

STUDIUL CALITATII PRODUSELOR SI SERVICIILOR

CLASA A X-A

PROF: DRAGAN OANA

ETICHETAREA MARFURILOR

Ce se intelege prin „etichetarea produselor”?



Etichetarea, marcarea produselor existente pe piata cu informatiile necesare informarii consumatorilor despre produsele si serviciile oferite prin elemente de identificare si caracterizare ale acestora, inscrite la vedere, in mod vizibil, lizibil si usor de inteles, dupa caz, pe produs, eticheta, ambalaj de vanzare sau in cartea tehnica, instructiunile de folosire ori altele asemenea, ce insotesc produsul sau serviciul, in functie de natura acestuia.

1. Etichetarea produselor alimentare



Etichetele trebuie să-și facă datoria și să ne spună clar ceea ce dorim să știm. Etichetele de pe produsele alimentare ne sunt de mare ajutor în alegerile pe care le facem în calitate de consumatori, pentru că ne oferă toate informațiile necesare – de la eventualele pericole majore pentru sănătate, precum alergiile la arahide, până la conținutul de sare sau tipurile de grăsimi.

În ultimii ani gama de materii prime agroalimentare utilizate în industria alimentară, numeroșii aditivi folosiți, creșterea complexității rețetelor de fabricație, perfecționarea și modernizarea proceselor tehnologice, precum și exigențele mereu crescânde privind ambalarea, transportul, depozitarea și păstrarea produselor alimentare, au impus o serie de recomandări și reglementări cu referire la etichetarea acestor produse.

Potrivit normelor internaționale, eticheta pentru produsele alimentare trebuie să conțină următoarele mențiuni:

- denumirea produsului;
- țara de origine;
- numele și adresa producătorului, distribuitorului, importatorului sau exportatorului;
- lista ingredientelor (materii prime și auxiliare, aditivi);
- conținutul net;
- elemente de identificare a lotului și data fabricației;
- termenul limită de consum;
- valoarea nutritivă (în special pentru produsele dietetice, pentru alimentația copiilor de vârstă mică).



Eticheta atasata produselor alimentare trebuie sa respecte urmatoarele interdictii:

- evitarea inducerii în eroare a consumatorului cu privire la: natura identității, calitatea, cantitatea, conservarea, originea sau proveniența produsului;
- modul de fabricație sau de obținere;
- atribuirea unor proprietăți pe care produsul nu le are;
- atribuirea unor însușiri terapeutice sau preventive pe care nu le posedă.

Și în România s-au creat condițiile pentru alinierea la normele europene privind etichetarea produselor alimentare în care, pe lângă prevederi cum sunt cele referitoare la scopul etichetării, redactării în limba română, neinducere în eroare a consumatorilor, se precizează că etichetele produselor alimentare preambalate trebuie să cuprindă în mod obligatoriu:

- denumirea produsului;
- termenul de valabilitate;
- conținutul net;
- numele și adresa fabricantului, a importatorului sau a distribuitorului, precum și numele și adresa celui care ambalează produsul;
- lotul de fabricație (seria, data fabricației sau a culegerii recoltei);
- modul de folosire, când utilizarea necesită indicații speciale;
- locul de origine sau proveniența a produsului, dacă omiterea acestuia ar fi de natură a crea confuzii în gândirea consumatorilor;
- concentrația alcoolică (pentru băuturile la care aceasta este mai mare de 1,2%);
- lista ingredientelor folosite (în ordinea descrescătoare a importanței lor calitative);
- valoarea nutritivă și energetică globală pentru produse alimentare speciale destinate unei alimentații particulare, ca de exemplu produsele pentru sugari și copii de vârstă mică etc.



VALORI NUTRITIONALE PER 100GR

VALOARE ENERGETICA	14 / 0kJ/348 kcal
PROTEINE	13,5gr
GLUCIDE	58,7gr
ZAHARURI	0,7gr
LIPIDE	7,0gr
ACIZI GRASI SATURATI	1,3gr
FIBRE	10,0gr
SODIU	6,8gr
MAGNEZIU	134,0mg (45% din FDA)
FIER	5,1mg (38% din FDA)
ZINC	4,4mg (29% din FDA)
VITAMINA B1	0,6mg (42% din FDA)

*RDA=recommended daily allowance
(doza zilnică recomandată)

Produs fiert.

