

Stanovisko MZE (SZPI a SVS) k aplikaci článku 19 nařízení (ES) č. 178/2002

Povinnost provozovatelů potravinářských podniků účinně a přesně informovat spotřebitele o důvodu stažení produktu podle článku 19 nařízení (ES) č. 178/2002

Článek 19 odst. 1 nařízení (ES) č. 178/2002**Odpovědnost za potraviny: provozovatelé potravinářských podniků**

Jestliže se provozovatel potravinářského podniku domnívá nebo má důvod se domnívat, že potravina, kterou dovezl, vyprodukoval, zpracoval, vyrobil nebo distribuoval, není v souladu s požadavky na bezpečnost potravin, neprodleně přistoupí ke stažení dotyčné potraviny z trhu, pokud tato potravina již není pod bezprostřední kontrolou tohoto původního provozovatele potravinářského podniku, a uvědomí o tom příslušné orgány. Jestliže se již produkt mohl dostat ke spotřebiteli, provozovatel účinně a přesně informuje spotřebitele o důvodu jeho stažení, a jeli to nezbytné, převezme zpět od spotřebitelů již dodané produkty, nestačí-li k dosažení vysoké úrovně ochrany zdraví jiná opatření.

Článek 19 odst. 2 nařízení (ES) č. 178/2002**Odpovědnost za potraviny: provozovatelé potravinářských podniků**

Provozovatel potravinářského podniku odpovědný za maloobchodní nebo distribuční činnost, která nemá vliv na balení, označování, bezpečnost nebo neporušenost potraviny, zahájí v mezích své činnosti postupy, jimiž se z trhu stahují výrobky nesplňující požadavky na bezpečnost potravin, a přispívá k bezpečnosti potraviny tím, že předá významné informace nezbytné ke sledování potraviny, přičemž spolupracuje na opatřeních producentů, zpracovatelů, výrobců nebo příslušných orgánů.

O povinnosti informovat spotřebitele mohou být určité nejasnosti v otázkách:

1. **Který provozovatel v rámci distribučních vztahů má toto provést?**
2. **Jakým způsobem toto informování má proběhnout, co je dostačující a co už nikoliv?**
3. **Které konkrétní informace mají být spotřebiteli poskytnuty?**

1. Dotaz

Který provozovatel v rámci distribučních vztahů má informovat spotřebitele, jak požaduje článek 19 odst. 1 nařízení (ES) č. 178/2002?

Odpověď

Obecně platí, že povinnost informovat spotřebitele se vztahuje na všechny články distribučního řetězce, které uvedly nebezpečnou potravinu na trh.

Dle článku 19 odst. 1 nařízení (ES) č. 178/2002 má totiž povinnost informovat spotřebitele o důvodu stažení potraviny, stejně jako povinnost stáhnout potravinu z trhu a uvědomit o tom příslušné orgány (SZPI), provozovatel potravinářského podniku¹, který se domnívá nebo má

¹ Výrobce, zpracovatel, distributor, maloobchodce - viz definice č. 3 odst. 2, 3, 7 nařízení (ES) č. 178/2002

důvod se domnívat, že potravina, kterou dovezl, vyprodukoval, zpracoval, vyrobil nebo distribuoval, není v souladu s požadavky na bezpečnost potravin², pokud tato potravina již není pod bezprostřední kontrolou tohoto původního provozovatele potravinářského podniku³.

Článek 19 odst. 2 nařízení (ES) č. 178/2002 komentují Pokyny Evropské komise k provádění článků 11 (...), 19 a 20 nařízení (ES) č. 178/2002, ze dne 26. 1. 2010 tak, že: „Čl. 19 odst. 2 stanoví požadavek pro provozovatele potravinářských podniků odpovědné za maloobchodní nebo distribuční činnost, která nemá vliv na balení, označování, bezpečnost nebo neporušenost potravin (tj. maloobchodníci a distributoři značkových potravin). Toto ustanovení má zajistit, aby tito provozovatelé potravinářských podniků rovněž hráli úlohu při stahování potravin, která nesplňují požadavky na bezpečnost potravin, z trhu a při předávání příslušných informací. Pokud například výrobce stahuje z trhu / zpětně přebírá potravinu, za níž je odpovědný, musí se v případě potřeby na tomto podílet i distributor a/nebo maloobchodník. Toto ustanovení je rovněž nutí, aby výrobce upozornili na problém související s bezpečností, aby výrobce mohl koordinovat stažení z trhu.“

