rozumně stanovit předem, skutečnost, že k ceně mohou být účtovány takové další platby,

d) ujednání o platebních podmínkách, dodání, plnění a vyřizování reklamací a stížností, pokud se odchylují od požadavků odborné péče,

e) právo na odstoupení od smlouvy nebo ukončení závazku, pokud tato práva existují, a podmínky jejich uplatnění.

(4) Informace, jejichž uvedení je povinné podle právních předpisů provádějících právo Evropské unie (6b), které se týká obchodních sdělení, včetně reklamy nebo uvádění na trh, se považují za podstatné v rozsahu stanoveném právem Evropské unie.

(5) Pokud sdělovací prostředek, jímž se obchodní praktika šíří, klade omezení na prostor a čas, je třeba při rozhodování o tom, zda došlo k opomenutí informací, vzít v úvahu tato omezení i veškerá opatření, která prodávající přijal k zajištění přístupu spotřebitelů k informacím jinými prostředky.

#### § 5b

##### Agresivní obchodní praktika

(1) Obchodní praktika se považuje za agresivní, pokud ve svých věcných souvislostech a s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem výrazně zhoršuje nebo může výrazně zhoršit svobodu volby nebo chování spotřebitele ve vztahu k výrobku nebo službě, a to obtěžováním, donucováním včetně použití fyzické síly nebo nepatřičným ovlivňováním, čímž způsobí nebo může způsobit, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil.

(2) Při posuzování, zda je obchodní praktika agresivní, se přihlíží

a) k načasování, místu, povaze nebo době trvání obchodní praktiky,

b) ke způsobu jednání, jeho výhrůžnosti nebo urážlivosti,

c) k vědomému využití nepříznivé situace spotřebitele, která vede ke zhoršení úsudku spotřebitele, k ovlivnění jeho rozhodnutí ve vztahu k výrobku nebo službě,

d) k nepřiměřené mimosmluvní překážce uložené prodávajícím pro uplatnění práv spotřebitele včetně uplatnění práv na ukončení smlouvy nebo změnu výrobku nebo služby nebo změnu prodávajícího, nebo

e) k výhrůžce právně nepřipustným jednáním.

#### § 5c

##### Prokazování tvrzení

(1) Dozorový orgán je oprávněn požadovat po prodávajícím, aby ve správním řízení prokázal správnost skutkových tvrzení v souvislosti s obchodní praktikou, jestliže se takový požadavek s ohledem na oprávněné zájmy prodávajícího a kteréhokoliv účastníka řízení jeví vzhledem k okolnostem daného případu jako přiměřený.

(2) Pokud prodávající nepředloží požadované důkazy podle odstavce 1 nebo pokud dozorový orgán považuje důkazy předložené podle odstavce 1 za nedostatečné, považují se skutková tvrzení za nesprávná.

Příloha č. 1 k zákonu č. 634/1992 Sb.

##### Klamavé obchodní praktiky

Obchodní praktiky jsou vždy považovány za klamavé, pokud prodávající

a) prohlašuje, že se zavázal dodržovat určitá pravidla chování (kodex chování) nebo že tato pravidla chování byla schválena určitým subjektem, ačkoli tomu tak není,

b) neoprávněně používá značku jakosti nebo jiné obdobné označení,

c) prohlašuje, že jemu, jeho výrobku nebo jím poskytované službě bylo uděleno schválení, potvrzení nebo povolení, ačkoli tomu tak není, nebo takové prohlášení není v souladu s podmínkami schválení, potvrzení nebo povolení,

d) nabízí ke koupi výrobky nebo služby za určitou cenu, aniž by zveřejnil důvody, na jejichž základě se může domnívat, že nebude sám nebo prostřednictvím jiného podnikatele schopen zajistit dodávku

uvedených nebo rovnocenných výrobků nebo služeb za cenu platnou pro dané období a v přiměřeném množství vzhledem k povaze výrobku nebo služby, rozsahu reklamy a nabízené ceny (vábivá reklama),

e) s úmyslem propagovat jiný výrobek nebo službu nabízí ke koupi výrobek nebo službu za určitou cenu a poté je odmítá ukázat spotřebiteli nebo odmítá přijetí objednávky nebo dodání výrobku nebo služby v přiměřené lhůtě nebo předvede vadný výrobek,

f) nepravdivě uvádí, že výrobek nebo služba budou nabízeny pouze po omezenou dobu nebo že budou nabízeny pouze po omezenou dobu za určitých podmínek s cílem přimět spotřebitele k okamžitému rozhodnutí, aniž by mu poskytl přiměřenou lhůtu potřebnou k informovanému rozhodnutí,

g) přislíbí poskytnout poprodejní servis spotřebiteli, s nímž před uzavřením smlouvy jednal jazykem, který není úředním jazykem členského státu, v němž se prodávající nachází, a následně poskytuje servis pouze v jiném jazyce, aniž to spotřebiteli před uzavřením smlouvy jasně sdělil,

h) tvrdí nebo vytváří dojem, že prodej výrobku nebo služby je dovolený, i když tomu tak není,

i) uvádí jako přednost nabídky práva, která vyplývají spotřebiteli přímo ze zákona,

j) využívá redakční prostor ve sdělovacích prostředcích k placené propagaci svého výrobku nebo služby, aniž by spotřebitel mohl z obsahu sdělení, z obrázků nebo zvuků jednoznačně rozpoznat, že se jedná o reklamu,

k) uvádí nesprávné údaje o povaze a míře rizika pro osobní bezpečnost spotřebitele nebo jeho rodiny, pokud si jeho výrobek nebo službu nekoupí,

l) propaguje výrobek způsobem, který u spotřebitele může vyvolat dojem, že byl vyroben určitým výrobcem, ačkoliv tomu tak není,

m) vytvoří, provozuje nebo propaguje pyramidový program, kdy spotřebitel zaplatí za možnost získat odměnu, která závisí na získání dalších spotřebitelů do programu, nikoli na prodeji nebo spotřebě výrobku.

n) učiní nepravdivé prohlášení, že zamýšlí ukončit svoji činnost nebo že přemísťuje provozovnu,

o) prohlašuje, že jím nabízené nebo prodávané výrobky nebo služby usnadní výhru ve hrách založených na náhodě,

p) nepravdivě prohlašuje, že výrobek nebo služba může vyléčit nemoc, zdravotní poruchu nebo postižení,

q) poskytuje nesprávné informace o tržních podmínkách nebo o možnosti opatřit si výrobek nebo službu, aby tak přiměl spotřebitele koupit si tento výrobek nebo službu za méně výhodných podmínek, než jsou běžné tržní podmínky,

r) nabízí výrobky nebo služby prostřednictvím soutěže o ceny, aniž by byly ceny uděleny nebo aniž by ceny odpovídaly původní nabídce nebo byla udělena odpovídající náhrada,

s) uvádí u výrobku nebo služby slova „gratis“, „zdarma“, „bezplatně“ nebo slova podobného významu, pokud spotřebitel musí za výrobek nebo službu vynaložit jakékoli náklady, s výjimkou nezbytných nákladů spojených s reakcí na obchodní praktiku, s převzetím nebo doručením věci,

t) přiloží k propagačnímu materiálu výzvu k provedení platby, čímž vyvolá u spotřebitele dojem, že si nabízený výrobek nebo službu již objednal, ačkoli tomu tak není,

u) vyvolává dojem nebo nepravdivě uvádí, že nejedná v rámci své podnikatelské činnosti nebo se prezentuje jako spotřebitel, nebo

v) vyvolává dojem nebo nepravdivě uvádí, že poprodejní servis k výrobku je poskytován i v jiném členském státě, než ve kterém je výrobek prodáván.

Příloha č. 2 k zákonu č. 634/1992 Sb.

Agresivní obchodní praktiky

Obchodní praktiky jsou vždy považovány za agresivní, pokud prodávající

a) vytváří dojem, že spotřebitel nemůže opustit provozovnu nebo místo bez uzavření smlouvy,

b) osobně navštíví spotřebitele v jeho bydlišti, ačkoli ho spotřebitel vyzval, aby jeho bydliště opustil a nevracel se, s výjimkou vymáhání splatných smluvních závazků způsobem, který je v souladu s příslušnými právními předpisy,

c) opakovaně činí spotřebiteli nevyžádané nabídky prostřednictvím telefonu, faxu, elektronické pošty, nebo jiných prostředků přenosu na dálku, s výjimkou vymáhání splatných smluvních závazků způsobem, který je v souladu s příslušnými právními předpisy; tím nejsou dotčena ustanovení § 2 odst. 1 písm. e) zákona č. 40/1995 Sb., v platném znění a příslušná ustanovení zákona č. 480/2004 Sb. a zákona č. 101/2000 Sb.,

d) požaduje na spotřebiteli, aby při uplatňování práva vyplývajícího z pojistné smlouvy předložil doklady, které nelze při posuzování oprávněnosti nároku pokládat za důvodné nebo neodpovídá na korespondenci, aby odradil spotřebitele od uplatnění práv vyplývajících ze smlouvy,

e) prostřednictvím reklamy přímo nabádá děti, aby si nabízené výrobky nebo služby koupily nebo aby k jejich koupi přesvědčily dospělou osobu,

f) požaduje na spotřebiteli okamžitou nebo odloženou platbu za výrobky nebo služby, které mu dodal, ačkoli si je spotřebitel neobjednal nebo požaduje vrácení či uschování nevyžádaných výrobků, nejedná-li se o náhradní dodávku podle předem uzavřené smlouvy,

g) prohlašuje, že pokud si spotřebitel výrobek nebo službu nekoupí, ohrozí tím jeho podnikání, pracovní místo nebo existenci, nebo

h) vytváří klamný dojem, že spotřebitel vyhrál nebo vyhraje, popřípadě že vyhraje cenu nebo jinou výhru, pokud bude jednat určitým způsobem, ačkoli ve skutečnosti žádná taková cena ani obdobná výhra neexistuje nebo pro získání ceny nebo jiné obdobné výhry musí spotřebitel vynaložit finanční prostředky nebo mu vznikají výdaje.