S.T. 3C/2009

Ingrediente: pulpă porc (55%); carne porc; apă; șorici; proteină vegetală din soia nemodificată genetic; sare; condimente și arome naturale; lapte praf; stabilizatori: difosfat de sodiu, trifosfat de sodiu; antioxidanți: acid ascorbic, izoascorbat de sodiu, ascorbat de sodiu, lactat de potasiu; zaharuri: lactoză, dextroză; potențiator de gust: glutamat monosodic; conservanți: nitrit de sodiu, nitrat de sodiu, nitrat de potasiu; colorant natural: carmin. Membrana artificială necomestibilă.

Temperatura de depozitare: 2-4 grade C

Produs controlat sanitar veterinar



Produs fiert

S.T. 6S/2009

Pulpa porc, apa; sare; zaharuri: dextroza, lactoza; condimente si arome naturale; stabilizator: difosfat , antioxidant : ascorbat de sodiu; conservanti: nitrit de sodiu, nitrat de sodiu.

Temperatura de depozitare:2-4 grade C

Produs controlat sanitar veterinar.



Această reglementare precizează în continuare că aceste mențiuni obligatorii vor fi completate cu alte mențiuni specifice fiecărei grupe de produse, iar în cazul produselor nepreambalate trebuie să se indice prin înscriere pe ele sau în imediata apropiere, fără risc de confuzie, pe un afiș, anunț sau sub orice altă formă: denumirea, data fabricației și termenul de valabilitate.

2. Etichetarea produselor textile



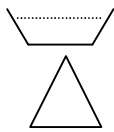
Operația de alegere a unui articol textil este tot mai dificilă datorită diversificării materiilor prime pe seama a numeroase fibre chimice, și mai ales, prin realizarea de amestecuri de fibre și fibre extrem de variate, dar și prin folosirea unor tehnologii noi și prin aplicarea a numeroase tratamente de finisare, superioare, cu scopul de a se obține articole cu însușiri foarte diferite. De aici și necesitatea unui “sistem informațional” operativ, la îndemâna vânzătorului și cumpărătorului, principalul suport de informație fiind eticheta.

Informarea asupra produsului se realizează prin analizarea datelor înscrise pe **eticheta de însoțire**, care trebuie să conțină următoarele elemente:

- denumirea produsului;
- marca de fabrică a producătorului sau denumirea acestuia;
- denumirea importatorului, în cazul confecțiilor din import;
- mărimea confecției;
- model, culoare, desen – după caz;
- compoziția fibroasă a țesăturii pentru față și pentru căptușeli;
- tratamente speciale de finisare aplicate țesăturilor din care este obținută confecția – după caz.

Varietatea fibrelor, a materialelor și a tratamentelor de finisare utilizate la producerea articolelor textile, precum și evoluția procedeele de curățire, fac dificilă alegerea tratamentelor de întreținere. Iată de ce, pentru a-i ajuta pe consumatori, dar și pe cei care spală și curăță chimic, a fost stabilit un **cod de etichetare de întreținere** cu ajutorul unor simboluri grafice standardizate internațional.

Conform SR EN 23 758/1996, tratamentele de întreținere la care sunt supuse produsele textile au următoarele simboluri grafice de bază:



- posibilitatea spălării



- posibilitatea folosirii agenților de albire (clorurarea)



- posibilitatea călcării



- posibilitatea curățirii cu solvenți (detașarea petelor)



- posibilitatea uscării în mașina cu tambur

Pentru fiecare operație menționată mai sus, care se referă la temperatura de spălare și călcare, modul de spălare (manual, cu mașină și cu solvenți), modul de curățire, dar și pentru interzicerea unei operații sunt anumite simboluri grafice.

3. Etichetarea încălțămintei

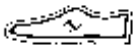
Etichetarea încălțămintei se face, în mod obligatoriu, individual, pe unitatea de produs supusă comercializării, pereche, de către agenții economici producători, iar în cazul importurilor, de către importatori sau comercianți, aceștia fiind responsabili pentru informațiile privind identificarea produsului și a materialelor componente.

În etichetarea încălțămintei se a ține seama de următoarele precizări:

- materialul înscris, ca fiind folosit în părțile componente ale încălțămintei, trebuie să se regăsească în proporție de minim 80% din suprafața desfășurată;
- dacă nici un material nu este în proporție de minim 80%, se vor indica principalele două materiale;
- este obligatorie înscrierea materialelor pentru toate componentele încălțămintei: partea superioară exterioară (fața), părțile interioare (căptușeală, acoperiș de brant) și talpă:
 - *părțile componente sunt indicate prin pictograme, astfel:*



-partea superioară exterioară a încălțăminteii



-partea interioară a încălțăminteii



-talpa încălțăminteii

– și natura materialelor din care se obțin părțile componente ale încălțăminteii sunt marcate cu ajutorul pictogramelor, astfel:

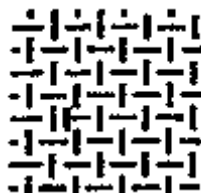


-piei cu fața naturală

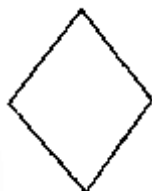


-piei cu fața corectată

--



-materiale textile



-alte materiale

Mărimea încălțăminteii din import se va marca în **centimetri**, marcaj specific pentru România.

