

Марія Музика,

Національна академія Державної прикордонної служби
імені Богдана Хмельницького, м. Хмельницький

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВА СПОЖИВАЧА НА ІНФОРМАЦІЮ

Статтю присвячено проблемам реалізації права споживача на достовірну, доступну та необхідну інформацію про товари (роботи, послуги) в контексті апроксимації національного законодавства у сфері захисту прав споживачів до європейських стандартів. Проаналізовано законодавчі вимоги до форми і змісту інформації про товар (роботу послуги). Визначено найбільш часті порушення, з якими стикаються споживачі в процесі реалізації права на інформацію. Запропоновано окремі напрямки вирішення окреслених проблем.

Ключові слова: споживач, права споживачів, захист прав споживачів, маркування харчових продуктів, право, інформація.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Правовий статус сучасної людини включає в себе елемент захисту її як споживача, оскільки бурхливий розвиток науки та техніки призвів до того, що кожного дня фізична особа є учасником купівлі-продажу і споживання різноманітних товарів та послуг. Важливе місце серед системи споживчих прав займає право на інформацію про товари, роботи, послуги. Адже саме інформація про товари (роботи, послуги), що поширюється виробниками (виконавцями), продавцями і рекламодавцями, має вагомe значення для визначення належної якості цих товарів (робіт, послуг). Особливо в тих випадках, коли якісні характеристики не зазначені на товарі чи його обгортці та/або у документації, що додається, а також в договорі, а інформація про якість існує самостійно, наприклад, у засобах масової інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано вирішення даної проблеми та на які опирається автор. Питання захисту прав споживачів на інформацію досліджувало багато науковців та юристів-практиків: Т. Маланчук, О. Костенко, Т. Ковальчук, Н. Любецький, Н. Писаренко, О. Зверева, О. Шумський, І. Полікарпов та інші.

Протягом тривалого часу право на інформацію не було закріплено у законодавстві та не було сформульовано як юридична категорія. Однак загальний «інформаційний бум», процеси демократизації суспільства, що відбулися як за кордоном, так і у нашій країні активізували кількість наукових розробок у сфері правової регламентації інформаційних відносин, що призвело до законодавчого закріплення терміна «право на інформацію» та забезпечення його певними правовими механізмами реалізації [1].

Але у зв'язку з численними порушеннями споживчих прав, які були виявлені під час перевірок суб'єктів торгівельної діяльності Державною службою України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (Держпродспоживслужба), на сьогодні дане питання залишається досить актуальним.

Так, наприклад, типовими порушеннями законодавства про захист прав споживачів, що допускались при реалізації продовольчих товарів були: не відповідність вимогам нормативних документів; відсутність інформації про повну назву та адресу виробника, умови та терміни зберігання, позначення нормативних документів, згідно яких виготовлено продукцію на споживчій тарі та на транспортній упаковці; відсутність сертифікатів відповідності, свідоцтв про визнання відповідності; відсутність документів, що підтверджують якість та безпеку (посвідчення про якість, санітарно-гігієнічні висновки МОЗ України, і т.д.); відсутність застереження щодо вживання продукції окремими категоріями споживачів; відсутність наявності необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про склад продукту тощо [2].

Метою статті є актуалізація проблеми реалізації права споживача на достовірну, доступну та необхідну інформацію про товари (роботи, послуги) в контексті апроксимації національного законодавства у сфері захисту прав споживачів до європейських стандартів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Закон України «Про захист прав споживачів» встановлює, що споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення

своїх особистих потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору, а також про її виробника (виконавця, продавця) [3].

Реалізація права на інформацію передбачає право здійснювати цілий комплекс дій: отримання, збір певних відомостей, їх аналіз та передача. Право на інформацію закріплене також у системі прав споживачів, які закріплені у схвалених резолюцією Генеральною Асамблеєю ООН «Керівних принципах для захисту інтересів споживачів» від 09.04.1985 р., серед яких також є: право на безпеку товарів; право на вибір товарів; право на виявлення своїх думок; право на задоволення основних потреб; право на відшкодування шкоди; право на освіту; право на здорове навколишнє середовище. вагоме значення для визначення належної якості товару, роботи (послуги) тощо.

Варто зазначити, що згідно зі ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» інформація про товари має містити:

назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;

найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна продукція;

дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування – про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів, а також іншу інформацію, що поширюється на конкретний продукт;

відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

позначку про наявність у її складі генетично модифікованих компонентів;

дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

дату виготовлення; відомості про умови зберігання;
гарантійні зобов'язання виробника (виконавця); правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування [3].

