

Смирнова Жанна Ильинична, инженер
ФГАНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт молочной промышленности» (Россия, г. Москва)

ЭКСПЕРТНЫЕ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ МАРКИРОВКИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Аннотация. Статья содержит несколько основных правил, которые важно соблюдать при разработке маркировки пищевого продукта. Выполнение этих правил, помимо выполнения обязательных требований регламентов, поможет разработчикам технической документации и изготовителям продукции спроектировать информацию для потребителя таким образом, чтобы к ней не возникло претензий как от торговых и проверяющих организаций, так и от потребителей.

Ключевые слова: маркировка, технические регламенты, технические документы.

Smirnova Zhanna Ilyinichna, engineer
All-Russian Dairy Research Institute (Russia, Moscow)

THE EXPERT REPORTS RELATED TO FOOD PRODUCTS MARKING

Abstract. The article includes several basic rules which should be strictly followed during the development of food product marking. The fulfilment of these rules besides effecting the required regulatory demands will help the creators of the technical documentation and the product producers to project the information for consumers in such manner that they will not receive the claims from the trade and auditing organizations as well as from consumers.

Key words: marking, technical regulations, technical documentation.

Консультирование специалистов предприятий и организаций, в том числе по разработке маркировки их продукции, осуществляется нашими экспертами на постоянной основе и практически со дня образования лаборатории стандартизации, метрологии и патентно-лицензионных работ. Каким образом внедрить новые требования законодательных и нормативно-правовых актов, как разработать и оформить техническую документацию, как построить наименование продукта и спроектировать его маркировку в целом – вот приблизительный круг вопросов, с которыми к нам обращаются. Одним из наиболее проблемных направлений является разработка обязательной и дополнительной информации для потребителя при маркировке пищевой продукции. Поскольку маркировка – это, прежде всего, информационная безопасность потребителя, при её разработке необходимо учитывать

требования национального законодательства, нормативно-правовых актов и стандартов, т.е. требования всего комплекса документов РФ, ТС и ЕАЭС. Такой системный подход был применён нами в своё время при разработке (в составе рабочей группы) и внедрению в молочную отрасль первого в своем роде стандарта⁷ с требованиями к информации для потребителя. Для практической помощи изготовителям в срочном порядке был составлен справочник с примерами этикетных надписей [1], опубликовано в профильных журналах несколько специальных статей разъяснительного характера [2], а впоследствии выпущены соответствующие учебные и методические пособия [3,4]. С образованием Таможенного и Евразийского экономического союзов на территориях, входящих в них стран стали действовать единые требования к пищевой продукции, в том числе к ее маркировке. Введение в действие целого комплекса документов межгосударственного уровня – сложнейший процесс. Количество обращений за консультационной и экспертной помощью увеличилось в несколько десятков раз. По результатам анализа нашей деятельности, было определено, что помимо «сухих» требований, прописанных в стандарте или в регламенте, нужны наглядные примеры, комментарии и иллюстрации практически к каждому элементу маркировки. С целью такого же экспертного решения проблемы была разработана методика проектирования информации для потребителя о молочной продукции. Предложенный в этой работе подход и алгоритм универсальны для всех отраслей пищевой промышленности [5]. Большое практическое значение для предприятий имеют примеры маркировки в технических документах, разрабатываемых квалифицированными специалистами подразделений нашего института практически на весь ассортимент молочной продукции (за исключением мороженого, сыра и сливочного масла) [6-8]. Все это весьма существенно помогает изготовителям не только выполнять требования регламентов, но и грамотно представить информацию о своём продукте на упаковке (этикетке).

На протяжении последних нескольких лет при проверке и экспертизе макетов потребительской, групповой и транспортной упаковки, проектов технических документов предприятий на молочную продукцию и на пищевые продукты других отраслей, были выявлены и обобщены ошибки, допускаемые изготовителями при разработке информации для потребителя, с одной стороны, с другой – претензии торговых организаций, контролирующих органов, органов по сертификации и потребителей [9-11]. Проанализировав причины возникновения таких ошибок и претензий, были сформированы экспертные решения и рекомендации для их устранения. А поскольку проблемы затрагивали практически все элементы маркировки, было принято решение систематизировать их и представить для каждого вида молочной продукции отдельно. Материалы были оформлены в виде научно-практического издания –

⁷ ГОСТ Р 51074-97 «Продукты пищевые. Информация для потребителей. Общие требования».

