**Pogosta vprašanja JULIJ 2015**

1. **Katere podatke mora vsebovati deklaracija medu, ki se prodaja končnim potrošnikom?**

|  |  |
| --- | --- |
|  | |
|  | Upoštevajoč Pravilnik o medu : Uradni list RS, št. [31/04](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2004-01-1340), [89/04](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2004-01-4033), [45/08](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2008-01-1978) – ZKme-1 in [4/11](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2011-01-0104) Pravilnik o medu (Ur.l. RS, št. [31/04](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2004-01-1340), [89/04](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2004-01-4033), [45/08](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2008-01-1978) – ZKme-1 in [4/11](http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?sop=2011-01-0104)) mora deklaracija vsebovati naslednje podatke : |

**1. Ime proizvoda:** na nalepki mora pisati *MED*, ki se lahko dopolni glede na :

a) izvor medu, npr.: *cvetlični med ali nektarni med, med iz mane ali gozdni med*

ali

b) način pridobivanja oziroma predstavitve, npr: *točeni med, prešani med, med*

*v satju, med s satjem ali deli satja v medu, samotok, filtrirani med, pekovski*

*med …*

ali

c) cvetove ali rastline, če med v celoti ali delno izvira iz navedenega izvora

in ima njegove senzorične, fizikalno-kemične in mikroskopske lastnosti:

*akacijev med, smrekov med, hojev med …*

ali

č) regionalno, teritorialno ali topografsko poreklo, če je med v celoti

navedenega izvora: *štajerski med, med Zgornje Savske doline, primorski med*

*ali med iz Primorske, med iz Prekmurja ali prekmurski med, alpski med, gorski*

*med, nižinski med, hribovski med …*

**2. Neto količina:** Velikost črk je predpisana. Za količine od več kot 200 g do 1000 g morajo biti črke, ki označujejo količino, velike vsaj 4 mm. Med številko in enoto mora biti presledek. Oznaka *g* ali *kg* mora biti zapisana z malimi črkami. Za označevanje neto količine lahko uporabimo izraze, kot so: »vsebina«, »neto količina«, »neto masa«, ali jo označimo samo s številko z enoto. Ne smemo pa

uporabiti izraza »neto teža«.

**3. Rok uporabnosti** je treba napisati z besedami, npr.:

*»Uporabno najmanj do konca:… (sledi mesec, leto ali samo leto)«*

*ali*

*»Uporabno najmanj do:… (sledi dan, mesec, leto)*

**4. Serija (lot):** napiše se z veliko črko L + številka: *npr. L 312 .*Lot oz. serija je enota živila v prometu, ki je predelano, izdelano ali pakirano pod enakimi pogoji, npr. eno točenje, eno

polnjenje … Serija (lot) mora biti označena jasno in vidno s črko L in številko serije, ki je sestavljena iz poljubne oznake čebelarja.

**5. Ime in naslov proizvajalca in polnilca**

Ime in naslov ali naziv in sedež proizvajalca oz. tistega, ki živilo pakira, ali prodajalca, ki mora imeti naslov oz. sedež v Skupnosti.

**6. Država oziroma države porekla ali izvora**, v kateri oz. v katerih je bil med pridelan.

Napiše se lahko, npr.: *Poreklo medu: Slovenija.* Če med izvira iz več kot ene države članice Evropske unije ali države, ki ni članica Evropske unije, je treba to navesti z eno

izmed naslednjih oznak:

*• »mešanica medu iz držav članic EU«;*

*• »mešanica medu iz držav, ki niso članice EU«;*

*• »mešanica medu iz držav članic EU in držav, ki niso članice*

*EU«.*

Priporočljivo je navesti tudi:

**Pogoje shranjevanja in sicer na način:** *Hraniti v suhem, hladnem in temnem prostoru.*

**Navodilo za uporabo:**

*Naravni med kristalizira, utekočinimo ga s segrevanjem do 40 °C.*

Podatki na deklaraciji morajo biti v slovenskem jeziku, na vidnem mestu na embalaži, tako da so zlahka vidni. Napisani morajo biti razumljivo in nedvoumno.

Poudariti velja, da jeprepovedano pripisovanje zdravilnih lastnosti, zdravilnih vplivov oziroma lastnosti za preprečevanje, zdravljenje ali ozdravitev bolezni ljudi ali opozarjati na take lastnosti.

2**. Imam prodajalno z živilskim izdelki. Med drugim prodajam tudi alkoholne pijače, Zanima me ali lahko v prodajalni oglašujem pivo na reklamnih panojih ?**

Področje oglaševanja alkoholnih pijač v 15., 15a. in 15b. členu, ureja Zakon o zdravstveni ustreznosti živil in izdelkov ter snovi, ki prihajajo v stik z živili (Ur.l. RS št. 52/00, 42/02). Z zakonskimi določili je predpisano, katere alkoholne pijače se lahko oglašujejo, kje se lahko oglašujejo in kakšne pogoje mora izpolnjevati oglaševalsko sporočilo.