## **Zákon č. 110/1997 Sb. o potravinách a tabákových výrobcích a o změně a doplnění některých souvisejících zákonů – Nekalé praktiky**

Uvádění potravin na trh

§ 10

Na trh je zakázáno uvádět potraviny

g) zdánlivě totožné s potravinou uváděnou na trh v jiných členských státech Evropské unie, ačkoliv potravina uváděná na trh v České republice má podstatně odlišné složení nebo vlastnosti, pokud to není odůvodněno oprávněnými a objektivními skutečnostmi a pokud není potravina opatřena snadno přístupnou a dostatečnou informací o tomto odlišném složení nebo vlastnostech.



## Přílohy – RŮZNÉ TEXTY

### Tisková zpráva Sdružení českých spotřebitelů ve spolupráci s Kabinetem pro standardizaci - OTEVÍRÁNÍ SPOTŘEBNÍCH OBALŮ: CO SENIOŘI?

V Praze dne 2017-11-20

Historie balení je stará jako lidstvo samo. Zejména potraviny, ale spotřební výrobky obecně, potřebujeme chránit, a to ve stále větším množství, s vysokými požadavky na hygienu, životní prostředí a ekonomiku. Balení se rychle vyvíjí. Důvodem je jak vývoj nových materiálů a technologií, tak i změny způsobu nakupování.

Funkční kritéria pro obal a balení zkoumaná Technologickou agenturou v ČR uvádějí devět bodů, včetně ochrany výrobku, funkčnosti v logistickém řetězci, či uspokojení legislativních požadavků. Ty obvykle zahrnují specifické aspekty zajištění požadavků na bezpečnost a na poskytnutí nezbytných informací. Velmi důležitý je dnes nepochybně i příspěvek obalu k prezentaci a marketingu; a v neposlední řadě nás zaujal i další prvek - přijatelnost obalu pro zákazníka.

A právě aspekt přijatelnosti obalu pro zákazníka je aktuálním předmětem zájmu Sdružení českých spotřebitelů (SČS). Po vzoru např. australských institucí, které již před lety zvolily jako jedno z témat ve své obalové strategii vývoj snadno otevíratelných obalů a uzávěrů pro stárnoucí spotřebitele, se SČS již druhým rokem věnuje průzkumům a normalizaci snadnosti otevírání obalů dostupných na trhu v ČR.

V loňském roce se naše komunikace zaměřovala na spotřebitele a zejména na populaci starších osob a seniorů. V průzkumu jsme si ověřili, že starší osoby či osoby s nějakým postižením mají značné problémy výrobky otevřít. Výsledky průzkumu jsme zveřejnili a jsou stále přístupné [Zde1](#).

V letošním roce jsme v SČS, s podporou grantu Ministerstva práce a sociálních věcí a ve spolupráci s Kabinetem pro standardizaci (KaStan), přistoupili k tématu na odbornější úrovni, a to k řešení této otázky ve vztahu k operátorům na trhu. V rámci letošní kampaně jsme provedli průzkum trhu, kdy jsme se tázali výrobců, prodejců a poskytovatelů služeb v rámci infrastruktury kvality, jak závažné téma otevíratelnosti obalů vnímají oni, a to ve vztahu ke starším osobám, osobám se zdravotním postižením či dalším osobám, které mají méně fyzické síly nebo šikovnosti k úkonům, kterých je při otevírání obalů třeba, a také jaké jsou jejich záměry v tomto ohledu do budoucna. Součástí kampaně byla i diskuze se zainteresovanými stranami u kulatého stolu a vybrané výsledky průzkumu jsme prezentovali i českým médiím.

Vybrané výsledky průzkumu:

33 % výrobců a dovozců považuje aspekt otevíratelnosti za nepodstatný. Stejný podíl respondentů je připraven mu do budoucna věnovat systematictější pozornost.

13 % prodejců považuje aspekt otevíratelnosti za nepodstatný. 54% vzorku prodejců jsou připraveni mu do budoucna věnovat systematictější pozornost.

28 % respondentů má z praxe určitou zkušenost s technickou specifikací - P CEN/TS 15945 Obaly – snadnost otevírání – Kritéria a metody – Kritéria a metody zkoušení pro hodnocení spotřebitelského obalu, a normu vnímají pozitivně, 8 % ji „odsoudilo“ a 62 % osob z businessu nemá o této normě ponětí.

Potraviny – bezpečnost a kvalita; jak je vnímá spotřebitel?

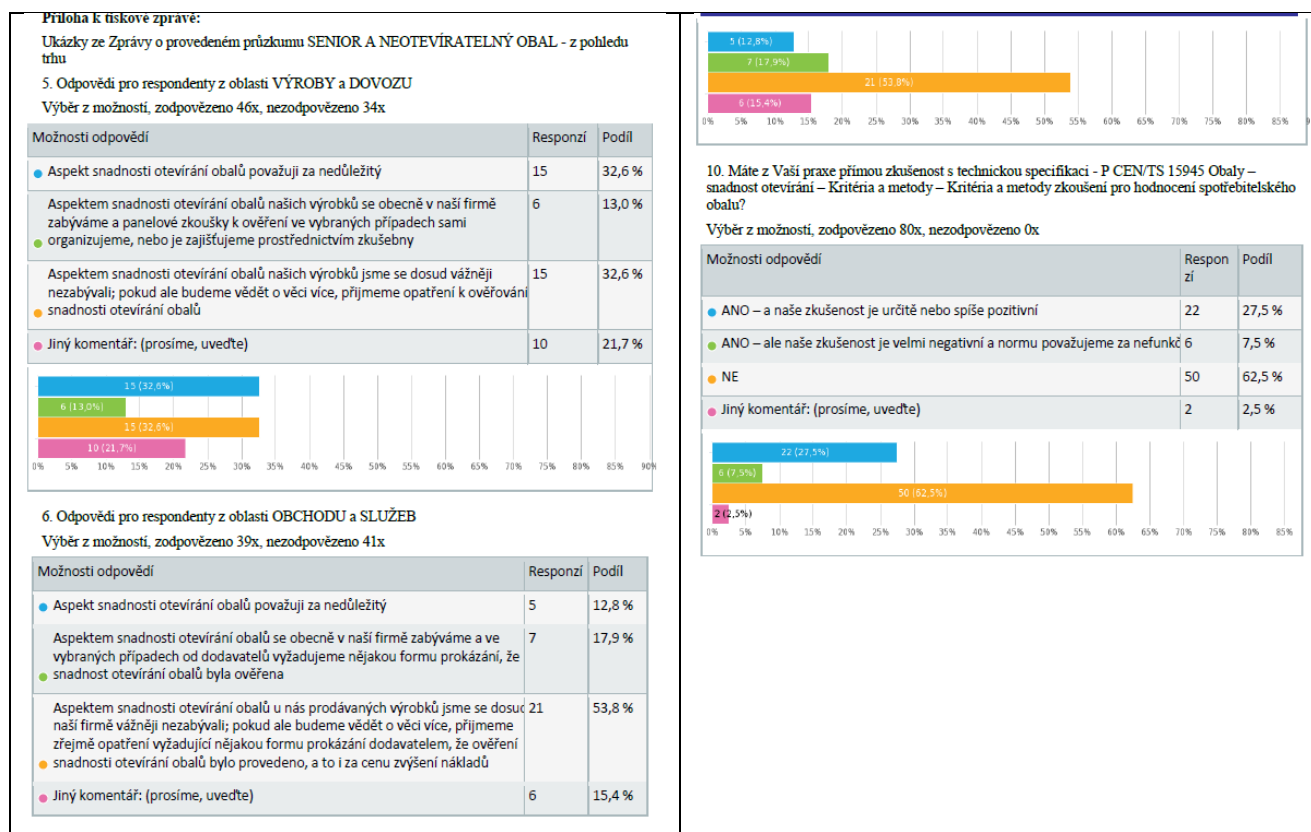
80 % respondentů přivítá další informace o normě, jejíž podstatou je vytváření panelů s osobami, které hodnotí otevřítelnost obalu.

Úplnou zprávu z průzkumu uveřejňujeme Zde2.

Výsledky jak tohoto průzkumu, tak i konzultací kolem kulatého stolu s účastníky trhu jsou určitě východiskem pro další zaměření činnosti SČS v oblasti tak důležité pro stárnoucí populaci ČR jako jsou obaly a snadnost jejich otevírání.

O vývoji v příštích několika desetiletích budou v obalových strategiích rozhodovat hlavně rozvoj IT, biotechnologie a globalizace. Lze samozřejmě předpokládat, že požadavky na obalovou techniku jsou z velké části vyvolávány mezinárodními trendy, nicméně existují i národní rozdíly díky rozdílným stupňům ekonomického vývoje, ke kterým přistupují tradice, místní podmínky a preference.