Ustanovení článku 19 odst. 2 tedy nelze brát tak, že povinnosti maloobchodníka nebo distributora předmětné potraviny nesplňující požadavek na bezpečnost, který nemá vliv na balení, označování, bezpečnost nebo neporušenost potravin, jsou pouze v tomto odstavci, přičemž povinnosti článku 19 odstavce 1 (mimo jiné i informační povinnost ve vztahu ke spotřebitelům) se na ně nevztahují, ale jako stanovení postupu, jak se mají podílet na stahování potravin z trhu, konkrétně tak, že: „...zahájí v mezích své činnosti postupy, jimiž se z trhu stahují výrobky nesplňující požadavky na bezpečnost potravin, (...) spolupracuje na opatřeních producentů, zpracovatelů, výrobců nebo příslušných orgánů.“

Přestože článek 19 odst. 1 klade odpovědnost na všechny provozovatele, kteří potravinu dovezli, vyprodukovali, zpracovali, vyrobili nebo distribuovali (tedy včetně maloobchodníků), ze znění článku 19 odst. 2 je patrné, že pro kategorii provozovatelů, která nemá vliv na balení, označování, bezpečnost nebo neporušenost potravin, je stanovena i jiná sada povinností. Z uvedeného lze dovodit, že za naplnění požadavků čl. 19 odst. 1 jsou primárně odpovědní provozovatelé, kteří mají vliv na balení, označování, bezpečnost nebo neporušenost potravin resp. by vynucování povinnosti podle čl. 19 odst. 1 nemělo tyto provozovatele minout s tím, že již vše bylo zajištěno u maloobchodníka.

Užitečným nástrojem pro posuzování vznesené otázky představují také Vodítka britské Food Safety Agency (FSA)⁴. Podle FSA za situace, kdy prodejci prodávají značkový produkt, který nevyhovuje požadavkům na bezpečnost, je to primárně výrobce nebo dovozce (případně vlastník značky za ní odpovědný) kdo je odpovědný za uvědomění příslušných orgánů a stažení výrobků, případně jeho převzetí zpět od spotřebitelů. Prodejce je povinen poskytnout potřebnou spolupráci (čl. 49⁵ vodítek FSA).

² Nejen nařízení (ES) č. 178/2002, ale i jiná nařízení upravují požadavky na bezpečnost, např. nařízení (ES) č. 1881/2006, kterým se stanoví maximální limity některých kontaminujících látek v potravinách, nařízení (ES) č. 396/2005, o maximálních limitech reziduí pesticidů ...

³ Potravina již není pod bezprostřední kontrolou původního provozovatele - viz bod IV.3.I Čl. 19 odst. 1 poslední dva odstavce odrážky i) Povinnost stáhnout potravinu z trhu Pokynů Evropské komise k provádění článků 11 (...), 19 a 20 nařízení (ES) č. 178/2002, ze dne 26. 1. 2010

⁴ <https://www.food.gov.uk/sites/default/files/media/document/fsa1782002guidance.pdf>

⁵ 49. Where retailers sell a branded product that does not meet the food safety requirements, the manufacturer/importer (or brand owner if they have responsibility for the management of the product) will be responsible for notification and withdrawal/recall, but the retailer is required to co-operate as necessary.

Závěr:

I když se výše uvedená povinnost informovat spotřebitele o stažení nebezpečné potravin z trhu vztahuje na všechny články distribučního řetězce, které uvedly potraviny na trh, je nezbytné vnímat distribuční řetězec jako celek a vyžadovat splnění povinnosti podle čl. 19 odst. 1 nejen po maloobchodníkovi, ale primárně po PPP, který potraviny uvedl na trh jako první (s ohledem na omezenost územní působnosti SZPI lze hovořit pouze o trhu v ČR). Třebaže bude možno předpokládat, že nejúčinnější bude informování spotřebitele prostřednictvím maloobchodníka (přímo na prodejně, současně se stahováním nebezpečné potravin), do procesu stahování a přesného a účinného informování zákazníka by měl vždy být zapojen i dodavatel předmětné potravin, který by se měl ujmout koordinační role i vůči dalším svým odběratelům.

2. Dotaz

Jakým způsobem má informování spotřebitele podle článku 19 odst. 1 nařízení (ES) č. 178/2002 proběhnout, co je dostačující a co už nikoliv?

Odpověď

Za účinné lze považovat jen takové informování spotřebitele, pokud provozovatel využije (všechny / hlavní) komunikační možnosti, jimiž disponuje a které aktivně a běžně používá pro marketingové účely, a tedy je lze pro daný případ právem očekávat, že použity budou, přičemž informace jsou poskytnuty způsobem, že jim je dána prioritní vážnost, a tedy budou účinné. V běžných případech to je: tisková zpráva, tabule na prodejně, cedule na regále u daného druhu potravin, zpráva na internetových stránkách, ústní sdělení personálu, interní rozhlas na prodejně atd.

