

Clean Label – Tiszta címkézés

Ismét egy angol kifejezés, ami az elmúlt években ha nem is a szóhasználat, de annak tartalma alapján egyre nagyobb teret hódít az élelmiszer polcokon és az élelmiszer reklámok körében is – így érdekesnek tartottuk, hogy részletesebben is foglalkozunk vele.

1.) Mit jelent a clean label?

Magyarul "tisza címkézés"nek szokták emlegetni, ami eredeti szándék szerint annyit tesz, hogy egy termék olyan kevés összetevőből áll, amennyire az az adott termék esetén lehetséges, továbbá ezen összetevők is elsősorban olyanok, amelyek az egészség számára kedvezőknek tekintettek és saját maguk is használnánk, ha a terméket a saját konyhánkban készítenénk el.

2.) Mik a jellemzőik a clean label termékeknek?

A clean label termékek leírásából már következik, hogy azok összetevőinek listája rövid, átlátható és könnyen érthető.

A clean label alapvető célja, hogy természetes alapanyagokból álló termékeket jelöljön és ilyen termékeket is sugalljon a fogyasztók számára. - azaz főként az egészségtudatos fogyasztók számára nagy jelentősége van a megvásárolandó termékek kiválasztásában,

3.) A clean label, mint reklám

Tekintettel arra, hogy a clean labelling arra utal, hogy a terméke bizonyos összetevőktől – mesterséges anyagoktól – mentes, így jelentős reklámereje van; és pl. vannak olyan márkák, amelyek az összetevők listáját a csomagolás elejére is felnyomtatják.

4.) Clean label "trükkök"

Mivel a clean label termékek nem tartalmaznak az egészségre esetlegesen kétséges hatás gyakorló összetevőket, így ez nagy piaci potenciállal rendelkezik, ezért a gyártók a termékek csomagolásán szereplő feliratokkal manipulálni is igyekeznek a vásárlót.

Számos termék csomagolásán olvasható így, pl. hogy valamitől „mentes” – pl. ízfokozótól vagy mesterséges adalékanyagoktól, színezéktől.

Ezek a kijelentések meg is felelhetnek a valóságnak, ugyanakkor a probléma velük, hogy a fogyasztók nincsenek tisztában az adott termékre vonatkozó élelmiszerjogi előírásokkal – azaz, bár pl. valóban mentes a termék a megjelölt összetevőtől, de ez adódhat abból is, hogy a termék nem is tartalmazhat ilyet.

Ebből következik, hogy az adott termék ezzel „mentességgel” bár azt sugalja, hogy egy magasabb minőségű termékről van szó, ami tisztább és jobb az egészségnek, ugyanakkor csupán a jogszabályi előírásokat követi ezzel a gyártó, azaz semmivel nem nyújt többet a termék, mint hasonló társa, amelyen ugyanakkor a gyártó – igazából korrekt módon – nem használja a kifejezéseket.

5.) Vonatkoznak jogi előírások a clean labellingre?

Közvetlenül nem – áttételesen igen.

Lényegében ez által egy pozitív tartalmú megjelölés a vásárló fogyasztóvédelmi szempontból hátrányos befolyásolására, illetve megtévesztésére is alkalmas.

Azt, hogy milyen kijelentések alkalmazandók egy termékkel kapcsolatban, részben jogi előírások szabályozzák (pl. cukormentes jelölés), más esetben a gyártóknak figyelemmel kell lenniük azon általános fogyasztóvédelmi előírásra, hogy nem téveszthetik meg a vásárlókat a termék összetételével és minőségével kapcsolatban.

6.) A clean labeling „problematika”

Lényegében, mint láthatjuk, ez által egy pozitív tartalmú megjelölés a vásárló fogyasztóvédelmi szempontból hátrányos befolyásolására is alkalmas.

A gyártók ugyanis sokszor tudatosan egy szürke zónában mozognak, amikor úgy mond „tisztára mossák” a terméket – pl. az, ha egy termék színezéktől (azaz olyan természetes eredetű vagy teljesen mesterségesen előállított adalékanyagtól, amelyet a termék színezésére használnak) mentes, nem jelenti még azt, hogy ne tartalmazhatna színező élelmiszer a termék kívánatosabbá tételére; ugyanakkor sokszor azonban a fogyasztó figyelmének az elvonására alkalmas és vásárláshoz vezet.

Az is előfordulhat, hogy a termék bár egyes összetevőktől mentes, de ez nem zárja ki, hogy az ugyanazon célra használt egyéb összetevőt (pl. a termék ízének fokozására) tartalmaz – egy átlagos fogyasztóban azonban azt a benyomást kelti, hogy teljes mértékben lemond a termék bizonyos tulajdonsággal rendelkező összetevők alkalmazásáról.

Összefoglalva, az átlagos fogyasztót egyes címkézéssel az orránál fogva lehet vezetni, miközben az eladások növekednek.

7.) Ki vállalja a felelősséget?

A termékkel kapcsolatos, fogyasztók felé tett kijelentésekért a gyártó/forgalmazó vállalja a jogi felelősséget.

Ennek megfelelően a terméken alkalmazott clean label fogalma körébe tartozó jelölések is ezen felelősségi körbe esnek.

Reklámozná élelmiszerét? Forduljon élelmiszer-jogász kollégánkhoz segítségért!