Je proto třeba i na národní úrovni zvyšovat tlak spotřebitelů na aspekt pohodlí při otevírání spotřebitelských obalů, a uvedenou normu, která přináší kritéria a metody pro hodnocení snadnosti otevírání obalů, rozhodně více popularizovat. Norma požaduje, aby snadnost otvírání obalu byla hodnocena nezávislým panelem, kde mají podstatné zastoupení právě senioři. SČS i KaStan jsou proto připraveny se na pomoci při sestavení takových panelů podílet. V SČS do budoucna předpokládáme i užší spolupráci s jednotlivými účastníky trhu, a to zejména s obchodem, jehož vliv na danou problematiku je (včetně zaměření kupř. na výrobky prodávané pod privátními značkami) dnes jednoznačně největší.





## Text publikovaný v Perspektivách kvality III/2019, Autor - L. Dupal, Potraviny – bezpečnost a kvalita; jak je vnímá spotřebitel?

### Úvodem

Potraviny jsou v centru neutuchajícího zájmu spotřebitelů. Lze souvislosti a aspekty tohoto zájmu prostřednictvím určitých nástrojů kvantifikovat a klasifikovat?

Je to shoda okolností, že letní měsíce letošního roku jsou provázeny zveřejněním několika průzkumů, které nám tyto pohledy přibližují a osvětlují. Ale jak už to bývá, výsledky každého průzkumu se dají interpretovat různě, podle toho, kdo se toho uchopí. To ovšem nesnižuje jejich význam a důležitost, pokud sami jsou připravovány a prováděny svědomitě a férově. Opatrnější a skeptičtější budme při přijímání komentářů a závěrů vyvozených různými hráči na trhu, ale také politiků.

Tímto článkem chceme drobně přispět k osvětě spotřebitelů, ale i dalších zainteresovaných stran, s cílem jejich lepší orientace na trhu potravin a následně třeba i k lepší a kultivovanější funkci trhu.

Jak výše uvádím, zabývat se chci jak bezpečností, tak kvalitou potravin, což je docela velká porce. Pro podrobnosti odkážeme laskavého čtenáře na weby Sdružení českých spotřebitelů [www.konzument.cz](http://www.konzument.cz), resp. [www.spotrebitelezakvalitou.cz](http://www.spotrebitelezakvalitou.cz).

### Bezpečnost potravin

#### Evropský regulativní rámec

Zajištění bezpečnosti potravin v EU je nesmírně komplikovaná právní i implementační záležitost. Zde chceme jen připomenout, že základním evropským východiskem a komplexním rámcem pro uvádění potravin na trh je po mnoho let aplikované nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002 ze dne 28. ledna 2002, kterým se stanoví obecné zásady a požadavky zákona o potravinách, zakládá Evropský úřad pro bezpečnost potravin a stanoví postupy týkající se bezpečnosti potravin. Dokument prošel nyní podstatnou revizí; v září 2019 bude v Úředním věstníku EU publikováno nové nařízení o transparentnosti a udržitelnosti hodnocení rizik EU v potravinovém řetězci a kterým se mění výše citované nařízení (a některé další související dokumenty). Účinnosti dokument nabude ve většině ustanovení na konci března 2021, v člancích týkajících se EFSA v červenci 2022. Tento legislativní předpis je a nadále v inovovaném znění bude východiskem pro velmi komplexní systém evropských a návazně národních přepisů potravinového práva.

Na základě citovaného evropského rámce byl ustaven se sídlem v Parmě **Evropský úřad pro bezpečnost potravin (EFSA)**. EFSA je klíčovým orgánem pro hodnocení nebezpečí týkajících se bezpečnosti potravin a krmiv v Evropské unii. Agentura byla zřízena s cílem poskytovat vědecké poradenství a podporu pro právní předpisy a politiky Společenství ve všech oblastech, které mohou mít přímý či nepřímý vliv na bezpečnost potravin a krmiv, a rovněž v těsně souvisejících otázkách v oblasti zdraví a dobrých životních podmínek zvířat a ochrany rostlin. Je nezávislým zdrojem informací o všech záležitostech v těchto oblastech a zabezpečuje sdělování o riziku. V rámci svého poslání rovněž poskytuje vědecké poradenství v otázkách výživy, zejména z hlediska právních předpisů Společenství, a geneticky modifikovaných organismů, včetně nových potravinářských technologií. EFSA má vlastní odborné pracovníky, ale jeho práce je podporována i sítí příslušných organizací a expertů z členských států EU. Důležitým článkem řídicí struktury EFSA je správní rada. Je ctí autora těchto řádek, že od roku 2018 je členem správní rady EFSA.

Dalším klíčovým „výstupem“ uvedeného rámcového aktu je **informační systém k bezpečnosti potravin na trhu EU (RASFF – Rapid Alert System for Food and Feed)**. Systém má oddělené funkce pro potraviny a pro krmiva, a dále má dva stupně hodnocení podle závažnosti (zřejmé riziko a nebezpečí

pro spotřebitele *versus* podezření na riziko). Systém slouží dozorovým a regulačním orgánům pro výměnu informací o nebezpečných potravinách, resp. krmivech, je ale částečně zpřístupněný veřejnosti. Míra otevřenosti je veřejností a medií občas kritizována jako nedostatečná. My „z venku“ se nedozvíme nic o konkrétním výrobku či výrobci a musíme čekat až na oficiální oznámení dozorového orgánu, zda nějaké následné opatření bylo na našem území přijato.

A jak tedy vnímá bezpečnost potravin evropský a český spotřebitel?

V červnu 2019 zveřejnila Evropská komise výsledky průzkumu EFSA k bezpečnosti potravin v EU (Eurobarometr Food safety in the EU, Fieldwork April 2019, Publication June 2019). Jedná se o první komplexní průzkum k bezpečnosti potravin v EU od r. 2010.

Jaký je průměrný Evropan?

Pro většinu Evropanů představuje bezpečnost potravin jeden z několika faktorů (společně s cenou, chutí, nutriční hodnotou a původem potravin), které ovlivňují jejich stravovací návyky a výběr potravin při nákupu. Podívejme se na některé „evropské“ výsledky průzkumu:

- Při nakupování potravin je pro průměrného Evropana nejdůležitější, odkud potravina pochází (53%), dále cena (51%), a dále bezpečnost potravin (50%).
- **Celkem 41% respondentů říká, že se osobně zajímají o problematiku bezpečnosti potravin.** Jen něco málo přes 1/5 (22%) Evropanů říká, že bezpečnost je jejich hlavním faktorem při výběru potraviny.
- Nejčastěji uváděné příčiny spotřebitelských obav (ve vztahu k bezpečnosti potravin) jsou rezidua antibiotik, hormonů nebo steroidů v mase (44%), rezidua pesticidů v potravinách (39%), či environmentální polutanty v rybách, mase nebo nápojích (37%).
- Nejvyšší důvěru u občanů ohledně zdrojů informací mají vědci (82%) a spotřebitelské organizace (79%); například novináři jsou hodně „vzadu“ (s 50%). Ještě méně ale spotřebitelé důvěřují potravinovému průmyslu (36%) a celebritám, blogerům a influencerům (19%).
- Jen 2 z 5 respondentů (43%) ví, že existují předpisy zajišťující bezpečné potraviny.

A jak se chovají Češi?

- **Osobní zájem o bezpečnost potravin** pociťuje v ČR 27 % respondentů (v EU 41 %)

Komentář Sdružení: Vysoký osobní zájem o bezpečnost potravin nemusí znamenat, že spotřebitel je dobře informovaný. Naopak, může to vyvolávat podezření, že se při nákupu obává, zda mu není nabízen nebezpečný výrobek. Je proto třeba sledovat související otázky k chování spotřebitele na trhu.

A skutečně, již nyní předdesíláme, že být na „chvostu“ EU v tomto ukazateli nevnímáme jako negativní pohled na českého spotřebitele!

- **Hlavní hlediska při nákupu**

Původ - EU 53 / ČR 56

Cena - EU 51 / ČR 62

Bezpečnost - EU 50 / ČR 40

Chuť - EU 40 / ČR 54

Živiny, obsah - EU 44 / ČR 40

Komentář Sdružení: Kdyby vnitřní trh EU v oblasti potravin (ale i spotřebního zboží) plně fungoval, pak by spotřebitel z hlediska bezpečnosti výrobku nemohl otázku původu zboží vůbec zvažovat (jiná věc je samozřejmě kvalita, či patriotické hledisko při výběru). V tomto ohledu je patrné, že časté mediální kampaně v ČR ohledně zboží nečeského původu plní úspěšně svůj účel a český spotřebitel dává původu ještě o něco větší význam, než je průměr v EU. Nicméně, celá EU považuje původ zboží za nejdůležitější aspekt při nákupu, a to je docela „zvláštní“.

To, že český spotřebitel stále přistupuje k ceně jako k hlavnímu aspektu zvažovanému při nákupu, je nekonečný smutný příběh. Jsme totálně v zajetí slevových kampaní řetězců a není nám pak pomoci. Že ale klademe vysoký důraz například na chuť, je pozitivní, a to zejména s ohledem na skutečnost, že to není na úkor podcenění výživového složení potraviny.