Eticheta trebuie să fie bine atașată, accesibilă, înscrisul trebuie să fie vizibil fie că este făcut direct pe produs, fie pe eticheta atașabilă produsului, iar dimensiunile pictogramelor trebuie să fie suficient de mari.

Încălțăminte ce urmează a fi comercializată trebuie însoțită de instrucțiuni privind indicarea modului de purtare și de întreținere.





Marcarea și etichetarea ecologică a produselor






Marcarea ecologică face obiectul unor standarde internaționale, adoptate la recomandarea ISO. respectiv familia de standarde ISO 14000.

Preocupările tot mai intense de reducere a impactului negativ al proceselor și rezultatelor acestora asupra mediului ambiant sunt evidențiate, de-a lungul timpului, în multe țări, prin existența unor mărci naționale de etichetare ecologică. Prima inițiativă de acest fel a fost Blue Angel, în Germania, care a început să funcționeze din 1978, urmată de multe alte mărci așa cum sunt cele prezentate în tabelul următor .

Mărci naționale de etichetare ecologică

Tabel nr. 8. 1

Nr. crt.	Țara	Nume de etichetă	Anul înființării	Marca
1.	Germania	Blue Angel	1978	
2.	Canada	Environmental Choice Program	1988	
3.	Finlanda, Islanda, Norvegia, Suedia, Danemarca	Nordic Swan	1989	
4.	SUA	Green Seal	1989	
5.	Japonia	Eco-Mark	1989	
6.	Franța	NF	1991	
7.	Austria	Eticheta Ecologică Austriacă	1991	

8.	Suedia	Good Environmental Choice	1992	
9.	Olanda	Milieukeur	1992	
10.	Spania	AENOR	1993	
11.	Ungaria	Ecoeticheta Ungară	1993	
12.	Republica Cehă	Produse prietenoase mediului	1998	

Trăsăturile comune tuturor acestor scheme de etichetare ecologică națională sunt:

- schemele sunt voluntare;
- determinarea criteriilor ecologice pe baza ciclului de viață a grupelor de produse;
- nivelurile criteriilor de acordare sunt astfel stabilite pentru a încuraja dezvoltarea produselor cu impact minim asupra mediului;
- sunt protejate legal de un simbol sau logo;
- sunt revizuite periodic, ținând cont de dezvoltarea tehnologică și poziția pe piață.

În condițiile proliferării unor sisteme naționale de etichetare ecologică a produselor, a devenit necesară **elaborarea unui cadru legislativ armonizat** în acest domeniu.

Un prim pas în acest sens s-a făcut prin Reglementarea CEE nr. 880/1992 a Consiliului UE care introduce un sistem unitar de etichetă ecologică la nivelul UE care are logo-ul „floare” (fig. 8.2) și mai apoi prin Regulamentul Consiliului (CEE) nr. 1980/2000 privind stabilirea unei proceduri de acordare a etichetei ecologice, Decizia (CEE) nr. 729/2000 privind contractul referitor la condițiile de utilizare a etichetei ecologice și Decizia (CEE) nr. 728/2000 referitoare la stabilirea tarifelor și taxelor pentru etichetare ecologică.



Eticheta ecologică a Uniunii Europene

Obiectivul general al etichetei ecologice este acela de a promova producția și vânzarea produselor care au un impact negativ redus asupra mediului, comparativ cu alte produse neetichetate ecologic din același grup de produse.

Schema de etichetare ecologică europeană are două ținte:

- de a oferi consumatorilor o evaluare de încredere a impactului asupra mediului a produselor;
- de a promova producția și utilizarea produselor care au un impact minim asupra mediului.

