

**Кодекс за етикетиране и маркетинг на енергийни шотове, приет от 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 предлагането на пазара на Енергийни шотове. Енергийните шотове са напитки, с високо съдържание на кофеин, предлагани на пазара в малки по обем опаковки, като „хранителни добавки“ в съответствие с Директива 2002/46/ЕС за хранителните добавки⁽¹⁾. В България тази Директива е транспонирана в Наредба № 47 за изискванията към хранителните добавки, издадена от министъра на здравеопазването, обн., ДВ, бр. 5 от 14.01.2005 г., посл. изм., бр. 90 от 16.11.2010 г. Тяхното предназначение е да допълнят нормалното хранене и са концентрирани източници на хранителни вещества и други субстанции с хранителен или физиологичен ефект. Енергийните шотове могат да съдържат кофеин, таурин, витамини и други вещества с хранителен или физиологичен ефект. Безопасността на техните основни съставки е оценена и потвърдена от Европейските институции по оценка на риска^{(2), (3)}.

Европейската организация на производителите на безалкохолни напитки (UNESDA), Асоциацията и нейните членове отчитат публичните дискусии относно предлагането на пазара на енергийните шотове и тяхното подходящо потребление. Енергийните шотове са нова категория продукти и техните производители приемат своята отговорност, като играят конструктивна роля в дискусиите и в търси прилагането на координиран подход превишаващ спазването на приложимите законови разпоредби. В тази връзка АПБНБ и нейните членове се ангажират със спазването на разработения и приет от UNESDA Кодекс за етикетиране и маркетинг на енергийни шотове, който допълва общия Кодекс за отговорни търговски комуникации и практики за продажба на безалкохолни напитки⁽⁴⁾.

Асоциацията и нейните членове приемат необходимостта да информират потребителите за естеството на Енергийните шотове като концентрирани напитки, което обстоятелство на пръв поглед може да не бъде забелязано отчитайки факта, че става въпрос за нова продуктова категория, която е със силно ограничено към момента присъствие на националния пазар. При етикетирането и предлагането на пазара на енергийни шотове 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 стриктен, минимален стандарт на индустрията относно етикетирането и предлагането на пазара на енергийни шотове. 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 ⁽⁵⁾ ще бъдат прилагани при спазване на съответните негови разпоредби, вкл. тези постановяващи срокове за влизане в сила.

ПРИНЦИПИ ЗА ЕТИКЕТИРАНЕ НА ЕНЕРГИЙНИ ШОТОВЕ

В допълнение към съответствието с:

Директива 2002/46/ЕС⁽¹⁾ която поставя изискване за включване на следната информация на етикета:

- наименованието на категориите хранителни вещества или субстанции, характеризиращи продукта или указание за естеството им,
- препоръчваната доза от продукта за дневен прием,
- предупреждение да не се превишава препоръчваната дневна доза,
- предупреждение продуктът да не се използва като заместител на разнообразното хранене,
- предупреждение продуктът да се съхранява на място, недостъпно за малки деца;

и

Регламент 1169/2011, който изисква етикетът на продукта да включва текст "Високо съдържание на кофеин. Не се препоръчва за деца или бременни 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 mg /на порция, съгласно препоръчаната доза за дневен прием на етикета,

Членовете на Асоциацията ще се придържат към следните насоки, свързани с етикетирането на енергийните шотове:

- Етикетите на енергийни шотове 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.
- Етикетирването на енергийни шотове ще отговаря на принципите за продажби и маркетинг, както е посочено по-долу.