- **Reakce na šířené informace o riziku**

Trvalá změna návyků - EU 33 / ČR 31

Dočasná změna návyků - EU 33 / ČR 31

Komentář: Zde je chování českého spotřebitele zcela identické s průměrem EU. Tento výsledek je jedním z těch, které podporují náš závěr, že výsledek „Osobní zájem o bezpečnost potravin“, kde český spotřebitel s 27% je téměř na konci evropské řady, nelze vnímat záporně. Protože: přestože o sobě říkáme, že nás aspekt bezpečnosti nezajímá, chováme se úplně stejně jako evropský průměr, když se o riziku dozvíme... Palec nahoru pro českého spotřebitele!

- **Vysoce složitě informace** snižují důvěryhodnost informací - EU 23 / ČR 17

Komentář: A opět pozitivní výsledek pro chování českého spotřebitele. Neobává se složitější informace. A to přesto, že ho téma bezpečnosti příliš „nebere“, jak připomenuto v předcházejícím odstavci.

- **Hledisko bezpečnosti** při nákupu a výběru potraviny

**Nejvíce se obávám o bezpečnost** - EU 22 / ČR 18

**Bezpečnost patří mezi obavy** - EU 43 / ČR 33

**O bezpečnost se neobávám**, protože

prodávané potraviny jsou bezpečné - EU 28 / ČR 40

Komentář: Toto považuje Sdružení českých spotřebitelů za naprosto **základní výsledek průzkumu**. Ukazuje na zcela konzistentní chování českého spotřebitele na trhu: Základem jeho pohledu je předpoklad, že na trhu jsou bezpečné výrobky, nemá důvod se tedy čehokoliv obávat. K tomu může přistupovat se zcela racionální úvahou, že bezpečnost výrobku v naprosté většině případů beztak nemůže nijak rozeznat, posoudit a vyhodnotit. A zejména, že předpisy i dozorové orgány správně fungují.

Naproti tomu, zjištění o vnímání průměrného evropského spotřebitele považujeme za docela děsivé, ba alarmující: Vždyť ve velké míře občané EU nevěří ve funkci vnitřního trhu s potravinami ohledně jejich bezpečnosti. Je to tak překvapující, že naše sdružení pro to nemá nyní slov pochopení a vysvětlení. Jisté je, že aktivizovat by se měly zodpovědné evropské orgány.

- **Existují předpisy**

**které mají zajistit** bezpečnost potravin na trhu - EU 43 / ČR 51

Komentář: A aby toho v předcházejícím odstavci nebylo málo, další „neuvěřitelný“ výsledek průzkumu. Pokud by tento měl sloužit jako příklad „alarmující“ situace, pak zase v neprospěch

evropského průměrného spotřebitele. Nízké povědomí, že tyto předpisy existují, je skutečně překvapivé. A naopak, opět palec nahoru pro Čechy; my víme, že potravinové předpisy existují a dokonce věříme, že jsou přiměřeně úspěšně uplatňovány (viz předcházející výsledky).

Komentář SČS k průzkumu EFSA o bezpečnosti potravin

*„Je uklidňující vidět, že se Evropané tolik neobávají o jídlo na svém talíři. Věřím, že to není pouhá náhoda, ale spíše pokrok ve vědě a technologiích, který pomohl zlepšit potravinové standardy a hygienické postupy,“* říká vrcholný představitel EFSA k výsledkům průzkumu.

Autor příspěvku se snažil pochopit, z jakých čísel představitel EFSA tyto závěry vyvodil. Nemohu se zbavit dojmu, že měl v ruce nějaký jiný průzkum.

Rekapitulujme: pouze 28 % obyvatel se při nákupu o bezpečnost se neobává, protože věří, že prodávané potraviny jsou bezpečné, a při tom 43 % takovéto obavy při nákupu pocítuje a přes 20% (22) dokonce při nákupu považuje bezpečnost potravin za prioritní. Neuvěřitelných 43 % obyvatel neví, že existují potravinářské předpisy, které spotřebitele účinně z hlediska bezpečnosti potravin na trhu chrání. To je přeci **alarmující selhání** evropských i národních orgánů **ohledně komunikace rizik a bezpečnosti potravin!**

SČS se věnuje tématu potravin dlouhodobě a v rámci dostupných zdrojů usilovně. O českém spotřebiteli si jistě nemůžeme dělat iluze, a to bez jakékoliv urážky. Je prostě realitou, že průzkum bohužel potvrzuje dramatickou sílu ceny při jeho rozhodování (62 %). I zde ale je pozitivní rys – pokles ze 75 na 62 % za 10 let. To není malé zlepšení. Přesto, naším „cílem“ by mělo být alespoň oněch 51 % „evropského“ průměru. To ovšem nejde samo. Podívejte se ale na stránky Ministerstva zemědělství o rozdělení dotačních prostředků v letošním roce. Ani halíř na projekty, které by se jen blížily tématu podpory orientace spotřebitele v úrovních kvality potravin. Dosavadní podpora této oblasti v rámci České technologické platformy pro potraviny (MZe, PK) skončila loňským rokem.

Řetězce tak mají zcela otevřené pole se svými slevovými letákovými akcemi, zaplavujícími každý den dopisní schránky milionů potenciálních spotřebitelů. Cena, cena, cena, zapomeňte na kvalitu!

Kvalita potravin v EU

Všeobecné pohledy

Kvalita (i potravin) je pojmem poněkud relativním, protože každý spotřebitel ji může vnímat odlišně, a to čistě ze svého osobního pohledu, třeba i ovlivněného hloubkou jeho kapsy.

Jako „všelék“ se často uvádí, že spotřebitel má mít všechny relevantní informace na etiketě, ale dokonalá orientace v těchto informacích není snadná ani pro odborníky, a některé informace dobrovolného charakteru včetně některých značek kvality či prohlášení k danému výrobku mohou mít pro spotřebitele dokonce i matoucí význam.

Dvojitá kvalita

Východiska

Sdružení českých spotřebitelů a Kabinet pro standardizaci, nevládní organizace, které se tématem dlouhodobě zabývají, jsou jednoznačného názoru, že pokud je na trhu výrobek, zavedený pod určitým všeobecně známým názvem, značkou, grafickým vyobrazením atp., je klamáním spotřebitele (nekalou praktikou), pokud je na různé trhy uváděn s různými vlastnostmi, zejména ve vztahu k jeho složení. A to zejména, pokud je důvodný předpoklad, že odlišná receptura může mít významný vliv nejen na kvalitu, ale také na cenu. A to i přesto, že v označení je správné složení uvedeno.

Téma bylo po několik let otevíráno prakticky výlučně ve vztahu k potravinám, přestože naše organizace opakovaně poukazovaly na jeho obecnost. Teprve v průběhu roku 2018 EK revidovala přístup takového zaměření a připravila revizi obecné směrnice o nekalých obchodních praktikách, tedy obecně na potraviny i průmyslové spotřebitelské výrobky.

Zpracování evropské novely se poté ujalo jak Ministerstvo průmyslu a obchodu, tak Ministerstvo zemědělství; problematika nekalých praktik tak bude aplikována do dvou právních předpisů (ať to nemají účastníci trhu zbytečně jednoduché, že). Novely zákona o potravinách a zákona o ochraně spotřebitele by měly být na podzim t. r. předloženy do PSP.

**V novele zákona o ochraně spotřebitele** je navržena úprava ustanovení o klamavých obchodních praktikách s tím, že *„obchodní praktika se (mj.) považuje za klamavou, pokud ve věcných souvislostech, s přihlédnutím ke všem jejím rysům a okolnostem, vede nebo může vést k tomu, že spotřebitel učiní rozhodnutí ohledně koupě, které by jinak neučinil, a pokud zahrnuje jakékoliv uvádění výrobku na trh jako výrobku totožného s výrobkem uváděným na trh v jiném členském státě Evropské unie, přestože takový výrobek má podstatně odlišné složení nebo znaky, pokud to není odůvodněno oprávněnými a objektivními skutečnostmi.“*

Kdo tak přesto učiní, dopouští se přestupku s možností sankce až 50 milionů Kč.

**V novele zákona o potravinách** má být napříště zakázáno na trh je uvádět potraviny *„označené zdánlivě totožně s potravinou uváděnou na trh v jiném členském státě Evropské unie, ačkoliv potravina uváděná na trh v České republice má odlišné složení nebo vlastnosti.“* Přestoupení se hodnotí stejnou možností sankce, tedy až 50 milionů Kč.

Pokud tyto úpravy projdou legislativním projednáním, budeme s napětím sledovat, jak účinně budou tato ustanovení dozorové orgány schopny vymáhat a případně sankcionovat. Z této poznámky může vyznívat, že autor příspěvku je k budoucímu vývoji poněkud skeptický. A tak tomu skutečně je.

Průzkum Evropské komise

Na konci června 2019 zveřejnila Evropská komise studii provázenou zprávou o výsledcích komparativních testů vybraných potravin za účelem potvrzení dvojí kvality a zjištění rozsahu tohoto problému. Komparativní testy byly provedeny Společným výzkumným střediskem EK v souladu s jednotnou metodikou a byly financovány Evropskou komisí. Výsledky komparativních testů poukazují na to, že některé potraviny jsou označeny stejnou nebo podobnou značkou, i když se jejich složení liší.

V rámci studie bylo posouzeno 1.380 vzorků 128 různých potravinářských výrobků z devatenácti členských států EU. Sami autoři studie zdůrazňují, že ani tento zdánlivě rozsáhlý soubor však není reprezentativní z hlediska velké rozmanitosti potravinářských výrobků na vnitřním trhu EU.