Інформація доводиться до споживача в технічній документації, що додається до товарів, на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів.

Маркування товару – це один із способів, за допомогою якого інформація про той чи інший товар доводиться до відома споживача особою, яка цей товар виготовляє. Інформація про товари повинна містити, зокрема: перелік основних споживчих властивостей товарів, а щодо продуктів харчування – їхній склад, калорійність, вміст шкідливих для здоров'я речовин; дату виготовлення; найменування та адресу виробника, а також підприємства, яке здійснює функції щодо прийняття пропозицій від споживача.

Стосовно окремих видів товарів закон встановлює спеціальні правила їх маркування (лікарські засоби, продовольчі товари, ювелірні вироби тощо). Наприклад, маркування горілки та лікєро-горілочаних виробів, які реалізуються через торговельну мережу, здійснюється шляхом нанесення на кожен пляшку етикетки.

Продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, мають забезпечуватися інформацією про місце їх походження. Маркування харчових продуктів та спосіб, яким його виконують, не повинні:

а) вводити в оману споживача стосовно:

характеристик харчового продукту, зокрема його природи, ідентичності, властивостей, стану, складу, кількості, часових характеристик придатності (зберігання), походження, способу виробництва чи одержання;

необґрунтованого зазначення інформації про властивості харчового продукту, яких у нього немає;

повідомлення щодо особливих властивостей харчового продукту, хоча всі подібні продукти мають такі самі властивості;

б) містити інформацію щодо наявності у харчовому продукті (крім природних мінеральних вод та харчових продуктів, призначених для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів, дієтичних добавок) властивостей, які сприяють профілактиці, загоюванню та лікуванню будь-якого захворювання або посилатися на такі властивості.

Зазначені обмеження поширюються також на рекламу харчових продуктів, оформлення харчових продуктів, зокрема на їх форму, зовнішній вигляд або упаковку, використаний пакувальний матеріал та місце їх розміщення для продажу.

У маркуванні, оформленні, рекламуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього немає.

Крім того, необхідно враховувати, що вимоги щодо надання інформації стосовно товару покупцеві можуть конкретизуватися у відповідних правилах роздрібною торгівлі. Так, згідно з п. 7 Глави 4 Розділу II Правил роздрібною торгівлі непродовольчими товарами, затверджених Наказом Міністерства економіки України від 19.04.2007 р. N 104, при продажу електро побутових виробів з трипровідним шнуром живлення і триконтактною вилкою для підключення виробу до електричної мережі продавець зобов'язаний в анотації подати попереджувальну інформацію такого змісту: «Забороняється використання виробу в приміщеннях, де електрична мережа не обладнана заземлюючим дротом».

Обов'язок надання інформації про товари, роботи (послуги) спрямований на те, щоб забезпечити споживачеві можливість компетентного вибору (інформація про призначення товару, його якості, умови використання, гарантії та ін.). При цьому виробник (виконавець, продавець) сам повинен визначати необхідний обсяг цієї інформації.

Хоча Закон України «Про захист прав споживачів» виходить з того, що у споживача немає достатніх знань про товар (послугу), які він хоче придбати, але при цьому продавець (виконавець) передбачається професіоналом, що має повну інформацію і знання про товар (послугу), тому він повинен надати споживачеві інформацію в такому обсязі, щоб у нього склалося чітке уявлення про властивості товару, його якість і безпеку, правила користування і збереження, і він міг на основі цих відомостей зробити компетентний вибір потрібного і підходящого для себе товару (послуги). Насправді ж дуже рідко продавець зможе надати покупцю інформацію в більшому обсязі, ніж вказано на упаковці. Тому пересічний споживач не завжди зможе розібратися у всіх тих символах та позначеннях, що містить упаковка товару.

Водночас, досить поширеними є випадки нечесної (агресивної) підприємницької практики. Так, агресивною вважається підприємницька практика, яка містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу і істотно впливає або може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача щодо придбання продукції.

До агресивних форм підприємницької практики можна віднести:

створення враження, що споживач не може покинути приміщення продавця (виконавця) без укладення договору або здійснення оплати;

здійснення тривалих і/або періодичних візитів у житло споживача, незважаючи на вимогу споживача про припинення таких дій або залишення житла;

здійснення постійних телефонних, факсимільних, електронних або інших повідомлень без згоди споживача;

вимога оплати продукції, поставленої продавцем (виконавцем), якщо споживач не давав прямої і недвозначної згоди на її придбання.

