

**Кодекс за етикетиране и маркетинг на енергийни напитки, приет от Общото събрание на АПБНБ на 28 април 2011 г. и актуализиран с Решение на Общото събрание на 25.04.2013 г.**

## **ВЪВЕДЕНИЕ**

Асоциацията на производителите на безалкохолни напитки в България (АПБНБ) представлява голяма част от индустрията за безалкохолни напитки в страната, обединявайки по-големи и по-малки производители на безалкохолни напитки – газирани и негазирани напитки, плодови сокове и нектари, готови за пиене чайове, спортни и енергийни напитки, бутилирани води, както и редица производители и вносители на опаковъчни материали и на суровини за производството на напитки.

Производителите на безалкохолни напитки в България съзнават, че начинът на живот и характерът на потреблението са въпроси на личен избор и лична отговорност. На енергийните напитки не са присъщи качества, които обосновават регулиране, различно от всички други безалкохолни напитки. Асоциацията се придържа към приетия принцип да играе активна роля в подпомагането на потребителите да правят информиран избор, като поощрява търговските комуникации и продажбените практики да се придържат към принципите на настоящия Кодекс. Този Кодекс е в пълно съответствие с духа на Кодекса на UNESDA, приет от Борда на директорите през декември 2010 г. и актуализиран от него на 25 май 2012 г.

Този кодекс се отнася до етикетирането и промоцията на напитки с високо съдържание на кофеин, в съответствие с Директива 2002/67/ЕС, Регламент 1169/2011 и както е описано от Научния комитет по храните<sup>(1), (2) и (3)</sup>. В България тази Директива е транспонирана в Наредбата за изискванията към етикетирането и представянето на храните, приета с ПМС 136 от 2000 г. и последно изм., бр. 42 от 5.06.2012 г.

За целите на настоящия Кодекс терминът “енергийни напитки” ще бъде използван за тези напитки, в които има високо съдържание на кофеин.

Енергийните напитки са функционални напитки със стимулиращ ефект и уникална комбинация от характерни съставки, включително кофеин, таурин, витамини и други вещества с хранителен или физиологичен ефект. Енергийните напитки се продават повече от 20 години и се консумират безопасно от потребителите в световен мащаб. Безопасността на основните им съставки е оценена и потвърдена от Европейския орган за оценка на риска (3) и (4). Енергийните напитки представляват само около 1% от общите продажби на пазара на безалкохолни напитки в Европа<sup>(5)</sup>. В България тяхната консумация е още по-незначителна - едва 0,39% от общите продажби на безалкохолни напитки<sup>(6)</sup>.

Европейската организация на производителите на безалкохолни напитки (UNESDA), Асоциацията и нейните членове отчитат публичните дискусии относно предлагането на пазара на енергийни напитки и тяхното подходящо потребление. Европейската безалкохолна индустрия, част от която са членовете на Асоциацията, припознава своята отговорност да играе позитивна роля в

дискусиите и да търси прилагането на координиран подход. В тази връзка АПБНБ и нейните членове се ангажират със спазването на разработения и приет от UNESDA Кодекс за етикетиране и маркетинг на енергийни напитки, който допълва общия Кодекс за отговорни търговски комуникации и практики за продажба на безалкохолни напитки <sup>(7)</sup>.

При етикетирането и предлагането на пазара на енергийни напитки членовете на Асоциацията се ангажират да се придържат към тези, надвишаващи приложимото законодателство, принципи, като по този начин насочват потребителите към отговорна и умерена консумация. Настоящият Кодекс има за цел да установи минимален стандарт на индустрията относно етикетирането и предлагането на пазара на енергийни напитки. Това не ограничава отделни членове на Асоциацията да прилагат още по-строги принципи.

Доброволните принципи на настоящия Кодекс пораждаат незабавни действия след приемането му и ще бъдат изцяло прилагани от членовете на Асоциацията. Задължителните изисквания на Регламент 1169/2011 ще бъдат прилагани при спазване на съответните негови разпоредби, вкл. тези постановяващи срокове за влизане в сила.