Přesně v polovině případů **složení odpovídalo způsobu, jak byly potraviny prezentovány**: 23 % výrobků mělo totožnou přední stranu obalu a totožné složení a u 27 % výrobků bylo signalizováno odlišné složení v různých zemích EU při odlišných předních stranách obalu.

**Celkem 9 % potravin, které byly prezentovány jako stejné v celé EU, mělo rozdílné složení**: u těchto výrobků byla přední strana obalu totožná, ale jejich složení se lišilo.

Dalších **22 % potravin nabízených podobným způsobem mělo rozdílné složení**: u těchto výrobků byla přední strana obalu podobná, ale jejich složení se lišilo.

**Neexistuje žádný jednotný zeměpisný vzorec**, pokud jde o používání stejného nebo podobného obalu pro výrobky s rozdílným složením.

Zjištěné **rozdíly ve složení** testovaných výrobků navíc nezbytně **neznamenají rozdíly v jejich kvalitě**.

A dále - hodnocení, zda některý z identifikovaných případů stejného uvedení na trh zboží s podstatně odlišným složením by představovalo klamavou praktiku, přesahovalo účel této studie, upozorňuje EK. Podle příslušných právních předpisů by příslušný vnitrostátní orgán musel vyžadovat další specifické posouzení případů, které by zohlednily všechny ostatní důležité faktory (zejména legitimitu a objektivitu jakéhokoliv zdůvodnění, které poskytuje majitel značky).

Uvedená omezení nijak nesnižují velký význam tohoto průzkumu z hlediska lepšího poznání trhu s potravinami v EU. Jsou ale varováním před ukvapenými závěry této studie. Ty ale na sebe stejně nenechaly dlouho čekat:

*„Plošné testy v Evropské unii potvrdily, že dvojitá kvalita potravin je závažný problém a její počáteční zpochybňování ze strany Evropské komise nebylo na místě. Výsledky společného testování ukázaly, že dvojitá kvalita existuje u významné části testovaných výrobků. Nejde o to, že některá verze stejné prezentovaného výrobku by byla zdravější nebo méně zdravá nebo nekvalitní. Jde o rozdílný podíl hlavních nebo charakteristických složek v daném produktu. Ten by měl být ve všech stejně prezentovaných výrobcích stejný. Nemůžeme připustit, aby v Unii existovali občané několika kategorií,“ sdělilo bezprostředně po zveřejnění naše Ministerstvo zemědělství.*

*K tomu jen tolik, že hlavní argument tohoto ministerstva, po mnoho let zdůrazňovaný, že dvojitá kvalita je problém střední a východní Evropy, kterýžto region je diskriminován ze strany „západních“ velkovýrobců dodáváním méně kvalitního zboží, průzkum vyvrátil. Zveličování tématu dvojí kvality ministerstvem ale přineslo své ovoce. Jak prokázal nedávný průzkum SČS, realizovaný ve spolupráci s agenturou SC&C, český spotřebitel považuje dvojitou kvalitu výrobků za vážný problém a přirovnání, že jsme pro „západ“ popelnicí Evropy nepřipadá většině respondentů nijak silné a neadekvátní (o tomto průzkumu SČS přinášíme informace hned v následující části článku).*

*Ve své zprávě dále sděluje MZe, že v testu Evropské komise propadla třetina výrobků. To, jednoduše řečeno, není pravda. Zveřejněná čísla k takovému závěru nedávají žádný základ ani odůvodnění.*

*A k doplnění na závěr kapitoly o dvojitě kvalitě citace: „Čeští politici již několik let obtěžují spotřebitelskou veřejnost přehnanými zprávami o velkém obchodním problému – dvojitě kvalitě dovážených potravin. ... Pokud má dojít v souvislosti s tzv. dvojitou kvalitou potravinářských výrobků k nějaké revizi současné legislativy, je třeba začít s novelizací vyhlášek MZe ČR k zákonu o potravinách. ... Ve vyhlášce 69 Sb. z r. 2016 se nacházejí ustanovení, která umožňují výrobu nekvalitních uzenářských výrobků... např. stanovením minimálního obsahu masa ve vybraných výrobcích na úrovni 50 %.“ (Josef Radoš, Potravinářský zpravodaj, 2019).*

Průzkum sdružení českých spotřebitelů

*V průzkumu realizovaném ve spolupráci SČS a SC&C v červnu 2019 jsme se zaměřili na několik okruhů bezprostředního zájmu spotřebitelů v ČR. A jedním z nich byla právě (tzv.) dvojitá kvalita potravin. Průzkumu se zúčastnilo 805 respondentů; a k jednotlivým výsledkům s našim komentářem:*

*9 z 10 spotřebitelů považuje různé složení výrobků za nekalou praktiku, která by měla být zakázána.*

*Komentář Sdružení: Za toto zjištění v rámci průzkumu jsme rádi, je v souladu s postojem SČS.*

*3 ze 4 spotřebitelů nesouhlasí s rozdílným složením výrobků stejné značky i v případě, že není porušen zákon.*

*Komentář Sdružení: Toto zjištění prokazuje velkou citlivost českého spotřebitele k tématu dvojí kvality. To, že je dosažen zákon, není pro něj dostačující, aby dvojitou kvalitu toleroval či omlouval.*

*Více než 4/5 spotřebitelů souhlasí s výrokem, že Česko je popelnicí Evropy*

Komentář Sdružení: SČS není rádo za podobné kategorické a zavádějící výroky. Nemáme žádné důkazy ani projevy, že by Česko bylo popelnicí Evropy. Výsledek je mimo jiné i následek populistických kampaní, vedených právě ke dvojí kvalitě, ale nejenom. Pocity českého spotřebitele ale naše sdružení citlivě vnímá a budeme s nimi nakládat jako s významnou součástí informací o situaci na trhu.

*Prakticky všichni spotřebitelé jsou přesvědčeni o tom, že u potravin je praktikována dvojitá kvalita výrobků*

- *Potraviny* 96 %
- *Drogerie* 81 %
- *Spotřební zboží* 44%

Komentář Sdružení: Výsledek potvrzuje reálnou situaci, že dvojitá kvalita se netýká pouze potravin, v souladu s předcházejícími výsledky již nepřekvapí vysoký podíl respondentů, kteří dvojitou kvalitu vnímají za zásadní problém.

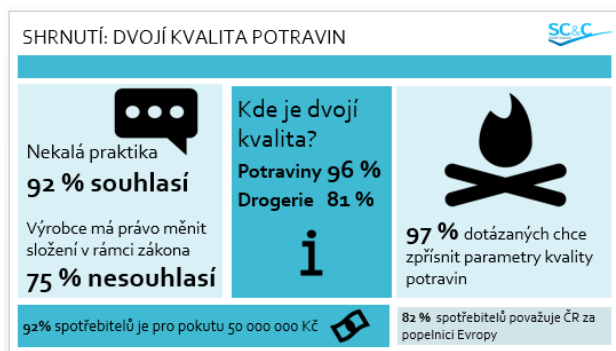
*Zákaz dvojí kvality by měl být součástí zákona o ochraně spotřebitele*

Komentář Sdružení: Tento výsledek je pro nás příjemným překvapením. Shoduje se s přesvědčením naší organizace, že regulativní opatření by neměla být duplikována či nepřehledně rozvíjena v různých právních předpisech.

*Přibližně třetina spotřebitelů nakupuje v zahraničí pravidelně, třetina příležitostně a třetina vůbec.*

Komentář Sdružení: Tento mimořádně zajímavý výsledek samozřejmě vůbec nemusí souviset s vysokou citlivostí spotřebitele na dvojitou kvalitu. Víme, že se mnohdy jedná i o kvalitu prodeje samotného, dostupnost jiného a nového sortimentu, širší výběr, a další. Průzkum zde nešel do podrobností, jistě by to bylo další zajímavé téma.

Naše sdružení připravovalo průzkum o dvojí kvalitě s tím, že mnohé otázky související s tímto tématem jsme se spotřebiteli v minulých letech vícekrát diskutovali a projednávali. Spotřebitelé nás opakovaně informovali, že téma dvojí kvality pro ně je citlivou záležitostí, kterou nelze podceňovat. Přesto nás výsledky průzkumu trochu překvapily z hlediska míry a intenzity vnímání některých aspektů spotřebitelem. Platí také, že aktuální všeobecné a intenzivní zaměření pouze na potraviny nepostihuje celou problematiku.



Závěrem...

Sdružení českých spotřebitelů vítá, že se v posledních měsících „seběhlo“ několik výsledků studií a průzkumů souvisejících s bezpečností a kvalitou potravinářských výrobků na trhu. Jsou velmi cenným zdrojem pro vyhodnocení situace a vývoje na trhu, včetně vnímání tohoto vývoje spotřebitelem.

Samozřejmě nás mrzí, že český spotřebitel stále dramaticky zvažuje cenu při nákupu. Přesto se za 10 let míra tohoto hlediska výrazně snížila, ze 75 na 62 %. Na rozdíl od předcházejících 10 let se ale nyní zastavila státní podpora na akce, které alespoň trochu stavěly bariéru kampaním velkých obchodních řetězců a zajišťovaly osvětu spotřebitelům k orientaci v kvalitě potravin. Smutný to příběh.