ПРИНЦИПИ ЗА ПРОДАЖБИ И МАРКЕТИНГ НА ЕНЕРГИЙНИ ШОТОВЕ

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

- Енергийните шотове са създадени да удовлетворят потребности на потребители над 18 годишна възраст и техният състав е съобразен с това.
- Предлагането на пазара на Енергийни шотове е насочено към възрастни. То включва използването на традиционните и он-лайн реклами (телевизионни, радио, в печатни средства и електронни медии) както и промоции на пазара (напр. предоставяне на рекламни образци и дегустации на местата на продажба). В съответствие с поетите ангажименти от Асоциацията по отношение на рекламата и търговските съобщения, насочеността на маркетинга на енергийните шотове трябва да е фокусирана върху потребителската група, а не върху съдържанието на продукта.
- Енергийните шотове се предлагат в опаковки с вместимост не по-голяма от 100 ml ⁽⁶⁾.
- Когато се популяризират ползите от енергийните шотове и техните съставки няма да се отправят никакви претенции, свързани с употребата на алкохол заедно с енергийни шотове. В допълнение, продажбите на Енергийни шотове заедно с алкохол няма да бъде промотирана при предлагането им в заведения като клубове, дискотеки, барове, където консумацията на алкохолни напитки е по-вероятна от тази в други канали на дистрибуция.
- При отсъствие на национални изисквания, съставът на Енергийните шотове и тяхното етикетирване ще бъде разработено и представено по начин, който да ограничава дневния прием на кофеин от тези напитки до 160 mg (от всички източници на кофеин, които се съдържат в продукта) ⁽⁷⁾. Това се постига посредством отчитането на съдържанието на кофеин за опаковка в комбинация с отбелязване на етикета на следната информация:
 - а) препоръчваната доза от продукта за дневен прием, изразена на порция, и
 - б) предупреждение да не се превишава препоръчваната дневна доза ⁽⁸⁾.
- Производителите ще отправят следните препоръки към търговците на дребно:
 - а) да разполагат Енергийните шотове на или в близост до щандове, които са под наблюдение на персонала на магазина,
 - б) да не разполагат Енергийни шотове в близост до играчки или лакомства, специално предназначени за деца,

в) да не разполагат Енергийните шотове до енергийни напитки, за да се разграничат двете категории напитки,

г) да разполагат Енергийните шотове на места, предназначени за хранителни добавки, ако такива са специално определени в търговските обекти.

- Интернет реклами или брошури на производителите ще предоставят пълна информация за потребителите относно енергийните шотове, 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 предоставят и рекламират в непосредствена близост до основни и средни училища или други институции, като акт на грижа към тази възрастова група, както и в други канали за дистрибуция и мероприятия, специализирани за деца.

(1) Директива 2002/46/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 10 юни 2002 относно сближаването на законодателството на държавите членки по отношение на хранителните добавки

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

(3) Научно становище относно използването на таурин и D-глюкоронолактон 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.) The EFSA Journal (2009) 935, 1-31.

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

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

(6) Енергийните шотове с нетни количества не по-големи от 100 ml ще доставят по-малко от 5% от дневната доза течности необходима за възрастен човек. По този начин те се разглеждат като концентриран източник на хранителни и други вещества с хранителен или физиологичен ефект. Това ясно ги отличава от безалкохолните напитки, предлагани в по-големи количества, съдържащи повече вода, която допринася в значителна степен за задоволяване на дневните потребности на потребителите от течности.

(7) Здравните власти по света определят като допустим дневен прием на кофеин не повече от 300-400 mg за здрави възрастни хора. Препоръката да не бъде приеман кофеин в дози, по-големи от 160 mg дневно чрез Енергийни шотове, отчита че тези напитки са добавки, допринасящи в минимална степен за приема на течности и че кофеин може да бъде приеман и от други източници като кафе, чай, енергийни напитки, колови напитки, напитки, съдържащи какао или шоколад. Ограничаването на консумацията на кофеин от Енергийни шотове е предпазна и отговорна мярка за тази нова категория продукт, осигурявайки не повече от 40-50% дял в допустимия дневен прием на кофеин. Същевременно, то отчита, индивидуалната чувствителност към кофеин и други фактори, напр. телесно тегло, както и че прием на дози от 40-60 mg кофеин е с благоприятно въздействие, а странични ефекти са наблюдавани при еднократен прием на 200 и повече милиграма.

(8) Съгласно изискванията на чл.6, параграф 3, букви б) и в) на Директива 2002/46/ЕС.