## **ПРИНЦИПИ ЗА ЕТИКЕТИРАНЕ НА ЕНЕРГИЙНИ НАПИТКИ**

В допълнение към съответствието с Регламент 1169/2011, който изисква етикетът на продукта да включва текст "Високо съдържание на кофеин. Не се препоръчва за деца, бременни или кърмещи жени", разположен в същото зрително поле, в което е разположено наименованието на напитката, последвано от съдържанието на кофеин, изписано в скоби,

и

в съответствие с изискването на чл. 13, параграф 1 на Регламента по отношение на съдържанието на кофеин, изразено в мг / 100 мл,

в случаите когато напитката съдържа кофеин повече от 150 мг/л, членовете на Асоциацията ще се придържат към следните насоки, свързани с етикетирането на енергийните напитки:

- Етикетите на енергийни напитки няма да съдържат текст, който да насърчава смесването им с алкохол при тяхната употреба и няма да има в тях никакви твърдения, че консумацията на алкохол заедно с енергийните напитки неутрализира ефекта от алкохола.
- Етикетите на енергийните напитки ще включват препоръка "Консумирай умерено".
- Етикетите на енергийните напитки ще включват препоръка "Не се препоръчва за деца, бременни жени и лица, с повишена чувствителност към кофеина".
- Етикетирането на енергийни напитки ще отговаря на принципите за продажби и маркетинг, както е посочено по-долу.

## ПРИНЦИПИ ЗА ПРОДАЖБИ И МАРКЕТИНГ НА ЕНЕРГИЙНИ НАПИТКИ

Членовете на Асоциацията ще се придържат към следните насоки, свързани с продажбите и пускането на пазара на енергийни напитки:

- Както при всички други продукти в обхвата на мисията и поетите ангажименти от Асоциацията, няма да се правят никакви търговски съобщения, свързани с енергийните напитки, във медийни предавания с аудитория, повече от 35% от която е под 12 годишна възраст;
- Когато се популяризират ползите от енергийни напитки и техните съставки няма да се отправят никакви претенции, свързани с употребата на алкохол заедно с енергийни напитки;
- Енергийните напитки са функционални напитки, а не спортни напитки. Въпреки че нормалната консумация на енергийни напитки осигурява вода за тялото, те няма да бъдат продавани като спортни напитки, които допринасят за рехидратацията<sup>(8)</sup>.
- Интернет реклами или брошури на производителите ще предоставят пълна информация за потребителите относно енергийните напитки, за тяхното отговорно потребление и за техните характерни съставки, включително как съдържащият се в тях кофеин се отнася към други храни и напитки, съдържащи кофеин;
- Образци от енергийни напитки няма да се поставят в непосредствена близост до основни и средни училища или други институции, като акт на грижа към тази възрастова група.

---

(1) Директива 2002/67/ЕС от 18 юли 2002 относно етикетването на храни, съдържащи хинин и храни, съдържащи кофеин

(2) Регламент (ЕС) № 1169/2011 на Европейския парламент и на Съвета за предоставянето на информация за храните на потребителите

(3) SCF(1999). Становище на Постоянния комитет по храните относно кофеин, таурин и D-глюкуронолактон, основни съставки на така наречените "енергийни" напитки, прието на 21 януари 1999 г.

(4) Научно становище относно използването на таурин и D-глюкуронолактон в енергийните напитки, предоставено по искане на Комисията, от Експертната група по добавки в храните и източници на хранителни вещества, добавени към храните, (прието на 15 януари 2009г.)

(5) Статистически данни от изследване на Canadean за пазара на безалкохолни напитки в Европа.

(6) Годишен отчет на АПБНБ "Производство и потребление на безалкохолни напитки – 2012"

(7) Кодекс на АПБНБ за отговорни търговски комуникации и практики за продажбата на безалкохолни напитки, приет през ноември 2009 г.

(8) Спортни напитки, както е определено в Директива 2009/39/ЕС, могат да съдържат допълнително кофеин като функционална съставка, за да постигнат основната си цел, предоставяйки течности и електролити за индивиди, подлагащи се на интензивно мускулно натоварване.