

Маркировка продуктов из мяса и птицы

С. Самора, Videojet Technologies, США

Улучшение благосостояния потребителей, развитие торговли и урбанизация приводят к тому, что страны с развивающейся экономикой, для которых ранее был характерен рацион из зерновых, овощей и морепродуктов, превращаются в одних из крупнейших потребителей мяса и птицы на планете. Такой рост совпал с широким освещением в СМИ угроз пищевой безопасности, а именно птичьего и свиного гриппа, что усилило опасения среди потребителей и регуляторов. По данным Всемирной организации здравоохранения, с 2009 г. [1] от свиного гриппа умерло около 18,5 тыс. человек, а заражение птичьим гриппом стало причиной 402 смертей [2].

Производители, дистрибьюторы и розничные продавцы, импортирующие и экспортирующие продукцию из мяса и птицы, должны соблюдать нормативы, которые применяются к конкретной продукции, и выполнять общие требования к маркировке и пищевым добавкам. Несоответствие стандартам может привести к задержкам продукции при ее прохождении через таможенный контроль и последующему принятию мер со стороны исполнительных органов.

Кроме того, при разработке нормативов по маркировке продукции из мяса законодательные органы должны учитывать и культурные особенности, например отношение к генетически модифицированным продуктам питания, животноводству, а также требования к данным о пищевой ценности продукции. Все эти факторы и быстрый рост спроса значительно увеличивают важность маркировки в этой отрасли.



Региональный спрос

Потребление мяса в мире возрастает. Ожидается, что оно будет увеличиваться в среднем на 1,9 % ежегодно с 2014 по 2023 гг., а объем поставок продуктов из мяса от крупнейших экспортеров будет расти на 2,2 % каждый год [3]. С 1961 г. мировое производство говядины, баранины и козлятины практически удвоилось, а объемы поставок свинины и птицы увеличились в 3 и 9 раз соответственно [4] (рисунок).

Азия теперь лидирует в мировом потреблении мяса, особенно высокий спрос на эту продукцию отмечается в Китае и Японии. 71 млн т – именно столько потребляют жители Китая в год, что в 2 раза превышает аналогичный показатель в США и составляет четверть всего объема мирового потребления мяса. А для жителей Токио объемы потребления мяса впервые превысили объемы потребления морепродуктов (средний показатель: 90 г мяса в день). Так как площади пастбищ в Японии очень ограничены, большая часть потребляемой говядины и свинины импортируется.

В США показатель потребления мяса и птицы остается на уровне 250 г в день на человека. Но при этом в 2014 г. потребители впервые отдали большее предпочтение куриному мясу, а не говядине. За последнее десятилетие говядина стала менее популярной, так как из диетических сообра-

жений потребители выбирают мясо с меньшим содержанием жира [5].

В Европейском союзе на потребление мяса влияют экономические факторы, высокий уровень безработицы и завышенные цены. Общее потребление на человека остается на уровне 220 г в день, но ожидается, что этот показатель увеличится за счет роста потребления птицы и свинины.

Региональная маркировка

В 2009 г. Китай начал стандартизацию комплексных нормативов по маркировке продуктов питания. Хотя они еще окончательно не утверждены, а некоторые важные поправки еще обсуждаются, основные стандарты по маркировке для экспорта уже оформлены. С сентября 2014 г. маркировка продукции из мяса, экспортируемой в Китай, должна содержать такие данные, как: название продукции, страна происхождения, дата производства, срок годности или срок хранения, температура хранения, страна назначения, масса нетто, легенда контроля, название и адрес компании, номер партии и спецификация (описывает тип упаковки).

В Японии стандартная маркировка продуктов из мяса должна включать страну происхождения, а также сведения о стандартном весе, срок годности и подробную информацию о добавках.

В США обеспокоенность заболеваниями пищевого происхождения привела к принятию в 2010 г. Закона о модернизации продовольственной безопасности (Food Safety Modernization Act). Этот закон устанавливает для импортируемой продукции те же стандарты, что и для продовольственных товаров, производимых в США. С 2012 г. в маркировку 40 самых популярных видов говядины, птицы, свинины и баранины (мяса и фарша) должна входить стандартная информация [6] о пищевой ценности, в том числе: калорийность, общее содержание и калорийность жира, содержание насыщенных жиров, холестерина, натрия и белка. Кроме того, если продукт маркируется как содержащий 80 % нежирного мяса, также необходимо указывать, что он



Рисунок. Мировое производство мяса



содержит 20 % жира. Этикетка «Natural», которую производители могут наносить добровольно при условии соблюдения требований Министерства сельского хозяйства США [7], должна включать пояснение, что именно подразумевается, т. е. то, что продукт не содержит искусственных ингредиентов и подвергался минимальной обработке.