Alkoholne pijače, ki vsebujejo 15 in manj volumenskih odstotkov alkohola se smejo oglaševati v biltenih, katalogih, letakih in prospektih, ki so namenjeni oglaševanju in poslovnemu komuniciranju in drugih nosilcih objavljanja informacij, razen ob cestah na plakatih, tablah, panojih in svetlobnih napisih.

Oglaševalsko sporočilo mora izpolnjevati naslednje pogoje:

* ne sme spodbujati čezmerne porabe alkohola ali prikazovati pozitivne vzročne zveze med pitjem alkohola in uspehom v življenju,
* ne sme biti namenjeno mladim in prikazovati oseb, ki uživajo alkohol,
* ne sme prikazovati oseb, mlajših od 25 let,
* ne sme povezovati uživanja alkohola s povečano telesno zmogljivostjo ali z vožnjo v prometu,
* ne sme ustvarjati videza, da uživanje alkohola prispeva k uspehom v družbenem in spolnem življenju,
* ne sme poudarjati, da ima alkohol zdravilne učinke, ali da je poživilo, pomirjevalo ali sredstvo za reševanje osebnih težav,
* ne sme prikazovati abstinence ali zmernega pitja v negativni luči,
* ne sme poudarjati visoke vsebnosti alkohola kot posebne kakovosti alkoholnega izdelka,
* ne sme se pojavljati v in na stavbah, objektih in pripadajočih zemljiščih, kjer se opravlja zdravstvena dejavnost ter dejavnost vzgoje, športa ter izobraževanja,
* ne sme se pojavljati na panojih, tablah, plakatih ali svetlobnih napisih, ki so od vrtcev in šol oddaljeni manj kot 300 metrov,
* ne sme se pojavljati na prireditvah, ki so v prvi vrsti namenjene mladoletnim osebam, in na športnih prireditvah,
* ne sme vključevati simbolov, podob, junakov iz risanih filmov in drugih mladinskih oddaj,
* vsebovati mora opozorilo**: “Minister za zdravje opozarja: Uživanje alkohola lahko škoduje zdravju!“ ali “Minister za zdravje opozarja: Prekomerno pitje alkohola škoduje zdravju!“.**

Oglaševalsko sporočilo v primeru reklamnega panoja za pivo, mora vsebovati opozorilo iz 13. alineje. Črke opozorila morajo biti tako velike, da površina, ki jo zavzemajo, predstavlja najmanj 10% velikosti površine prostora, ki ga obsega celotno oglaševalsko sporočilo.

3.**Ali je navedba priporočene cene v oglasnem obvestilu potrošnikom dopustna?**

V skladu z [zakonom o varstvu potrošnikov (Ur.l.RS, št. [98/04](http://www.uradni-list.si/1/content?id=51154)-UPB2, [126/07](http://www.uradni-list.si/1/content?id=84421), [86/09](http://www.uradni-list.si/1/content?id=94360), [78/11](http://www.uradni-list.si/1/content?id=105242), [38/14](http://www.uradni-list.si/1/content?id=117564#!/Zakon-o-spremembah-in-dopolnitvah-Zakona-o-varstvu-potrosnikov-(ZVPot-F)), [19/15](http://www.uradni-list.si/1/content?id=120976#!/Zakon-o-spremembi-Zakona-o-varstvu-potrosnikov-(ZVPot-G)))](http://www.ti.gov.si/si/zakonodaja_in_dokumenti/seznam_predpisov/) mora podjetje pri poslovanju s potrošniki za blago oziroma storitve, ki jih ponuja, vidno označiti ceno, ki vključuje davek na dodano vrednost v primeru, da je podjetje zavezanec za davek na dodano vrednost. Cena mora biti označena v evrih in mora biti končna, kar pomeni, da je podjetje pri svojem poslovanju dolžno potrošniku nuditi celovito informacijo o veljavni ceni, ki nikakor ne more biti zgolj priporočljiva.

 Priporočena cena ni končna cena, s katero bi moral biti potrošnik seznanjen še pred odločitvijo o sklenitvi posla oziroma še pred nakupom, temveč gre za ceno, katere višina je priporočena s strani dobavitelja. Končna cena blaga je lahko tudi precej višja od priporočene, potrošnik pa je z oglaševanjem priporočene cene zaveden.

Takšen način oglaševanja cen ni dopusten in predstavlja nepošteno, zavajajočo poslovno prakso, kot je opredeljena v [zakona o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami (Ur.l.RS št. 53/07) in je zato](http://www.ti.gov.si/si/zakonodaja_in_dokumenti/seznam_predpisov/)  prepovedana.

Pripravila: Mateja Tilia

GZS Infocenter