Pro nás je překvapivé, jak málo průměrný evropský spotřebitel věří v bezpečnost výrobků, které si jde koupit. Netuší (ve značné míře), že existují evropské předpisy, které ho chrání. V těchto srovnáních je český konzument mnohem informovanější, a tomu jsme rádi; doufáme, že to bylo přičiněním i naší organizace a našich kampaní.

Co se týče kvality potravin, je ovšem český spotřebitel velmi opatrný, ba pesimistický. Připomínám, že zde nemáme srovnání v rámci evropského průzkumu, výsledek je na základě našeho průzkumu uvnitř ČR. Vnímání českého spotřebitele, že je Česko popelnicí Evropy, je pro nás zklamáním, ale i výzvou. Tak to prostě není, konečně i evropský průzkum ke dvojí kvalitě toto jednoznačně vyloučil, byť na poměrně omezeném rozsahu vzorků. Je smutné, že v tomto výkladu a pohledu na věc musíme bojovat proti českým úřadům a ministerstvům, které negativní vnímání situace na trhu podporují.

Odkazujeme na naše stránky [www.spotrebitelezakvalitou.cz](http://www.spotrebitelezakvalitou.cz), kde v rámci možností uveřejňujeme aktuální informace k tématu kvality potravin. Odkazujeme se také na publikační činnost SČS z mnoha posledních let (viz <https://konzument.cz/publikace/jak-pozname-kvalitu.php>). Edice „Jak poznáme kvalitu?“ byla ale loňským rokem ukončena. Je to průvodní jev toho, že i v obecném měřítku je zájem státu i jiných sponzorů o podporu kvality potravin nedostatečný.

## Dvojí kvalita potravin na trhu - Text publikovaný v Perspektivách kvality II/2021; Autor - L. Dupal

**V různých zemích EU či regionech je nabízen zdánlivě identický výrobek v odlišné kvalitě. Takové potraviny jsou předmětem obav a stížností spotřebitelů.**

**JSOU OBČANÉ ČR A STŘEDNÍ EVROPY OBČANY EU DRUHÉ KATEGORIE?**

**Pokud tomu tak dosud bylo, napraví to poslední novela zákona o potravinách?**

### Úvodem

Kvalita výrobku je pojmem poněkud relativním, protože každý spotřebitel ji může vnímat zcela odlišně, osobně. V případě „dvojí kvality“ výrobků na trhu však zaznívá z více stran silný hlas po „unifikaci“ kvality na trhu. Je to tak správné? Jak se s tímto fenoménem vypořádat? Tento článek byl připraven ve snaze na některé otázky nabídnout odpovědi a aktuální vývoj zájemcům přiblížit.

Ve Sdružení českých spotřebitelů (SČS) se tématu dvojí kvality výrobků věnujeme již řadu let; zastáváme silný názor, že pokud je v různých zemích EU **nabízen a uváděn na trh výrobek s různými vlastnostmi anebo složením, přitom zavedený pod určitým, všeobecně známým názvem, značkou, grafickým vyobrazením atp., jedná se o klamání spotřebitele (a nekalou obchodní praktiku)**. A to zejména, pokud existuje důvodný **předpoklad, že odlišné vlastnosti či receptura mohou mít významný vliv nejen na jeho kvalitu, ale právě i na cenu**; a to i v případě, že v označení jsou jeho vlastnosti a složení správně uvedeny.

Téma bylo v ČR po několik let otevíráno prakticky výlučně ve vztahu k potravinám. Teprve v průběhu roku 2018 Evropská komise revidovala svůj dosavadní přístup a připravila revizi obecné směrnice o nekalých obchodních praktikách, tedy obecně na potraviny i průmyslové spotřebitelské výrobky, v souladu s postojem našeho sdružení. V tomto článku se ovšem věnujeme specificky potravinám.



O uspořádání kulatého stolu se spotřebiteli a dozorovými orgány k problematice dvojí kvality v ČR požádala v únoru 2018 komisařka Evropské komise Věra Jourová naše sdružení. Účastníci kulatého stolu se již tehdy shodli, že u nás zůstává nedostatečně využita národní legislativa pro vymezení kvalitativních požadavků na různé potraviny, popřípadě jsou kvalitativní požadavky nastaveny velmi nízko. Zdůrazňovali jsme také, že řešení problému dvojí kvality výrobků na trhu nesmí zejména v případě potravin vést k jejich unifikaci napříč EU a tím k omezování sortimentu.



V minulých letech bylo téma dvojí kvality zejména potravin silně medializováno, a to bez prostoru pro prezentaci pohledů různých stran. Naše sdružení opakovaně zdůrazňovalo, že politické uchopení tématu, vedoucí k jeho zviditelnění, je již vyčerpané a je třeba přejít k technickým řešením s využitím samoregulace a technických norem. Připomínali jsme rovněž, že rozsah problému je zveličován. Trochu překvapivě nás v tomto pohledu na věc podpořil průzkum provedený ke dvojí kvalitě potravin na trhu Evropskou komisí.

### **Průzkum trhu v rámci EU**

Na konci června 2019 zveřejnila Evropská komise svoji studii provázenou zprávou o výsledcích komparativních testů vybraných potravin za účelem potvrzení rozsahu problému dvojí kvality<sup>1</sup>.

A výsledky těchto testů poukazují na to, že některé potraviny na vnitřním trhu EU jsou označeny stejnou anebo podobnou značkou, i když se jejich složení na vnitřním trhu liší. Jak závažný problém průzkum prokázal?

- V rámci studie bylo posouzeno 128 různých potravinářských výrobků zaslaných k posouzení z 19 členských států EU. A sami autoři studie zdůrazňují, že takový soubor výrobků není reprezentativní z hlediska velké rozmanitosti potravinářských výrobků prodávaných na vnitřním trhu EU.
- Bezmála 70 % případů složení plně odpovídalo způsobu, jak byly potraviny prezentovány.
- 22 % výrobků mělo rozdílné složení, což do jisté míry naznačovaly změny grafického designu na přední straně obalu; nicméně grafické zpodobnění výrobků bylo hodnoceno jako podobné.
- A jen celkem 9 % potravin (nominálně je to 11 výrobků z celé EU), které byly prezentovány jako stejné v celé EU, mělo rozdílné složení: u těchto výrobků byla přední strana obalu totožná, ale jejich složení se lišilo.

Zjištěné rozdíly ve složení testovaných potravin neznamenaají nebo nutně nemusejí znamenat i rozdíly v jejich kvalitě. Na to Evropská komise dostatečně důrazně a srozumitelně upozornila. Přesto na sebe nenechaly dlouho čekat některé ukvapené závěry a komentáře k této studii, např.: „*Plošné testy v Evropské unii potvrdily, že dvojí kvalita potravin je závažný problém a její počáteční zpochybňování ze strany Evropské komise nebylo na místě. Výsledky společného testování ukázaly, že dvojí kvalita*

<sup>1</sup> <https://www.mpo.cz/assets/cz/ochrana-spotrebitele/eu-a-spotrebitel/aktuality-z-eu/2019/7/Zprava-o-vysledcich-komparatovnich-testu-potravin.pdf>

existuje u významné části testovaných výrobků.“, sdělilo bezprostředně po zveřejnění studie naše Ministerstvo zemědělství (25. 6. 2019).

Hlavní argument, po mnoho let zdůrazňovaný a v citovaném komentáři opět připomenutý, totiž že dvojí kvalita je problém výhradně střední a východní Evropy, tato studie prakticky vyvrací, protože případy, které podle studie indikují možnost dvojí kvality výrobku, se týkají více zemí EU, nejenom střední Evropy.

V březnu 2021 zveřejnila Evropská komise druhou část technické zprávy – studie (Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of branded food products. Part 2 – Sensory testing). Týkala se tedy sensorického zkoušení pro zjištění organoleptických rozdílů mezi výrobky identického označení s podezřením na dvojí kvalitu.

Tentokrát bylo testováno 20 výrobků a sensorické rozdíly byly zjištěny v 10 případech. Opět bez geografického významu (tedy žádné smetiště ve východní Evropě), a hlavně – sensorická odlišnost nemusí nezbytně známkou nižší či vyšší kvality, i když to tak nepochybně někdy být může. Na tuto studii jsme dosud reakce politiků a médií nezaznamenali... Uvádíme alespoň dva příklady ze zprávy:

Značné sensorické rozdíly vykazoval výrobek Fanta Orange. V Dánsku obsahoval sladidla acesulfam-K a aspartame a 4,5 % pomerančové šťávy. V Bulharsku bylo slazeno fruktózo-glukózovým sirupem a výrobek obsahoval 5 % šťávy. V Česku a Maďarsku měla Fanta rovněž 5 % šťávy, sladící receptura byla komplikovanější - fruktózo-glukózový sirup, cyklamáty, sacharin. A například Italové mají Fantu s obsahem 12 % šťávy slazenou sacharózou. Jak uvedeno výše, výsledek testu nesdělujeme, která receptura je „kvalitnější“, ale prokazuje míru odlišnosti. Překvapivě je výrobek na italském trhu spíše žlutý než oranžový a je méně sladký. I na dánském trhu je barva spíše žlutá, ale Fanta je znatelněji sladká. V Česku máme Fantu sladkou a oranžovou.