Страны ЕС предъявляют повышенные требования к качеству мяса после эпидемии коровьего бешенства в середине 1990-х гг. И хотя отдельные европейские страны имеют собственные нормативы, во всем регионе применяются централизованные стандарты по маркировке, соблюдение которых обязательно для свободного перемещения продуктов в ЕС. Кроме того, требования к маркировке и безопасности пищевых продуктов [8] в Европейском союзе значительно строже, чем в других странах: производители обязаны указывать подробную информацию для отслеживания продукции по цепи поставок, а также включать в маркировку данные о генномодифицированной продукции.

Маркировка с указанием страны происхождения

Как указано в недавнем отчете Европейского союза, маркировка с указанием страны происхождения (COOL) имеет большое значение почти для 50 % европейских потребителей. В Европейском союзе применяются обязательные стандарты по указанию на маркировке страны происхождения для продуктов из мяса и птицы. В настоящее время на этикетках для говядины должны быть указаны страна рождения скота, страна разведения и убоя, а также информация о пищевой ценности и аллергенах. А в апреле 2015 г. эти стандарты были расширены на продукцию из свинины, птицы, баранины и козлятины с требованием указывать страну разведения и убоя животного. В результате скандала 2013 г., когда в блюдах из переработанной говядины была обнаружена конина, в январе 2015 г. Европарламент [9] проголосовал за внедрение маркировки COOL для мяса в таких продуктах, как лазанья и пицца с мясом. Этот вопрос в скором времени будет рассмотрен Еврокомиссией.

В США внедрение маркировки COOL до сих пор остается неоднозначным вопросом, поэтому точные требования все еще не определены [10]. Принятие таких стандартов встречает значительное противодействие со стороны внутреннего рынка и стран-соседей, Канады и Мексики, которые считают, что эти нормы дискриминируют их продукцию из мяса. Всемирная торговая организация уже дважды обращалась в суд по поводу норм США относительно маркировки COOL. В октябре 2014 г. ВТО приняла последнее постановление [11] касательно маркировки COOL для определенных видов мяса, которое в настоящее время действует на рынке США. Но в будущем ожидаются и другие изменения.

Пандемия свиного гриппа в Африке и Юго-Восточной Азии, а также угроза распространения птичьего гриппа заставляют азиатских потребителей уделять больше внимания вопросам безопасности. Чтобы устранить такие опасения и обеспечить безопасность населения, правительство Китая внедрило новые стандарты по маркировке (в том числе COOL) с сентября 2014 г.

Япония уже давно придерживается норм по маркировке с указанием страны происхождения (COOL), чтобы упростить отслеживание мясopодуKтов в цепи поставки, а

Промышленные маркираторы

VIDEOJET

Каплевый маркиратор
Videojet 1650

Термоструйный маркиратор
Videojet 8510

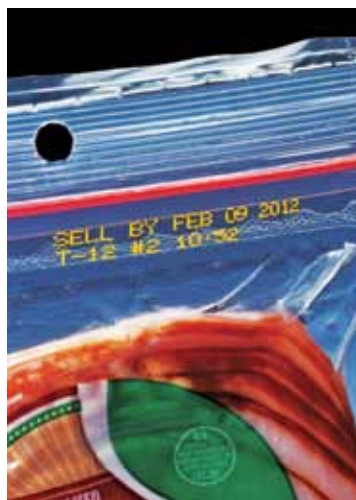
Альянс-КМ
1995-2015
Официальный дистрибутор
Videojet Technologies Inc. в Украине

www.alyans-km.com.ua
info@alyans-km.com.ua
Тел.: (044) 258-0555
Факс: (044) 258-2272

также обеспечить информирование потребителей. Кроме того, после Фукусимской аварии опасения японских потребителей, связанные с возможным радиоактивным заражением продуктов питания, привели к ужесточению этих спецификаций как для импортированных продуктов, так и для внутреннего рынка [12].

Маркировка генномодифицированных продуктов

Споры по поводу маркировки мяса скота, которому скормили генномодифицированное зерно, не утихают на всех континентах. В настоящее время требования к обязательной маркировке генномодифицированных пищевых продуктов предъявляют 64 страны, в том числе Китай и Япония. Но в обеих этих странах такая маркировка применяется только для сельскохозяйственной продукции и полуфабрикатов. Продукты из мяса, птицы и молочная продукция не включены в список обязательных для маркировки, поскольку сами животные не считаются генномодифицированными. Но производители продукции из мяса и птицы на рынке Азии могут добровольно указывать в маркировке информацию о генномодифицированных компонентах. В Европейском союзе под давлением общественности тоже были приняты стандарты по маркировке генномодифицированных продуктов питания. С 1990-х гг. было принято несколько законодательных актов, которые требуют включать обязательную маркировку для продуктов питания, которые состоят из генномодифицированных организмов или включают их, а также продуктов, в производстве которых использовались ГМО, если они содержат ДНК или белки, образовавшиеся в результате проведенной генетической модификации. К таким продуктам



