



# SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ ČESKÉ REPUBLIKY

Consumers Defence Association of the Czech Republic

Novákových 8, 180 00 Praha 8

SDRUŽENÍ OBRANY SPOTŘEBITELŮ

Poradna SOS po telefonu  
900 08 08 08 (cena 8 Kč/min)

sos@spotrebitele.info  
www.spotrebitele.info

tel.: +420-224 239 940  
fax: +420-224 239 941



## **GARDE – program Globální odpovědnost Ekologického právního servisu**

Dvořákova 13, Brno 602 00

www.eps.cz

brno@eps.cz

tel: +420-542 575 229

Tesco Stores ČR, a.s.  
Ing. Petr Baudyš  
Obchodně-právní a technické oddělení  
Veselská 663  
199 06 Praha 9 – Letňany

V Praze dne 22. prosince 2006  
Č.j.: 1148/PK

### **Věc: návrh na označení a způsob prodeje analogů mlékárenských výrobků v sortimentu společnosti Tesco Stores ČR (původní č.j. 971/PK)**

Vážený pane inženýre,

děkujeme za Vaše vyjádření ze dne 13.11.2006 k výzvě SOS a EPS na zdržení se protiprávního jednání.

V návaznosti na Vaši odpověď si dovoluujeme v zájmu transparentního informování zákazníků společnosti Tesco Stores a respektování aktuální právní úpravy v oblasti značení a způsobu prodeje potravin formulovat následující doporučení:

1. Nad rámec Vaší informace o šetření oprávněnosti užití názvu Sýrový bloček na smažení (150 g) si Vás dovoluujeme upozornit na výskyt dalších produktů v sortimentu společnosti Tesco Stores ČR, které jsou buď baleny nebo nabízeny k prodeji závadným způsobem. Jedná se například o výrobek Maslíčko v boxu určeném pro čerstvá másla, dále výrobky Lidový smažák, Edina, Mistr Pizza a la Mozzarella, Javor –jemný tavený aj. prodávané mezi sýrovými výrobky. Podobně zavádějící je i způsob prodeje cukrovinek (zejména čokolád a jejich napodobenin).

2. K výrobku Lidový smažák jsme dosud obdrželi oficiální vyjádření Státní veterinární správy, které potvrzuje, že je tento produkt balen a označen v rozporu s platnou právní úpravou. Společnosti Pribina spol. s r.o. navrhujeme způsob balení změnit takovým způsobem, který nebude vzbuzovat u průměrně obezřetného spotřebitele zdání, že se jedná o sýrový výrobek, bez ohledu na skutečnost, že slovy „sýr“ nebo „sýrový“ není přímo označen. Označení „smažák“ je českými spotřebiteli tradičně vnímán jako označení smaženého sýru. Také oslovení „*Vážený sýrový labužníku...*“ na zadní straně obalu výrobku ve spotřebiteli jasně evokuje dojem, že se jedná o sýrový výrobek, a to i přesto, že je na výrobku popsáno jeho složení. Výrobek současně není správně označen. Chybí zařazení do kategorie výrobků nebo popis základních vlastností nebo bližší určení výrobku.

Výrobce produktu Lidový smažák rovněž získává klamavým způsobem prodeje produktu Lidový smažák mezi kvalitnějšími výrobky nepřiměřenou soutěžní výhodu oproti jiným producentům a dopouští se tak nekalého soutěžního jednání v hospodářské soutěži.

Tato doporučení lze ovšem adresovat také ostatním výrobcům analogů mlékárenských výrobků a z pohledu klamavého způsobu prodeje těchto výrobků i všem obchodním řetězcům.

Prodej analogů mlékárenských výrobků mezi mlékárenskými výrobky není odůvodněn ani s ohledem na jejich obdobný účel užití. Naše stanovisko potvrzuje právě vyjádření Státní veterinární správy ČR, na kterou jsme se v této souvislosti obrátili s podnětem k zahájení správního řízení (vyjádření SVS, viz příloha).

3. Nerozporujeme skutečnost, že výrobek Lidový smažák, Sýrový bloček na smažení, Mistr Pizza a la mozzarella, Edina, Másličko, Javor – jemný tavený aj. mohou spotřebitelům přinášet určité nutriční výhody, např. snížením obsahu cholesterolu apod., a respektujeme odůvodněnost jejich prodeje. Považujeme však za nepřípustný prodej těchto výrobků klamavým způsobem mezi ostatními sýrovými výrobky a prodej bez rozlišujícího označení v obalech které navozují dojem, že se jedná o mlékárenské výrobky. Z tohoto stanoviska vycházejí i naše doporučení.

4. Navrhujeme proto, aby pro výrobek Lidový smažák, Sýrový bloček na smažení, Edina, Mistr Pizza a la mozzarella, Másličko, Javor – jemný tavený a další analogy mlékárenských výrobků v sortimentu společnosti Tesco Stores ČR byl vyčleněn samostatný chladírenský box nebo jeho část, který by byl zřetelně a srozumitelně označen informací o tom, že v těchto místech nejsou prodávány mlékárenské výrobky. Například označením **„Alternativy k mlékárenským výrobkům“** apod. Dále navrhujeme, aby nebyly prodávány nebo v reklamních materiálech inzerovány výrobky, které svým tvarem, obalem, označením nebo jiným způsobem navozují nebo mají za cíl navodit u spotřebitele dojem, že se jedná o mlékárenské výrobky.