Монографии, включающей все регламентированные требования к маркировке, предложения по её размещению на различных типах и видах упаковки, примеры этикетных надписей всего ассортимента молочной продукции и несколько уточнений рекомендательного характера. В 2013 году было выпущено первое издание Монографии [12]. А в 2018 году – уже третье актуализированное издание книги, в которое вошли новые изменения в регламенты и сведения о новых документах различного уровня, так или иначе затрагивающих требования к маркировке [13,14].

За консультациями обращаются сотрудники не только молочных предприятий, но и других пищевых производств, органов сертификации, торговых организаций и организаций-импортеров. Наша задача обратить их внимание, что информация для потребителя о пищевой продукции должна рассматриваться не как самостоятельный объект, а как объект всей системы технического регулирования РФ и ЕАЭС в целом – от разработки документов на продукты до дизайна упаковки, от требований национальных стандартов и регламентов до правил оформления деклараций. Консультации построены таким образом, чтобы максимально подробно рассмотреть все регламентированные и стандартизированные требования, сообщать о проектах изменений в них. Помимо этого, предупредить обо всех претензиях, известных на данный момент. Такой подход позволяет изготовителям и всем заинтересованным лицам всесторонне обсудить не только всеобщие проблемы и получить экспертную помощь в целом, но и квалифицированные ответы на любые вопросы по маркировке, в частности.

Рассмотрим несколько правил, которые мы предлагаем разработчикам технической документации и изготовителям продукции для проектирования информации для потребителя таким образом, чтобы она соответствовала/не противоречила регламентированным требованиям, чтобы она была корректна, и чтобы к ней в итоге не возникло обоснованных претензий.

Правило №1

Необходимо соблюдать требования всех регламентов (горизонтальных и вертикальных), которые распространяются на конкретный продукт, требования стандартов (ГОСТ вида ОТУ или ГОСТ вида ТУ) – при наличии, метрологические правила и правила русского языка (или языков стран-членов ЕАЭС).

Применим это правило к построению наименований трех видов йогурта с одним и двумя немолочными компонентами (наполнителями и ароматизаторами) или без них. Рассмотрим, требования каких документов необходимо при этом учесть. Во-первых, наименования не должны противоречить ГОСТ вида ОТУ на йогурты (ГОСТ 31981-2013), во-вторых, безусловно – правилам построения наименований, установленным в ТР ТС 022 и ТР ТС 033. Если в йогурте есть немолочные пищевые продукты, то наименования таких компонентов должны соответствовать регламенту или стандарту, а если таковые отсутствуют, то общим требованиям к построению наименований пищевых продуктов.

ЧАСТАЯ ОШИБКА В НАПИСАНИИ НАИМЕНОВАНИЯ

Если в ТУ (СТО), в декларации и на этикетке написано – ЙОГУРТ с массовой долей жира 2,5 %, то это не верно по следующим причинам:

- наименование должно состоять из понятий Раздела II ТР ТС 033/2013 (см. п. 69) – никакой массовой доли жира в этой статье нет;
- массовая доля жира – отдельный элемент маркировки (см. п. 86, а и б);
- не грамотно. Верно говорить так – Массовая доля жира йогурта 2,5 % или Йогурт массовой долей жира 2,5 %.

Поэтому верное наименование продукта в данном случае – ЙОГУРТ.

Пример построения наименований видов йогурта в зависимости от вносимых компонентов:

- *йогурт* – для вида продукта без наполнителя;
- *йогурт с клубникой* – для продукта с наполнителем, содержащем ягоды клубники в целом или в измельченном виде;
- *йогурт с клубничным соком* (или – *с соком из клубники*) – в данном случае необходимо учитывать и требования к наименованию компонента, а именно вертикального регламента на соковую продукцию;
- *йогурт с клубникой и ароматом ананаса* – для продукта с наполнителем, содержащем ягоды клубники в целом или в измельченном виде, и с ароматизатором, передающим аромат ананаса.