Principalele trăsături ale schemei de ecoetichetare sunt:

- **este voluntară** – nu este stabilită pe baza unor standarde ecologice pe care producătorii să trebuiască să le respecte, oferind posibilitatea producătorului sau comerciantului să decidă dacă o aplică sau nu, astfel că, ea nu creează bariere comerciale;
- **este selectivă** – este acordată numai acelor produse cu un impact minim asupra mediului;
- **este transparentă** – criteriile au fost stabilite în concordanță cu ghiduri tehnice și științifice cu participarea largă din partea organismelor independente și neutre;
- **funcționează printr-o abordare multicriterială** – criteriile nu se bazează pe un singur parametru, ci se sprijină pe studii care analizează impactul produsului asupra mediului de-a lungul ciclului de viață;
- **are o dimensiune europeană** – un producător sau un comerciant care îndeplinește criteriile pentru un grup de produse și obține ecoeticheta poate vinde pe piața Uniunii Europene.

Eticheta ecologică este în mod normal acordată unui grup de produse. Teoretic, toate grupele de produse sunt eligibile ecoetichetării, cu excepția produselor alimentare, băuturilor și medicamentelor.

În România a fost elaborată Hotărârea Guvernului nr. 189/28 februarie 2002, privind stabilirea procedurii de acordare a etichetei ecologice.


Scopul introducerii ecoetichetei românești este de a promova produsele care au un impact redus asupra mediului, pe parcursul întregului lor ciclu de viață, în comparație cu alte produse aparținând aceluiași grup de produse.

Eticheta ecologică se acordă la cerere – pentru grupurile de produse care îndeplinesc următoarele **condiții**:

- a) potențial ridicat de protecție a mediului, care să determine alegerea făcută de cumpărător;
- b) avantaje competitive pentru producătorii de bunuri și/sau prestatorii de servicii;
- c) cerere mare de consum sau utilizare finală prin volumul de vânzări.

Grupele de produse pentru care se stabilesc criteriile de acordare a etichetei ecologice românești sunt similare celor europene.

Eticheta ecologică românească se acordă produselor care respectă criteriile privind toate aspectele de mediu importante. Aceasta va cuprinde informații pentru consumatori, prezentate în schema următoare, care conține două rubrici, așa după cum urmează:

 <p>Numărul de înregistrare al contractului</p>	<p>☆</p> <p>☆</p> <p>☆</p>
Rubrica 1	Rubrica 2

Rubrica 1 conține logo-ul etichetei ecologice românești și numărul de înregistrare al contractului, iar rubrica 2 conține informații privind motivele acordării etichetei ecologice care trebuie să vizeze cel puțin unul și cel mult trei tipuri de impact asupra mediului, așa de exemplu:

- ☆ poluare redusă a aerului
- ☆ eficient din punct de vedere energetic
- ☆ toxicitate redusă.

Eticheta ecologică cuprinde informații simple, clare, exacte și stabilite pe bază științifică în ceea ce privește aspectele de mediu care sunt luate în considerare la acordarea etichetei ecologice, cât și informații privind motivele pentru care s-a acordat eticheta ecologică.



Sa recapitulam impreuna!

1. Definiti „etichetarea produselor”.

Raspuns:

Etichetarea produselor presupune etichetarea, marcarea produselor existente pe piata cu informatiile necesare informarii consumatorilor despre produsele si serviciile oferite prin elemente de identificare si caracterizare ale acestora, inscise la vedere, in mod vizibil, lizibil si usor de inteles, dupa caz, pe produs, eticheta, ambalaj de vanzare sau in cartea tehnica, instructiunile de folosire ori altele asemenea, ce insotesc produsul sau serviciul, in functie de natura acestuia.

2. Care sunt interdictiile ce trebuiesc respectate in cazul etichetarii produselor alimentare?

Raspuns:

Eticheta atasata produselor alimentare trebuie sa respecte urmatoarele interdictii:

- *evitarea inducerii în eroare a consumatorului cu privire la: natura identității, calitatea, cantitatea, conservarea, originea sau proveniența produsului;
- *modul de fabricație sau de obținere;
- *atribuirea unor proprietăți pe care produsul nu le are;
- *atribuirea unor însușiri terapeutice sau preventive pe care nu le posedă.

3. Care este obiectivul general al etichetei ecologice?

Raspuns:

Obiectivul general al etichetei ecologice este acela de a promova producția și vânzarea produselor care au un impact negativ redus asupra mediului, comparativ cu alte produse neetichetate ecologic din același grup de produse.



Si acum singuri.....!

1. Cum se realizeaza etichetarea produselor textile?
2. Care este simbolul etichetarii ecologice in Romania?
3. In cazul etichetarii incaltamintei este obligatorie inscrierea materialelor pentru toate componentele?
4. Care sunt tratamentele de finisare intalnite in cazul etichetarii produselor textile?