Цей перелік не є вичерпним.

Операції, здійснені з використанням нечесної підприємницької практики, є недійсними з усіма їх наслідками.

Для того, щоб споживач мав змогу отримати необхідну інформацію, вона має бути подана зрозумілою для нього мовою (особливо це стосується імпортованих товарів, оскільки інформація про продукт на даних товарах зазвичай на мові країни походження товару). Відповідно до частини першої статті 10 Конституції України державною мовою в Україні є українська мова.

Незважаючи на часті випадки відсутності інформації українською мовою на імпортованих товарах в наших магазинах, обов'язковість маркування державною мовою, зокрема продуктів харчування, що ввозяться на митну територію України з інших країн, все ж таки забезпечено на законодавчому рівні. Нормативним документом, який встановлює вимоги щодо порядку упакування непродовольчих товарів, є Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами, а детальні вимоги, які пред'являються в Україні до пакування та маркування продовольчих товарів, містить Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів».

Імпортні товари, що реалізуються на території України, мають супроводжуватися інформацією для споживачів тією ж мовою, що і товари вітчизняного виробництва. Отже, якщо імпортний товар виготовляється і за договором поставляється українській компанії, умовами договору може бути передбачено, що виробник (іноземна компанія) забезпечує товар необхідною інформацією своєю мовою та українською мовою. В цьому випадку будуть дотримані всі норми діючого законодавства України про мови. Якщо ж імпортний товар супроводжується тільки іноземною мовою, то українська компанія – продавець має забезпечити переклад цієї інформації на українську мову [4].

Слід відмітити, що у разі коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію та про виробника (виконавця, продавця) спричинило придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей, неможливість використання придбаної продукції за призначенням, заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача, споживач має право: розірвати договір і вимагати відшкодування завданих йому збитків; вимагати надання у прийнятно короткий, але не більше місяця, строк належної інформації; розірвати договір і вимагати відшкодування збитків, якщо інформацію в обумовлений строк не буде надано. Також в цьому випадку споживач має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги, передбачені статтею 16 Закону України «Про захист прав споживачів», а саме: шкода, завдана життю, здоров'ю або майну споживача дефектною продукцією або продукцією неналежної якості, підлягає відшкодуванню в повному обсязі, якщо законом не передбачено більш високої міри відповідальності, а також вимагати відшкодування збитків, завданих природним об'єктам, що перебувають у його володінні на праві власності або на інших підставах, передбачених законом чи договором.

Інформація про продукцію, в тому числі, повинна містити дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції. Так, законодавством України встановлено вимоги до цінника. Зокрема, продавець (виконавець), який реалізує продукцію, повинен обов'язково зазначати ціну кожної одиниці такої продукції або однієї категорії продукції та ціну однієї стандартної одиниці цієї продукції. Написи щодо ціни реалізації продукції мають бути чіткими і простими для розуміння. До ціни продукції мають бути включені всі податки та неподаткові обов'язкові платежі, які сплачуються споживачем під час придбання відповідної продукції.

Згідно з п. 8 ст. 3 Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних

чеків, жетонів тощо) при продажу товарів (наданні послуг) у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг, а також операції з приймання готівки для подальшого її переказу зобов'язані реалізовувати товари (надавати послуги) за умови наявності цінника на товар (меню, прейскуранта, тарифу на послугу, що надається) у грошовій одиниці України.

На жаль, досить часто виникає ситуація, коли споживач, вибираючи товар, бачить одну ціну на ціннику і, звичайно, розраховує саме на таку суму, однак, під час розрахунку на касі виявляється, що ціна на даний товар є іншою, як правило, більшою. Власне, цей випадок є порушенням права споживача на інформацію.

При цьому слід відмітити, що відповідно до частини 8 статті 18 Закону України «Про захист прав споживачів» нечіткі або двозначні положення договорів із споживачами тлумачаться на користь споживача.

Отже, при виникненні відповідних непорозумінь при розрахунку за товар насамперед необхідно звернутися до адміністрації магазину з претензією щодо повернення різниці між ціною на ціннику та ціною, зазначеною у чеку. Відмова продати товар за такою ціною є знову ж таки порушенням права споживача.

У випадку відмови можна залишити відповідний запис у Книзі відгуків і пропозицій. При цьому важливо зібрати докази порушення прав: сфотографувати цінник і, звичайно ж, зберегти чек.

