



Главный санитарный
врач ФРИО

Константин Кривошенок

Правила маркировки пищевых продуктов

Хочет ли гость ресторана знать о пищевой и энергетической ценности заказанного блюда? Должен ли ресторан информировать гостя о возможном присутствии качественных опасных факторов, например, аллергенов? Практически каждый ресторан непреднамеренно вводит в заблуждение потребителя. Многочисленные меню, сделанные по образцу рекламных брошюр в угоду маркетингу, на самом деле угрожают безопасности и посетителей, и ресторана.

В таких брошюрах написано, что потребитель должен сам проинформировать официанта о возможной аллергии на ингредиенты, содержащиеся в блюде. На самом же деле прямая обязанность ресторана — описать подробный состав блюда, а также его вес, калорийность, содержание в нем белков, жиров и углеводов.

К сожалению, случаев пищевой аллергии у гостей ресторанов с каждым годом становится все больше, и те, кто хоть раз столкнулся с ситуацией вызова бригады «скорой помощи» человеку, отекающему прямо за столиком заведения, кардинально пересматривают свой подход к вопросу информирования гостей.

Маркировка на кухне ресторана

Иногда стандарты ресторана позволяют повару указывать только день изготовления (без месяца и года) и время (с округлением). Например, 24 декабря 2018 года в 13:16 повар нарезал репчатый лук и сделал этикет-пистолетом маркировочный ярлык следующего содержания: 24_13:30 — 25_13:30. Противоречит ли такой способ маркировки санитарным правилам?

С точки зрения системы менеджмента безопасности пищевой продукции, обязательная идентификация продуктов по дате и времени изготовления — важный компонент безопасного питания. В ресторане все пищевые продукты должны сопровождаться необходимой информацией,

чтобы каждый следующий работник, участвующий в пищевой цепи (хранение, приготовление, использование, реализация и т.д.), мог осуществлять рабочие операции с продуктом безопасно и правильно. Представленный в качестве примера вариант маркировки как минимум не позволяет установить ответственное лицо — повара, приготовившего заготовку из нарезанного лука, а также нормативное время и условия хранения заготовки, следовательно, такая маркировка противоречит санитарным правилам СП 2.3.6.1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания по изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья». В правилах написано, что изготовление продукции в заведениях общественного питания должно производиться партиями по мере ее спроса и реализации. Правила устарели, большинство ресторанов, работая с заготовками, использует современные способы продления сроков годности и хранения, например, вакуумные упаковщики и запайщики. Поэтому подготовленные ингредиенты при температуре $+4\pm 2^\circ\text{C}$ могут храниться дольше нормативных 6–12 часов. Однако санитарный врач наверняка обратит внимание на то, что сведения о времени изготовления кулинарного изделия и кулинарных полуфабрикатов должно указываться ежедневно при оценке их качества. Необходимо также маркировать наименование продукции, результаты органолептической оценки, включая оценку степени готовности, время разрешения на раздачу (реализацию), ФИО изготовителя, ФИО проводившего органолептическую оценку (приложение 9 к СП 2.3.6.1079-01).

Санитарные правила не содержат четких требований о наличии маркировочного ярлыка на емкостях с полуфабрикатами, используемых для дальнейшего приготовления блюд, а также допускают округление времени изготовления изделий, полуфабрикатов. Так, в случае с луком время хранения нарезанных компонентов и салатов в незаправленном виде не должно

превышать 6 часов (п. 8.11 правил). Но, если нужно переместить лук в другой цех или ресторан, начинает действовать п. 9.9. указанных правил: «При необходимости транспортировки готовой продукции каждая емкость с пищевыми продуктами (блюдами, кулинарными изделиями) должна иметь маркировочный ярлык с указанием наименования, адреса организации-изготовителя, даты и часа изготовления, условий хранения и сроков годности».