Na druhé straně při posuzování, zda provozovatel splnil povinnost účinně informovat spotřebitele, je třeba zohlednit přiměřenost informací. Z toho důvodu za dostačující lze obvykle považovat, pokud byla informace zveřejněna alespoň písemně v obchodě na příslušném regále na ceduli u dané potravin, pokud provozovatel vlastní internetové stránky, tak také na internetu, a pokud má interní rozhlas, tak také interním rozhlasem. Ve všech případech však musí být dodržen požadavek „účinnosti“, a to zajistí jen takové zpracování (provedení) informace, které upoutá pozornost stejně efektivně jako srovnatelná reklama.

Co lze tedy považovat za účinné informování?

Především je třeba zohlednit velikost a dosah daného provozovatele, komunikační prostředky, které provozovatel běžně používá pro informování veřejnosti a propagaci svých výrobků (a jimiž tedy běžně disponuje), a velikost šarže (množství jednotlivých balení), které se to týká.

Příklad: malá prodejna s místním dosahem (vesnice, městská část), kterou běžně navštěvuje malý okruh spotřebitelů. Prodejna, nemá vlastní internetové stránky a nevykazuje na internetu žádné aktivity, nemá interní rozhlas atd. V tomto případě bude pravděpodobně úplně dostačovat např. jedna cedule umístěná na prodejně vhodným způsobem, popřípadě navíc ústní sdělení prodavačky.

Příklad: supermarket je součástí řetězce s celorepublikovou působností, přičemž samotná prodejna supermarketu prodává tisíce položek, prodejna je rozlehlá a přichází sem mnoho zákazníků. Řetězec má své internetové stránky, vykazuje další aktivity na internetu, má svůj interní propagační rozhlas atd. V tomto případě lze oprávněně očekávat, že pro účinné informování tyto své technické prostředky aktivně použije. Za neúčinné informování je nutné považovat „varovnou informaci“, která zapadne mezi ostatními. Např., pokud je tato informace na internetových stránkách umístěná v jedné z mnoha záložek a až

po opakovaném prokliknutí; přičemž – naopak - své slevové akce propaguje hned na titulní webové stráně.

Závěr:

Pro účinné informování by měly být v obvyklých případech dostačující ty technické prostředky, které má provozovatel k dispozici, avšak musí být použity účinně. Těmi prostředky jsou písemná sdělení na prodejně, kde potravina byla prodávána, privátní rozhlas na prodejně, internetové stránky provozovatele a sociální sítě, které provozovatel aktivně používá, propagační tiskoviny apod. Pokud takovéto „sdělovací prostředky“ provozovatel běžně užívá, tak spotřebitelé jsou na ně zvyklí a z těchto prostředků informace také očekávají. Je nutno předpokládat, že někteří spotřebitelé sledují jen některé sdělovací prostředky provozovatele, zatímco jiné nikoliv. Jestliže tedy provozovatel disponuje více druhy sdělovacích prostředků (bezpochyby proto, aby propagace byla co nejefektivnější), pak za účinné lze považovat jen takové informování, pokud využije (všechny/hlavní) možnosti, jimiž disponuje a aktivně a běžně používá pro marketingové účely, a které tedy lze pro daný případ právem očekávat, že použity budou, přičemž tyto informace jsou poskytnuty způsobem, že jim je dána prioritní vážnost, to znamená, že musí být schopny upoutat pozornost spotřebitele se srovnatelným důrazem, jak je kladen na reklamní sdělení.

3. Dotaz

Které konkrétní informace mají být spotřebiteli podle článku 19 odst. 1 nařízení (ES) č. 178/2002 poskytnuty?

Odpověď

Musí být sděleny ty informace, které *přesně informují spotřebitele o důvodu stažení*. Z logiky věci vyplývá, že potravina musí být přesně identifikována a musí být sdělen přesný popis důvodu stažení.

Pokud např. bylo u potraviny zjištěno překročení stanoveného limitu určitého pesticidu, nestačí pouze uvést, že „*u potraviny bylo zjištěno chemické nebezpečí*“, nebo „*z důvodu ochrany spotřebitelů stahujeme potravinu*“, to je informace jen obecná. „*Přesný důvod stažení*“ znamená sdělení, že jde o potravinu, která není bezpečná, uvedení konkrétního nedostatku s dostupnými podrobnostmi, např. - že se jedná o pesticid, který pesticid to je a že bylo jeho množství vůči povolené hodnotě několikanásobně překročeno, popřípadě další pro spotřebitele důležité údaje.