Obdobné stanovisko zaujímá také Státní zemědělská a potravinářská inspekce ve svém doporučení adresovaném všem řetězcům a Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR ze dne 15. listopadu 2006, poté, co obdržela podnět k zahájení správního řízení s největšími obchodními řetězci:

*Po posouzení dodaných podkladů a ve světle nařízení Rady (ES) č. 1898/87, o ochraně označení používaných při uvádění mléka a mléčných výrobků na trh, má SZPI zato, že:*

*Výrobky, které nejsou získané výlučně z mléka, tj. část mléčné složky v nich byla nahrazena jinou látkou (dále jen „konkurenční náhradní výrobky“), musí být nabízeny k prodeji odděleně od mléčných výrobků. Nařízení (ES) č. 1898/87 výslovně zakazuje jakoukoli formu reklamy nebo obchodní úpravy vyvolávající dojem, že se u daného produktu jedná o mléčný výrobek.*

*U pojmu „forma reklamy“ je v daném nařízení odkaz na definici ve směrnici č. 84/450/EHS, o sbližování právních a správních předpisů členských států týkajících se klamavé reklamy. Tato směrnice definuje reklamu a následně klamavou reklamu takto:*

- 1. „reklamou“ se rozumí každé předvedení související s obchodem, živností, řemeslem nebo svobodným povoláním, jehož cílem je podpora odbytu zboží nebo poskytnutí služeb, včetně nemovitostí, práv a závazků;*
- 2. „klamavou reklamou“ se rozumí každá reklama, která jakýmkoli způsobem, včetně předvedení, klame nebo pravděpodobně může klamat osoby, kterým je určena nebo které zasáhne, a která pro svůj klamavý charakter pravděpodobně ovlivní jejich ekonomické chování, nebo která z těchto důvodů poškodí nebo může poškodit jiného soutěžitele.*

*Přitom pojem „reklama“ zde nelze chápat v užším slova smyslu jako pouhé komerční oslovení potenciálních zákazníků výrobcem prostřednictvím médií, ale jako jakoukoliv formu předvedení či prezentace zboží související s obchodem, tedy potažmo i nabízení zboží k prodeji formou jeho vystavení v prodejních regálech. Takovéto nabízení konkurenčních náhradních výrobků mezi mléčnými je zcela nepochybně schopné ovlivnit ekonomické chování spotřebitele, neboť mléčné výrobky mají vyšší výrobní náklady, a tudíž i cena je pak vyšší než u výrobků konkurenčních.*

*Tento výklad je podpořen textem preambule daného nařízení, která uvádí potřebu chránit přirozené složení mléka a mléčných výrobků, stanovit pravidla hospodářské soutěže a zabránit uvádění spotřebitele v omyl, a to pokud jde o záměnu mléčných výrobků a ostatních potravin, včetně potravin, které částečně obsahují mléčné složky. Mezi důvody uvedenými v preambuli je i skutečnost, že konkurenční náhradní produkty mají konkurenční výhodu ve výrobních nákladech proto, že řada z nich je vyráběna ze surovin dovážených s nulovou celní sazbou, zatímco mléčné výrobky mají vyšší výrobní náklady vyplývající z potřeby zajištění příjmů zemědělských výrobců. Oblastmi upravenými výše uvedeným nařízením jsou pojmenování, označování etiketami a reklama, které by mohly vést k falešnému výkladu.*

*Na základě výše uvedených důvodů dospěl SZPI k závěru, že umístění výrobků, které nejsou získané výlučně z mléka, mezi mléčnými výrobky, požadavkům daného nařízení odporuje.*

*Na základě výše uvedených informací pokládáme za nutné, aby jste případný protiprávní stav odstranili a výrobky u nichž došlo k náhradě mléčné složky prodávali způsobem, který bude v souladu s výše uvedenými informacemi.*

V případě nejasností jsme připraveni konzultovat se společností Tesco Stores ČR další otázky spojené s tímto nebo jinými problémy ve smyslu ochrany oprávněných zájmů spotřebitelů. Dále Vás žádáme, abyste nás informovali o přijatých opatřeních v této věci.

S pozdravem

Mgr. Klára Přikrylová, právnická  
Sdružení obrany spotřebitelů ČR

Mgr. Filip Gregor, právnický  
GARDE – Ekologický právní servis

Přílohy:

- doporučení Státní zemědělské a potravinářské inspekce obchodním řetězcům ze dne 15.11.2006
- vyjádření Státní veterinární správy ČR k podnětu SOS k zahájení správního řízení s výrobcem produktu Lidový smažák, společností Pribina spol. s r.o. ze dne 11. 12. 2006