Споживач може також звернутися із відповідною заявою про порушення своїх прав до суду або Держпродспоживслужби України чи її територіальних підрозділів.

Але на сьогоднішній день право споживача на державний захист не може бути повністю реалізоване. Оскільки 13 серпня 2014 р. було запроваджене обмеження на перевірки бізнесу Постановою Кабінету Міністрів України № 407 «Питання запровадження обмежень на проведення перевірок державними інспекціями та іншими контролюючими органами». Така ініціатива уряду була спрямована ніби на зменшення тиску контролюючих органів на бізнес. Спочатку мораторій мав діяти лише до 31 грудня 2014 р.,

потім Законом України № 76-VIII «Про внесення змін та визнання такими, що втратили чинність, деяких законодавчих актів України» від 28 грудня 2014 р. дію мораторію на перевірки бізнесу контролюючими органами було продовжено до 30 червня 2015 р., а в черні 2015 року пунктом 3 Прикінцевих положень Закону України №71-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» Кабмін продовжив мораторій до кінця 2016 року. Відповідно до даного закону перевірки можуть здійснюватися виключно з дозволу Кабінету Міністрів України або за заявкою суб'єкта господарювання щодо його перевірки.

Аналіз звернень споживачів до Держпродспоживслужби засвідчив, що для вирішення переважної більшості питань, викладених у зверненнях споживачів, необхідне проведення позапланового заходу. Для отримання такого дозволу Держпродспоживслужбою України розроблено проекти відповідних розпоряджень Кабінету Міністрів України. Але дозволи щодо проведення позапланових контрольних заходів за зверненнями споживачів надані лише в окремих випадках.

У такій ситуації українські споживачі позбавлені державного захисту своїх споживчих прав, що гарантується 42 ст. Конституції України та Законом України «Про захист прав споживачів». За умови дії мораторію на перевірки підприємців за зверненнями громадян, безпека, здоров'я та навіть життя споживачів стоять під загрозою.

Водночас повноцінне функціонування Держпродспоживслужби як органу, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, є неможливим, оскільки цей орган позбавили права навіть відповідно реагувати на скарги споживачів. Громадська рада при Держпродспоживслужбі України в особі своїх окремих членів зверталася до Кабінету Міністрів України з метою інформування про негативний ефект відсутності державного контролю за

дотриманням прав споживачів, але ніяких рішень з цього приводу не було напрацьовано, а мораторій продовжено.

«В умовах дії заборони щодо проведення перевірок бізнесу набули стрімкого розвитку негативні тенденції з наповнення споживчого ринку неякісними та небезпечними товарами. Відсутність контролю з боку держави сприяє розвитку недобросовісної конкуренції, яка ґрунтується саме на обмані споживачів шляхом реалізації їм продукції низької якості», – зауважив Олег Цільвік, заступник голови правління Союзу споживачів України на прес-конференції представників громадської ради при Державній інспекції з питань захисту прав споживачів та представників бізнес-асоціацій, що відбулась 22 січня 2015 р. в інформаційному агентстві УНІАН.

У той же час, спеціалістами Держпродспоживслужби України проводиться роз'яснювальна робота серед споживачів щодо вимог законодавства та ситуації, що склалася. Також, у разі потреби, спеціалісти територіальних органів Держпродспоживслужби України надають споживачам роз'яснення та правову допомогу у складанні позовних заяв до суду для захисту їх інтересів.

Висновки дослідження, перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Оскільки Україна прагне стати членом Європейського Союзу, то питання захисту прав споживачів має висуватися на одне з перших місць у державній політиці.

Однією з вимог Угоди про асоціацію між Україною та ЄС є поступове наближення національного законодавства до *acquis* ЄС у сфері захисту прав споживачів. Перелік необхідних умов визначається Додатком XXXIX до Угоди про асоціацію. Зокрема, узгодження потребують усі нормативно-правові акти, які стосуються маркування продуктів харчування, а саме – питання щодо процедури нанесення тексту, вимог до шрифту та кеглю при маркуванні продуктів харчування, а також врегулювання проблеми експертизи якості харчових продуктів та засвідчення її результатів тощо.

Однак, вирішення проблеми захисту прав споживачів на державному рівні не дасть стовідсоткових результатів у захисті інтересів всіх споживачів. Як відомо, для того, щоб закон реально діяв, перш за все, необхідно, щоб люди про нього знали і вміли відстоювати свої права. А для цього, на нашу думку, необхідно проводити широку роз'яснювальну роботу у засобах масової інформації, на радіо і телебаченні щодо захисту прав споживачів, стимулювати створення теле- та радіопрограм, що висвітлюють питання якості продукції, а також посилити відповідальність за надання споживачу неповної чи недостовірної інформації про товар (роботу, послугу).