Protože v minulosti byla v médiích kompromitována čokoláda Milka, uvádíme zde jako další příklad výsledky pro výrobek Milka Whole Hazelnuts. V Belgii, Španělsku či Polsku se prodával výrobek se 17 % oříšků, v Německu, Maďarsku či na Slovensku se 20 %. Chuťově degustátoři nezjistili žádné odlišnosti.

### **SČS, průzkum na českém trhu**

Odborné studie a statistiky jsou jedna věc, reakce politiků a médií druhá, ale co český spotřebitel? Zeptali jsme se českých spotřebitelů, jak dvojí kvalitu výrobků a potravin vnímají. I pouhé pocity spotřebitelů totiž v SČS bereme vážně.

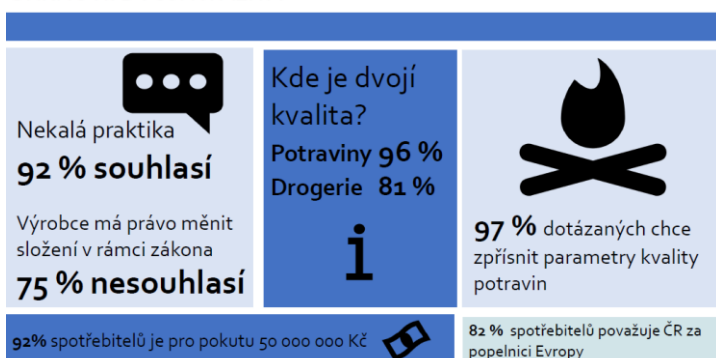
Výzkum byl proveden pro naše sdružení agenturou SC&C v červnu 2019 a zúčastnilo se ho 805 respondentů z celé ČR. Prokázal, že český spotřebitel považuje dvojí kvalitu výrobků za vážný problém, a přirovnání, že jsme pro „Západ“ (a tím *de facto* i pro nás samotné) popelnicí Evropy, nepřipadá většině respondentů nijak silné a neadekvátní vyjádření.

Některá zjištění jsme na základě běžných kontaktů se spotřebiteli, kteří se na nás denně obrací, částečně i předpokládali, ale některá zjištění nebo intenzita postojů byly i pro nás až překvapující. Shrnutí:

- 9 z 10 českých spotřebitelů považuje různé složení výrobků za nekalou obchodní praktiku.
- 3 ze 4 českých spotřebitelů nesouhlasí s rozdílným složením výrobků stejné značky ani v případě, že výrobce neporušuje žádný zákon.
- Více než 4 z 5 našich spotřebitelů souhlasí s výrokem, že Česko je popelnicí Evropy.

- Prakticky všichni spotřebitelé jsou u nás přesvědčeni o tom, že u potravin je praktikována dvojitá kvalita výrobků (96 %), vysoký počet spotřebitelů je přesvědčen také o tom, že dvojitá kvalita je praktikována u drogerie (81 %) a u ostatního spotřebního zboží (44 %). Zájem o nákupy v zahraničí není pro českého spotřebitele výjimečným jevem.
- Zákaz dvojí kvality by měl být podle většiny českých spotřebitelů (78 %) součástí zákona o ochraně spotřebitele, a to pro všechny výrobky.
- Ohledně potravin se 97 % spotřebitelů domnívá, že ČR by měla zavést přísnější pravidla, stanovit, jaké parametry kvality musí potraviny splňovat, aby mohly být prodávány na českém trhu, a 91 % s tím souhlasí i v případě, že by to znamenalo praktické omezení dovozu levných potravin.
- Více než polovina spotřebitelů (56 %) je jednoznačně pro padesátimilionovou pokutu, která má být zavedena jak v případě zákona o potravinách, tak i v případě zákona o ochraně spotřebitele, a to za porušení zákazu dvojí kvality jako nekalé obchodní praktiky ze strany výrobce nebo obchodníka.

#### SHRNUTÍ: DVOJÍ KVALITA



Ukazuje se, že spotřebitelé u nás preferují srozumitelné řešení kvality prodáváných potravin obecně a staví se jednoznačně za to, aby u nás nebylo možné prodávat nekvalitní výrobky na základě nízkých požadavků národních předpisů.

#### Ze zasedání zainteresovaných stran u kulatého stolu na téma dvojitá kvalita

V listopadu 2020 upořádalo SČS s podporou Rady kvality ČR kulatý stůl jako další z mnoha svých aktivit na toto téma. Účelem svolání tohoto setkání bylo, aby se zástupci jednotlivých zainteresovaných stran po delší době znovu setkali k výměně informací o svých aktuálních postojích a svém pohledu na vývoj za poslední období. U kulatého stolu se tak společně sešli zástupci Ministerstva průmyslu a obchodu a Ministerstva zemědělství, Poslanecké sněmovny (P. Nacher), Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR (T. Prouza), Potravinářské komory (M. Koberna), výrobců (Svaz výrobců nealko nápojů a firem Mondelez, Danone, Ferrero, Nestlé), dozorových orgánů (ČOI a SZPI) a samozřejmě i spotřebitelů. Uvádíme některé téze z prezentací účastníků kulatého stolu:

*„Je třeba se více soustředit na obecné roviny a řešení, zejména posílit postavení spotřebitele a využívání nástroje mimosoudního urovnání sporů.“ (Patrik Nacher, poslanec za ANO2011)*

*„Odpovědnost za případné uvádění potravin dvojitá kvality nesou všechny články obchodního řetězce. Ministerstvo zemědělství nemůže připustit, aby byly spotřebitelům v ČR nabízeny potraviny, které se tváří jako stejné v celé EU, ale přitom mají odlišné vlastnosti. Nehledě na to, zda jsou tyto vlastnosti lepší nebo horší, spotřebitelům je nutné zajistit férové zacházení a musejí být férově“*

*informovaní o tom, co je jim nabízeno.“ (Jindřich Fialka, náměstek ministra zemědělství ČR, zastoupený Martinem Štěpánkem, ředitelem odboru)*

*„Problém je nicméně do jisté míry také zveličen politicko-populistickým přístupem některých jeho protagonistů. ... pokud jsou takovéto výrobky s rozdílnou kvalitou na trhu zjišťovány, jedná se o výlučnou zodpovědnost jednotlivých nadnárodních výrobců a jejich distributorů. ... Legislativní opatření pro oblast dvojí kvality výrobků je nutné prioritně směřovat na oblast výrobců. Výrobci vždy a jednoznačně vědí, jakou kvalitu výrobků na jednotlivé trhy v rámci zemí EU dodávají.“ (Tomáš Prouza, viceprezident Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR)*

*„Do diskuze ke dvojí kvalitě se nám dostávají aspekty, které s kvalitou nesouvisí. Celé téma bylo nastartováno spíše poukazováním na nižší ceny srovnatelných potravin například v Německu... Omezení nesmí být na překážku inovacím, reformulacím a konkurenceschopnosti u podniků.“ (Miroslav Koberna, Potravinářská komora ČR)*

*„Dvojí kvalita by se měla posuzovat případ od případu. Při vyhodnocování tohoto typu nekalé obchodní praktiky by se mělo vzít v potaz i očekávání průměrného spotřebitele... a další nástroje, jakým může být například test průměrného spotřebitele ve vztahu ke konkrétně užití nekalé obchodní praktice a cílové skupině spotřebitelů.“ (Jan Krňanský, Česká obchodní inspekce)*

*„SZPI vytvořila a poskytla pracovní verzi materiálu, který bude podkladem pro úřední kontroly produktů. SZPI podnikne v rámci svých kompetencí maximum, aby k výskytu výrobků v tzv. “dvojí kvalitě“ na českém trhu nedocházelo.“ (Miriam Bellofattová, Kristýna Brandejsová, Státní zemědělská a potravinářská inspekce)*

*„... prostředkem je odstranění lokalizačních praktik na straně výrobců a potažmo obchodníků. ... Naučme se rozpoznávat kvalitu a vlídně, ale rozhodně, ji po prodejcích požadujme.“ (Kryštof Kruliš, Spotřebitelské fórum, z. ú.)*

## **Aktuální legislativní vývoj**

Na sklonku roku 2019 byla přijata Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161<sup>2</sup>, která zavádí nové ustanovení ve směrnici o nekalých obchodních praktikách (2005/29/ES): *„Jakékoliv uvádění zboží na trh v jednom členském státě jako zboží totožného se stejným zbožím uváděným na trh v jiných členských státech, ačkoliv takové zboží má podstatně odlišné složení nebo znaky, pokud to není odůvodněno oprávněnými a objektivními faktory.“ (čl. 6 odst. 2, písm. c)).*

Transpoziční doba je pro členské státy stanovena do 28. listopadu 2021, tedy dva roky od data vstupu předpisu v platnost. Přestože předmětný evropský předpis je standardně u nás zaveden prostřednictvím zákona na ochranu spotřebitele, Ministerstvo zemědělství bezprostředně oznámilo

<sup>2</sup> Směrnice Evropského parlamentu a Rady (EU) 2019/2161 ze dne 27. listopadu 2019, o lepším vymáhání a modernizaci právních předpisů Unie na ochranu spotřebitele

svůj plán řešit potraviny v rámci novely zákona o potravinách a tabákových výrobcích. Ministerstvo průmyslu a obchodu souběžně navrhlo novelu zákona o ochraně spotřebitele.

Novela zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, je v legislativním procesu (v PSP), přičemž znění přesně kopíruje evropskou předlohu.