Во втором и третьем примере применяем дополнительные требования ТР ТС 033 к построению наименований молочного составного продукта, в четвёртом – дополнительно требования ТР ТС 022 к построению наименования продукта с ароматизатором.

Применимы ли знаки препинания в наименовании? Сложносоставные наименования продуктов указывают без запятых, например, *Напиток йогуртный с клубникой пастеризованный*. Исключительные случаи приведены в статье 2 ТР ТС 033 для продуктов, произведённых по какой-либо технологии. Однако в случае, если в продукт вносится три и более компонентов, то в его наименовании перечисления приводим через запятую, последнее – через союз «и», например, *Йогурт с клубникой, малиной и ароматом ананаса*.

Если изготовитель использует в качестве компонентов какие-либо наполнители с собственными придуманными названиями, то наименование компонента и его придуманное название можно включить в наименование готового продукта, например, *Йогурт с наполнителем «Клубника»*. В таком случае документальным подтверждением наименования будет не только ТУ или СТО на йогурт, но и декларация поставщика наполнителей.

В данном случае в ТУ или СТО необходимо предусмотреть такую форму записи наименования йогурта с наполнителем, имеющим собственное придуманное название, например, таким образом: «Допускается включать в наименование продукта наименование и придуманное название вносимого компонента в соответствии с документами поставщиков».

Если изготовитель планирует присвоить продуктам (в нашем случае – йогуртам) придуманные названия, то в определенных случаях необходимо учитывать компонентный или сырьевой состав каждого вида, например, в таких:

- для Йогурта с клубникой – «Клубника», «Клубничный», «Клубничка», «Ягодный», «Клубничная сказка» и т.д.;

- для Йогурта с клубникой и ароматом ананаса – «Клубника-Ананас».

Придуманное название «Сливочный» может быть присвоено Йогурту с ароматом или со вкусом сливок, то есть в его составе есть соответствующий компонент - ароматизатор. Но если на этикетке (упаковке) указано – *Йогурт сливочный*, то понятие *сливочный* является частью наименования и означает, что такой продукт состоит преимущественно из сливок (статья 2 ТР ТС 033). Этот вид продукта прописывают в разделе ТУ или СТО, например, так:

«В зависимости от сырьевого происхождения йогурт выпускают следующих видов – сливочный и молочный».

Придуманные названия могут не отражать состав продукта (статья 2 ТР ТС 022), также они могут быть записаны латиницей, например: общее для всех видов Йогурта (без наполнителя или с наполнителем) – «Зимняя сказка», «Белые ночи», «White night» (с учетом того, что они на запатентованы).

Придуманное название могут включать слова, буквы и цифры. Например, для йогурта с более высокими показателями качества, чем в ТР ТС 033 или в ГОСТ 31981 – «Супер», «Luxe». Или в соответствии с рецептурой - «Рецепт № 5».

Как мы видим из приведённого примера, для составления только наименования продукта необходимо тщательно изучить требования, по крайней мере, двух регламентов, а для молочного составного – трёх, и стандарта на такой продукт. Присвоенное продукту придуманное название может повлечь патентный поиск.

Не менее важно при составлении текстовой части маркировки соблюдать правила метрологии и русского языка. Вот несколько наиболее часто встречающихся ошибок и неточностей:

- Единицы измерения пишем сокращенно. Между показателем и единицей измерения всегда оставляем пробел:

Масса нетто 200 г

Объем 200 мл

Массовая доля жира 3,2 %

Не верно - *200 гр., 200 грамм, 200г*

- Не переносим единицу измерения на следующую строку – не «отрываем» от показателя. Это замечание относится и к другим элементам маркировки – перенос одного элемента (как части одного предложения) на другую строку затрудняет прочтение. Иногда текст «разрывают» ради симметричного расположения, что тоже некорректно.