Поряд з цим, важливими заходами є розробка та впровадження освітніх навчальних програм щодо захисту прав споживачів та споживчої просвіти.

Отже, задля ефективного захисту права споживачів на інформацію необхідно створити дієвий механізм взаємодії цивільного, господарського, адміністративного, кримінального та інших галузей права, гармонізувати чинне законодавство [5]. Адже забезпечення належного захисту прав споживачів сприятиме не лише захисту інтересів конкретного споживача, а і вдосконаленню соціального клімату в усій нашій державі.

Список використаної літератури

1. Письменна, О. П. Право на інформацію про товари, роботи (послуги) в системі прав споживачів // Університетські наукові записки. – 2008. – № 2 (26). – С. 45–48.
2. Доповідь Державної інспекції України з питань захисту прав споживачів про проведену роботу із зверненнями громадян // Електронний ресурс. – Режим доступу. – <http://www.dsiu.gov.ua/files/2015/2/5/111.pdf>
3. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991р. № 1023-ХІІ // Електронний ресурс. – Режим доступу. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
4. Тюріна, Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Вимоги до пакування та маркування товарів / Тюріна Н. М., Карвацка Н. С. // Електронний ресурс. – Режим доступу. – http://pidruchniki.com/1253031053854/ekonomika/vimogi_pakuvannya_markuvannya_tovariv

5. Костенко, О. Права людини у сфері обігу інформації: поняття і кримінально-правова охорона // Актуальні питання державотворення в Україні очима молодих учених: зб. наук. пр. міжнар. наук.-практ. конф.: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів та молодих учених Київського національного університету імені Тараса Шевченка (23-24 квітня 2009 р.). – К., 2008. – Ч. 4. – С. 44–45.

6. Колісникова, Г. Право споживача на інформацію // Право України. – 2010. – № 11. – С. 248–252.

7. Цивільний кодекс України від 16.01.2003р. № 435-IV // Електронний ресурс. – Режим доступу. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

8. Черняк, О. Ю. Цивільно-правовий статус споживача у контексті адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук. – Науково-дослідний інститут приватного права і підприємництва. – Київ. – 2011.

Рецензент – кандидат юридичних наук Петреченко С. А.

Стаття надійшла до редакції 7.09.2016

Музыка М. П. Актуальные вопросы реализации права потребителя на информацию

Статья посвящена проблемам реализации права потребителя на достоверную, доступную и необходимую информацию о товарах (работах, услугах) в контексте аппроксимации национального законодательства в сфере защиты прав потребителей к европейским стандартам. Проанализированы законодательные требования к форме и содержанию информации о товаре (работе услуги). Определены наиболее частые нарушения, с которыми сталкиваются потребители в процессе реализации права на информацию. Предложены отдельные направления решения обозначенных проблем.

Ключевые слова: *потребитель, права потребителей, защита прав потребителей, маркировка пищевых продуктов, право, информация.*

Muzyka M. P. Actual issues of realization of consumer`s right to information

The article is devoted to actualization of the problems of realization the consumers` rights to reliable, available and necessary information about the goods (works, services). Because the information about the goods (works, services), that is distributed by producers (performers), vendors and advertisers, is essential for determining the appropriate quality of these goods (works, services). The right to information includes the right to carry out a range of actions: receiving, collection, analysis and transmission certain data.

One of the requirements of the Association Agreement between Ukraine and the EU is the gradual approximation of national legislation to the EU acquis in the field of consumer`s protection. In particular, all legal acts relating to food labelling,

especially the procedure for the application of the text, requirements for font and size in the labeling of food products, as well as the settlement of the problem of quality evaluation of food products and assurance of its results, require the agreements.

However, the problem of consumers` protection will not give absolute results in the protection of all consumers` interests at the state level. People should know the law and be able to defend their rights. It is necessary to conduct extensive outreach in the media, on radio and television for the protection of the consumers` rights. Also it is important to increase the liability for providing incomplete or inaccurate information about a product (work, service).

It is necessary to create an effective mechanism of interaction between civil, commercial, administrative, criminal and other branches of law, to harmonize the current legislation.

Keywords: *consumer, consumers` rights, consumers` protection, food labelling, law, information.*