Маркировка блюд в потребительской и (или) транспортной упаковке

В соответствии с техническим регламентом Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС 022/2011) маркировке подлежат пищевая продукция в потреби-

тельской и (или) транспортной упаковке. Как только продукция ресторана оказывается в открытой витрине grab & go в упакованном виде (салаты, сэндвичи, супы, основные блюда, стаканчики с десертами, сырники и т.д.), либо в кулинарной витрине для продажи с собой на вес через продавца, либо уезжает с курьером по адресу доставки, маркировочный ярлык (этикетка) усложняется и дополняется следующей информацией:

- 1) наименование пищевой продукции;
- 2) состав пищевой продукции;
- 3) количество пищевой продукции;
- 4) дата изготовления пищевой продукции;
- 5) срок годности пищевой продукции;
- 6) условия хранения пищевой продукции, которые установлены изготовителем или предусмотрены техническими регламентами Таможенного союза

Основная идея маркировки — донесение до потребителей полной, корректной и достоверной информации о товаре. Эта обязанность вменяется ресторану (продавцу) не только нормами ЕАЭС, но и внутренним законодательством: законы «О защите прав потребителей» и «О техническом регулировании». В России в соответствии со ст. 14.7 и 14.8 КоАП за нарушение правил маркировки предусмотрена административная ответственность.



на отдельные виды пищевой продукции; для пищевой продукции, качество и безопасность которой изменяется после вскрытия упаковки, защищавшей продукцию от порчи, указывают также условия хранения после вскрытия упаковки;

7) наименование и место нахождения изготовителя, или ФИО и место нахождения индивидуального предпринимателя — изготовителя пищевой продукции, или наименование и место нахождения уполномоченного изготовителем лица либо организации-импортера, или ФИО и место нахождения индивидуального предпринимателя-импортера;

8) рекомендации и (или) ограничения по использованию;

9) показатели пищевой ценности продукции;

10) сведения о наличии в пищевой продукции компонентов, полученных с применением ГМО;

11) единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза;

12) для кофеиносодержащих безалкогольных напитков — предупреждение о вреде их употребления для несовершеннолетних, при беременности, ряде заболеваний;

13) особые свойства товара (например, «без консервантов», «со вкусом краба»), причем некоторые из них должны быть подтверждены документально (например, «не содержит ГМО»).

С точки зрения конечного потребителя, существует два понятия: пригодность продуктов и безопасность продуктов. Первое говорит о том, что пища приемлема для употребления человеком в соответствии с назначением. Второе подразумевает некоторую уверенность в том, что пища не причинит вреда, если она приготовлена и употреблена в соответствии с предназначением. Чтобы быть уверенным в пригодности и безопасности продуктов, производители, изготовители и продавцы используют маркировку. Маркировка — универсальный способ нанесения информации о продукте. Эти сведения качественно повышают осведомлен-

ность потребителя. Информация о пищевой продукции может быть нанесена в виде надписей, знаков, рисунков, символов, с помощью цветового кодирования или других комбинаций, содержать инструкции и маркетинговые элементы. Она должна быть понятной, легко читаемой и достоверной.

Разберемся на примерах

- У вас итальянский ресторан, и вы отправили клиенту две пиццы в коробках по указанному адресу доставки. На коробках должна быть этикетка с информацией, аналогично той, которую вы видите на полке магазина на замороженном полуфабрикаты пиццы.
- У вас классическое кафе у дома. Клиент заказал суп, салат, горячее и компот, вы все это бережно упаковали в одноразовые транспортные контейнеры и наклеили этикетку. Информация на ней должна быть такой, как если бы у вас была мини-фабрика-кухня по производству кулинарии для полок розничных магазинов.
- У вас кулинарная лавка: вы продаете с витрины кулинарию, сервируете и разогреваете для потребления на месте покупки. В этом случае этикетки не нужны (кроме внутренних таймеров для гастрономических). Как только клиент просит упаковать что-то с собой, на ваших контейнерах должна появиться информация в соответствии с ТР ТС 022/2011.

Чтобы разработать этикетку, потребуется оборудование, например, этикетатор.

По официальным данным Управления Роспотребнадзора по Москве, в III квартале 2018 года ЗАО «Москва-Макдоналдс» привлечено к ответственности за нарушения требований технических регламентов в части маркировки продукции общественного питания при реализации навынос через окна «МакЭкспресс» и «МакАвто» блюд, не имеющих деклараций о соответствии. Таким образом, создан очередной юридический прецедент, который имеет прямое отношение к любой организации общественного питания: «У данной продукции не было маркировки на каждой единице упа-



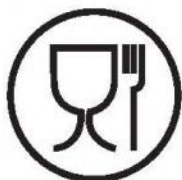
ковки с информацией, включающей в себя дату изготовления, срок годности, условия хранения, рекомендации и (или) ограничения по использованию либо приготовлению пищевой продукции». Доводы контрольно-над-