- При указании значений в виде записи «от ... до ...» (установлено в ТР ТС 033/2013 для продуктов из цельного молока) единицы измерений ставим возле каждого значения:

Хранить при температуре от 2 °С до 8 °С

Массовая доля жира от 3,5 % до 4,5 %

Пищевая ценность 100 г продукта: жир – от 3,6 г до 4,6 г; белок – 3,0 г; углеводы – 4,7 г; энергетическая ценность (калорийность) – от 260,0 кДж до 300,0 кДж (от 60,0 ккал до 70,0 ккал)

• При указании значений в виде диапазона пишем – (цифра пробел тире пробел цифра) пробел единица измерения:

(5 – 10) минут

Хранить при температуре (4 ± 2) °С

• Для обозначения градусов Цельсия применяем специальный символ: °С.

• Десятичные дроби записываем с использованием запятой: *0,5 г*

• После единицы измерения точку не ставим.

• В записи о пищевой и энергетической ценности продукта применяем правило русского языка (родительный падеж), никакие предлоги не используем:

Пищевая ценность (чего?) 100 г продукта

Энергетическая ценность (чего?) 100 г продукта

• Если все показатели целые числа, ноль после запятой можно не указывать. Если один из показателей – дробное число, все остальные указываем в виде дробных. Перечисления указываем через запятую. Если перечисления в свою очередь содержат запятую (в рассматриваемом примере – дробные показатели) – указываем их через точку с запятой:

Пищевая ценность 100 г продукта: белок – 18 г, жир – 28 г, углеводы – 2 г

Пищевая ценность 100 г продукта: белок – 18,2 г; жир – 28,0 г; углеводы – 1,8 г

• Регламентами не предусмотрены никакие сокращения в информации для потребителя на этикетке (упаковке), кроме единиц измерения.

Например, рассматривается как ошибка запись – м.д.ж. 3,2 %

Также может быть претензия от потребителей к записи в рекомендациях по приготовлению запись 1 м.л. вместо 1 мерная ложка.

Правило № 2. Вся информация на этикетке, даже рекламного характера, должна быть достоверна и документально подтверждена.

Многие изготовителем размещают на упаковке своего продукта различную дополнительную информацию. Это допускается регламентами, но некоторых случаях возникают претензии, поэтому так важно подготовить документальное подтверждение. В каких? Например, для записи «Теперь в 2 раза больше фруктов» потребуется предоставить прежнюю и новую рецептуру. К размещаемым на упаковке наградам необходимо иметь сопроводительные документы и оригиналы наград. В некоторых случаях достаточно соответствующей записи в документе на продукт (ТУ или СТО). Рекламные надписи или значки – Без ГМО, Без консервантов, Без сухого молока и т.п. должны быть подтверждены протоколами испытаний или иными документами.

Правило № 3. Ещё одно важное правило, на которое хотим обратить внимание – все изображения пищевых продуктов должны быть обоснованы составом основного продукта.

Несмотря на то, что такое требование установлено в ТР ТС 022, в 50 % случаев при проверке или экспертизе макетов упаковки встречается его несоблюдение. Например, на упаковке плавленого сыра может быть изображён

вносимый компонент (ветчина или грибы), а изображение основного продукта или сырья, из которого он получен, отсутствует. Это, безусловно, препятствие выбору потребителя.

В некоторых случаях изготовители украшают изображение своего продукта различными травами, фруктами или ягодами. При этом в составе они отсутствуют или отсутствует ароматизатор, передающий аромат и/или вкус изображённого продукта. Такое изображение не соответствует требованиям и допущению ТР ТС 022, что тоже относится к введению потребителя в заблуждение, а упаковка не может быть использована.

Много нареканий к разъясняющим надписям к изображениям. Достаточно часто встречается запись «Вариант сервировки». Такая сопроводительная надпись к изображению пищевых продуктов не корректна. Глагол *сервировать* означает – правильно подготовить стол к трапезе, то есть накрыть скатертью или только салфетками, в соответствующем порядке разложить столовые приборы и расставить посуду, поставить свечи или украсить цветами в зависимости от времени суток. *Сервировка* – отглагольное существительное и, как и сам глагол *сервировать*, никакого отношения к пищевым продуктам не имеет, а значит не может являться сопроводительной надписью к изображению пищевых продуктов.

Выводы.