может относиться мясо животных, которым скармливали генномодифицированные корма. Внедрение этих требований возлагается на плечи отдельных стран-членов ЕС. Некоторые страны Европейского союза даже полностью запретили любые генномодифицированные продукты. А многочисленные крупные сети продовольственных магазинов по всей Европе, среди которых Керак Group в Ирландии, Tesco в Великобритании, Coop Italia в Италии, а также Migros и Coop в Швейцарии, реализовали собственные программы по маркировке или запрету продуктов из мяса, птицы и молочных продуктов с ГМО.

Кроме того, в январе 2015 г. Европарламент рассмотрел инициативу [13], в соответствии с которой страны-члены ЕС могут самостоятельно решать, какие генномодифицированные культуры разрешается выращивать на их территориях. А это в очередной раз привлекает внимание к маркировке. Ранее на территории ЕС разрешалось выращивать только один вид генномодифицированной кукурузы. В США только три штата (Коннектикут, Мэн и Вермонт) приняли законы по обязательной маркировке продукции с ГМО. Но ни один из этих штатов до сих пор не внедрил эти нормативы. Результаты публичных опросов в других штатах — Орегоне и Колорадо — в 2014 г. были отрицательными. Генномодифицированные культуры — это основная составляющая кормов для скота в США, а какие-либо требования к маркировке мяса такого скота практически отсутствуют. Но чтобы мясо было признано экологически чистым в США, корм животных не должен содержать ГМО [14].

Передовые практики при выборе технологии печати

Анализ требований к маркировке в трех регионах с передовыми показателями по производству мяса показывает, что они развиваются очень быстро в ответ на повышение требований потребителей и общественное давление. Компания Videojet Technologies Inc., крупнейший мировой производитель маркировочного оборудования и расходных материалов, определила основные проверенные рекомендации для производителей продукции из мяса и птицы, касающиеся выбора технологий печати [15]. Вот основные из них:

- **Оцените потребности.** Определите, в какой сфере будет применяться технология, на какой материал будет наноситься маркировка, где она будет располагаться и какой будет скорость производственной линии.

- **Оцените риски окружающей среды.** Условия производственной среды, такие как процедуры дезинфекции, промывки и температура, играют важную роль при выборе оборудования и чернил.
- **Выберите оптимальный вариант.** Каждая технология маркировки предоставляет различные преимущества в зависимости от потребностей производителя, поэтому анализ этих технологий поможет выбрать лучшее решение для конкретных нужд.
- **Протестируйте образцы.** Из-за большого разнообразия типов упаковки и конфигураций линий рекомендуется протестировать различные решения по маркировке, чтобы определить оптимальную технологию.

Литература

1. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.medicalnewstoday.com/articles/269461.php>
2. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.who.int/influenza/human_animal_interface/EN_GIP_20150106CumulativeNumberH5N1cases.pdf?ua=1
3. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.agriculture.com/news/livestock/increasing-global-appetite-f-protein_3-ar45905
4. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://our-world.unu.edu/en/tokyo-drifts-from-seafood-to-meat-eating>
5. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.huffingtonpost.com/2014/01/02/chicken-vs-beef_n_4525366.html
6. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome?contentidonly=true&contentid=2010/12/0673.xml>
7. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.fsis.usda.gov/OPPDE/larc/Policies/Labeling_Policy_Book_082005.pdf
8. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/docs/infographic_food_labelling_rules_2014_en.pdf
9. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.globalmeatnews.com/Industry-Markets/MEPs-call-for-country-of-origin-labelling-on-processed-meats-in-Europe/?utm_source=newsletter_daily&utm_medium=email&utm_campaign=23-Jan-2015&c=W0NxyIOs1kEl5rgRUfFvxvFsFhjuDWN
10. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.reuters.com/article/2014/10/21/us-wto-usa-food-idUSKC-N0I91J420141021>
11. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds384_e.htm#bkmk384rw
12. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://japandailynews.com/butcher-arrested-for-selling-fukushima-beef-after-mislabeling-it-282795/>
13. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.euractiv.com/sections/agriculture-food/meps-approve-national-ban-gm-crops-cultivation-311221>
14. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.nal.usda.gov/afsic/pubs/ofp/ofp.shtml>
15. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.videojet.com/us/homepage/general/news/tips-for-meat-and-poultry-manufacturers.html>