



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 от 25.04.2013 г.

(Версия 3 с редакционни адаптации представени на ОС от 19.01.2018)

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 и разпоредбите на Кодекса на UNESDA, приет от Борда на директорите през декември 2010 г. и актуализиран от него на 25 май 2012 г., 19 октомври 2016 и 24 ноември 2017.

Този кодекс се отнася до етикетирането и промоцията на напитки с високо съдържание на кофеин, в съответствие с Регламент 1169/2011ⁱ. В България акт по прилагането на Регламента е Наредбата за изискванията към етикетирането и представянето на храните, приета с ПМС № 383 от 4.12.2014 г., изм., бр. 17 от 23.02.2018 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 25 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^{ii,iii}. Енергийните напитки представляват само около 1,9 % от общите продажби на пазара на безалкохолни напитки в

Европа^{iv}. В България тяхната консумация е още по-незначителна - около 1 % от пазара на безалкохолни напитки.

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^v.

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 се прилагат цялостно 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

Членовете на АПБНБ спазват стриктно 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

изискването на чл. 13, параграф 1 на Регламента по отношение на изписването на съдържанието на кофеин, изразено в mg на 100 ml.

В допълнение към цитираните по-горе законови изисквания, в случаите когато напитката съдържа кофеин повече от 150 mg/l, членовете на Асоциацията ще се придържат и 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" или сходна формулировка.
- 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 и UNESDA, 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 напитки за спортисти. Въпреки че нормалната консумация на енергийни напитки осигурява вода за тялото, те няма да бъдат продавани като напитки за спортисти, които допринасят за рехидратацията^{vi};
- Извън етикета, на интернет рекламите или брошурите, индустрията ще предоставя 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;
- Членовете на АПБНБ няма да се занимават с никаква пряка търговска дейност във връзка с енергийните напитки нито в началните, нито в средните училища, включително в поставянето на вендинг автомати;
- 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.

ⁱ Приложение III, точка 4.1. от Регламент (ЕС) № 1169/2011 на Европейския парламент и на Съвета от 25 октомври 2011 за предоставяне на информация за храните на потребителите.

ⁱⁱ Научно становище за безопасността на кофеина, EFSA (ЕОБХ) Панел по Диетични продукти, Хранене и Алергии

https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/scientific_output/files/main_documents/4102.pdf

ⁱⁱⁱ Научно становище на Панела за Добавки в храните и източници на хранителни вещества, добавени към храните по искане на Комисията относно използването на таурин и D-глюкоронолактон като съставки в т.н. "енергийни" напитки, прието на 15 януари 2009г.

^{iv} Статистически данни от изследване на Canadean за пазара на безалкохолни напитки в Европа.

^v Кодекс на АПБНБ за отговорни търговски комуникации и практики за продажбата на безалкохолни напитки, приет през ноември 2009 г.

^{vi} Напитките за спортисти, 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.