Одной из причин того, что в настоящее время в маркировке, несмотря на регламентированные требования, наличествуют ошибки или она составлена не корректно, является, на наш взгляд, сокращение числа специалистов и экспертов по стандартизации. Такое сокращение может быть связано и с уровнем подготовки в учебных учреждениях, и с экономическими проблемами. Так на некоторых предприятиях функции специалистов по стандартизации возложены на других сотрудников, например, на технологов или маркетологов. Отсутствие квалифицированных кадров неизбежно сказывается на качестве маркировки. Параллельно возросла потребность в консультации у экспертов нашей лаборатории и других подразделений института.

При выполнении всех требований регламентов и вышеперечисленных правил, а также при самостоятельном отслеживании всех изменений в нормативно-законодательной базе, изготовитель сможет обеспечить информационную безопасность потребителей, избежать возможных претензий к маркировке своей продукции, и, соответственно штрафных санкций. Ведь одна незначительная, на первый взгляд, ошибка может повлечь утилизацию всей партии упаковки, а иногда и партии готового продукта, а одно неверное решение – потерю репутации предприятия.

Список литературы

1. Макеева И.А., Гераймович О.А. Молочная продукция. Этикетные надписи: справочник. М.: МИКЦ Молинформ, 1998. 66 с.
2. Гераймович О.А., Макеева И.А. О маркировке молочной продукции // Молочная промышленность. 1998. № 1. С. 8-11.

3. Макеева И.А., Дунченко Н.И., Белякова З.Ю. Технология разработки стандартов и нормативной документации: методические указания // М-во сельского хоз-ва Российской Федерации, Российский гос. аграрный ун-т - МСХА им. К. А. Тимирязева, Технологический фак., Каф. "Упр. качеством и товароведение продукции". М.: Изд-во РГАУ-МСХА, 2016. 28 с.

4. Дунченко Н.И., Макеева И.А., Белякова З.Ю., Пряничникова Н.С., Гинзбург М.А., Михайлова К.В. Техническое регулирование в пищевом производстве: учебное пособие // М.: ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА им. К.А.Тимирязева, 2016. 89 с.

5. Рожина Н.В. Разработка методики проектирования информации для потребителя на молочную продукцию: дис. ... кандидата тех. наук. Москва, Московский государственный университет прикладной биотехнологии. 2011. – 125 с.

6. Просеков А.Ю., Ульрих Е.В., Кригер О.В., Бабич О.О., Будрик В.Г., Ботина С.Г., Агаркова Е.Ю. Разработка технологии получения мусса молкосодержащего – нового гипоаллергенного функционального продукта // Фундаментальные исследования. 2012. № 11-4. С. 942-946.

7. Рязанцева К.А., Агаркова Е.Ю., Кручинин А.Г., Золотарёв Н.А., Федорова Т.В. Создание функционального творожного мусса, обогащенного биологически активными гидролизатами сывороточных белков молока // Материалы Всероссийской конференции молодых ученых с международным участием «Актуальные вопросы нутрициологии биотехнологии и безопасности пищи». 2017. С. 217- 220.

8. Рязанцева К.А., Агаркова Е.Ю., Кручинин А.Г. Аэрированные творожные продукты с белковыми концентратами // Молочная река. 2016. № 3. С. 34-35.

9. Макеева И.А., Стратонова Н.В., Малинина З.Ю. Новое в законодательных и нормативных документах // Молочная промышленность. 2012. № 4. С.26-27.

10. Макеева И.А., Стратонова Н.В. Маркировка молочной продукции, реализуемой на таможенной территории Таможенного союза // Молочная река. 2013. № 1 (49). С. 36-37.

11. Макеева И.А., Федотова О.Б. Маркировка упаковки (укупорочных средств) // Молочная промышленность. 2013. № 9. С. 51-52.

12. Макеева И.А., Стратонова Н.В. Маркировка молочной продукции в условиях Таможенного союза. Теория, анализ, практика: монография. М.: ООО «Франтера», 2013. 178 с.

13. Федотова О.Б. Маркировка упаковки для молочной продукции. Требования Технического регламента и комментарии к ним // Молочная промышленность. 2018. № 6. С. 12-14.

14. Федотова О.Б. О проблемах маркировки некоторых упаковочных материалов для молочной продукции // Молочная промышленность. 2019. № 1. С. 12-19.