зорного органа звучат так: «Реализация продукции через окна не попадает под исключение ст. 21 и ст. 23 ТР ТС 021/2011 “О безопасности пищевой продукции”». Получается, что любая небольшая кофейня, реализующая

чаашку кофе с собой через окно на пешеходной улице, также нарушает требования технических регламентов. На стакан с кофе тоже требуются и маркировка, и декларация соответствия. **РВ**

Требования и правила

- Для установки прослеживаемости пищевой цепи для пищевых продуктов на входе в ресторан (тарные ярлыки) и на выходе из ресторана (продукция, подлежащая декларированию) ставится штрих-код.
- Упаковка должна содержать обозначение материала, из которого она изготовлена, сведения о том, для продукции какой категории она предназначена, а также информацию о возможности ее утилизации («Петля Мебиуса») (рис. 1).



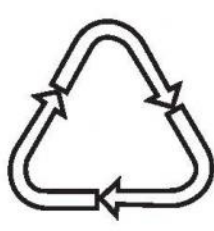
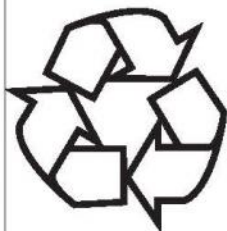
Разрешено
для пищевой продукции



Для парфюмерно-
косметической
продукции



Запрещено для
пищевой продукции



Возможность
утилизации
использованной
упаковки
(укупорочных
средств) — «Петля
Мебиуса»

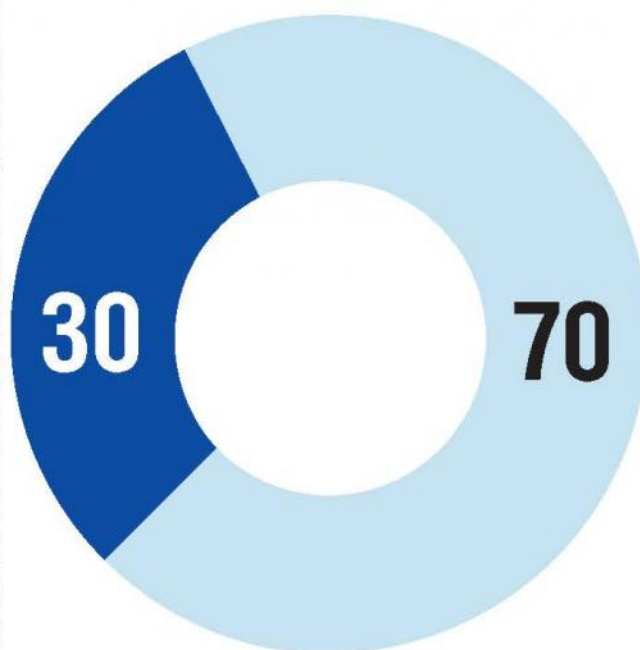
- Вся продукция, находящаяся в обращении на территории государств-членов ЕАЭС, должна быть отмечена единым знаком ЕАС (рис. 2). Знак наносят на каждую единицу товара контрастным цветом. Он должен быть читаем на всем протяжении срока службы или годности продукта. Место нанесения установлено соответствующими каждой категории продукции ТР ТС.



- Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки» определяет критерии безопасности упаковочных материалов, в том числе для ресторанов. Можно приготовить вкусную еду, но неправильно ее упаковать, сделав тем самым непригодной для употребления.

Данные опроса НИЦ «Здоровое питание», %

Как показал опрос НИЦ «Здоровое питание», проводимый во всех регионах России, большинство людей хотят питаться правильно, заинтересованы в понятной и доступной маркировке продуктов, 70% обращают внимание на информацию, указанную на этикетке.



Да Нет

ХАРАКТЕРИСТИКИ, ПРИВЛЕКАЮЩИЕ ВНИМАНИЕ	%
Срок годности	89
Дата изготовления	63
Состав продукта	63
Масса/объем/вес	31
Страна-изготовитель	28
Торговая марка	27
Соответствие ГОСТ	26
Энергетическая ценность (калории)	14
Пищевая ценность (содержание жиров, белков, углеводов)	11
Содержание микро- и макроэлементов в продукте питания	6