Novelou zákona o potravinách a tabákových výrobcích č. 110/1997 Sb., schválené definitivně zákonodárci v dubnu 2021 a účinné od 12. 5. 2021, je napříště zakázáno na trh uvádět potraviny „*zdánlivě totožné s potravinou uváděnou na trh v jiných členských státech Evropské unie, ačkoliv potravina uváděná na trh v České republice má podstatně odlišné složení nebo vlastnosti, pokud to není odůvodněno oprávněnými a objektivními skutečnostmi a pokud není potravina opatřena snadno přístupnou a dostatečnou informací o tomto odlišném složení nebo vlastnostech.*“.

Zajištění vymahatelnosti příslušných ustanovení k zamezení dvojí kvality bude v zodpovědnosti dozorových orgánů – v případě potravin SZPI. Nebudou to mít jednoduché.

Je dobře si také uvědomit, že česká, národní legislativa pro většinu potravinářských výrobků stanovuje pouze minimální požadavky na kvalitu. To principiálně není špatně, někteří spotřebitelé mohou upřednostnit nízkou kvalitu za nízkou cenu. Ale pak se nemůžeme divit, že dodavatelé (tuzemští i zahraniční) takové výrobky na trh dodávají.

### **Závěrem**

Připomeňme, že existují, zejména pro oblast potravin, speciální kvalitativní požadavky, stanovené legislativou. A jaký je příklad hlasu z „výroby“?: „*Čeští politici již několik let obtěžují spotřebitelskou veřejnost přehnanými zprávami o velkém obchodním problému – dvojí kvalitě dovážených potravin. (...) je třeba začít s novelizací vyhlášek MZe ČR k zákonu o potravinách. Ve vyhlášce č. 69 z r. 2016 se nacházejí ustanovení, která umožňují výrobu nekvalitních uzenářských výrobků (a to např. – pozn. SČS) stanovením minimálního obsahu masa ve vybraných výrobcích na úrovni 50 %.*“ (viz Josef Radoš, Potravinářský zpravodaj, červenec 2019).

Vyhláškami MZe jsou totiž zavedeny minimální požadavky na kvalitu potravinářských výrobků. A to tam, kde to není upraveno na evropské úrovni. A tyto minimální požadavky jsou u nás často až příliš minimální, totiž umožňující i velmi ubohou kvalitu zboží uváděného na trh. Je ale pohodlnější obvinít „západní“ velkovýrobce z dovozu nekvalitních potravin do ČR (resp. výrobků obecně), než usilovat o to, aby se kvalita prodávaného zboží v ČR zvýšila a aby český spotřebitel nemusel být s dvojí kvalitou vůbec konfrontován.

Existují srovnávací testy, kde se zjistilo, že například nejlacinější uzeniny z Rakouska a Německa mají lepší složení než nejlevnější položky z Česka. Vysvětlení je jednoduché: V Německu a v Rakousku mají daleko přísnější minimální normy pro jednotlivé skupiny masných výrobků, než je tomu u nás. Podobný příklad najdeme pro minimální obsah rybího masa v rybích prstech apod. Ve zpřísnění národních předpisů je ten gordický uzel řešení dvojí kvality. Připomeňme, že 91 % respondentů výzkumu SČS souhlasí se zavedením přísnější regulace ohledně minimální kvality.

Pokud se budeme sebemrškačsky považovat za OBČANY EU DRUHÉ KATEGORIE, tak jimi skutečně budeme. Proto hlavním smyslem našich aktivit ve vztahu spotřebitel a kvalita výrobků zůstává cíl zlepšovat vnímání různých stupňů kvality spotřebitelem a v jeho vzdělávání a v podpoře jeho orientace v různých komoditách výrobků. Na toto byla zaměřena zejména naše publikační činnost v edici „Jak poznáme kvalitu?“<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> <https://konzument.cz/publikace/jak-pozname-kvalitu.php>

Je tedy poslední novela zákona o potravinách a tabákových výrobcích, zavádějící opatření k zamezení dvojí kvality, přínosem pro spotřebitele? Bude účinným nástrojem k řešení zde diskutovaného problému? Víte, že SZPI je na provádění nového ustanovení dobře připravena. Ale až čas nám ukáže, jaká bude četnost případů dvojí kvality, kterou na našem trhu zjistí a prokáže.

## **Přílohy - BEZPEČNÉ PORTÁLY**

SZPI

[www.SZPI.cz](http://www.SZPI.cz)

Potraviny na pranýři

<https://www.szpi.gov.cz/clanek/informace-o-projektu-potraviny-na-pranyri.aspx>

Kde rovněž naleznete informaci SZPI o zjištěných nejakostních, falšované nebo nebezpečných potravinách

Bezpečnost potravin.cz

[www.bezpecnostpotravin.cz](http://www.bezpecnostpotravin.cz)

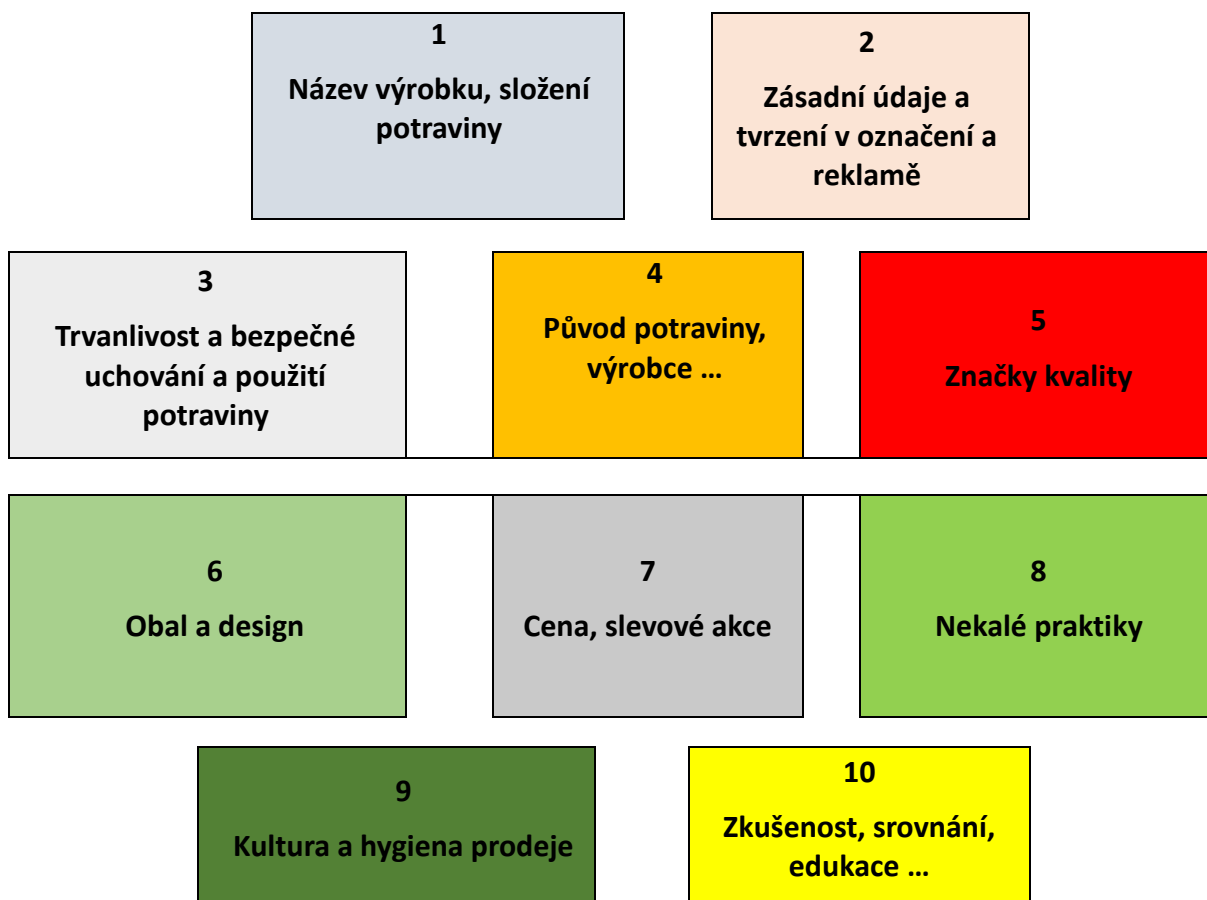
Hygienické minimum

[www.socr.cz/aktivity/minimum](http://www.socr.cz/aktivity/minimum)

Sdružení českých spotřebitelů

<https://spotrebitelzakvalitou.cz/>

**Diagram: Na základě čeho se rozhodujeme při výběru potravin? Spotřebitelské DESATERO vlivů a faktorů, které nás ovlivňují**



*„Studie byla vytvořena za finanční podpory Rady kvality České republiky“*



[www.narodniportal.cz](http://www.narodniportal.cz)



SDRUŽENÍ ČESKÝCH  
SPOTŘEBITELŮ, Z. Ú.  
CZECH CONSUMER  
ASSOCIATION  
[www.konzument.cz](http://www.konzument.cz)

**Sdružení českých spotřebitelů, z. ú.**  
Pod Altánem 99/103; 100 00 Praha 10  
tel.: +420 261 263 574  
e-mail: [scs@konzument.cz](mailto:scs@konzument.cz)

[www.konzument.cz](http://www.konzument.cz), [www.spotrebitezakvalitou.cz](http://www.spotrebitezakvalitou.cz)