

AMBALAJUL PRODUSELOR ȘI PROTECȚIA CONSUMATORULUI

Mihaela TIMOTIN

Universitatea Tehnică a Moldovei, Facultatea Inginerie Economică și Business, Departamentul Marketing și Logistică, ML – 191, Chișinău, Republica Moldova

Rezumat: Crearea ambalajului constituie unul dintre elementele strategice ale întreprinderii pentru comercializarea produselor sale. Astăzi se acordă o importanță din ce în ce mai mare acestei funcții, pentru că acceptarea unor produse de către consumatori depinde într-o măsură însemnată de forma și grafica sa, de estetica ambalajului în general. Protecția consumatorului devine și el un aspect care ia amploare tot mai mult. Consumatorii vor să fie siguri de ceea ce consumă, să fie informați și totodată să nu fie duși în eroare de către agenții economici cu privire la anumite aspecte ce i-ar putea prejudicia. Pentru îndeplinirea cu succes a acestor funcții, ambalajul trebuie adaptat cerințelor actuale. Forma de prezentare contează aproape în aceeași măsură ca produsul în sine. De aceea, ambalajul trebuie să creeze imaginea calității produsului, conferită de soliditatea, greutatea redusă, durabilitate, eficiența în utilizare și informarea corectă asupra caracteristicilor acestuia.

Cuvinte-cheie : ambalaj, protecție, consumator, produs, calitate

Introducere

Pentru consumator, ambalajul, acest „vânzător tacut”, reprezintă cartea de vizită a produsului, prin intermediul căruia ia cunoștință de felul produsului, principalele caracteristici de calitate, modalitatea de utilizare și eventualele restricții.

Produsele pe care le cumpărăm zi de zi au ajuns însă să fie adevărate surprize. Dacă unele au indicate pe ambalaj diverse informații cu privire la origine, marcă, distribuitor, termen de valabilitate etc. altele ne comunică informații tare vagi, sau nu ne oferă nici o informație.

Astăzi, ambalajul se cere a fi nu doar un mod prin care se asigură protecția produsului, dar prin care se asigură și nemijlocita protecție a consumatorilor. În activitatea comercială ambalajul este un component indispensabil, care nu se poate disocia de marfă. Metodele noi de desfacere (mai ales prin autoservire) determină diversificarea ambalajelor și creșterea exigențelor din punct de vedere al calității.

Ambalajul reprezintă unul din cele mai importante elemente constitutive ale produsului, deoarece un produs bine ambalat poate reprezenta o garanție a protecției consumatorilor.

Pe întregul circuit străbătut de produs - de la producător, distribuitor, rețea comercială, până la consumator - importanța ambalajului este evidențiată și de funcțiile acestuia:

- conservarea și protecția proprietăților produselor împotriva factorilor fizici, chimici, biologici;
- facilitarea operațiilor de manipulare, depozitare și transport a produselor;
- promovarea produselor prin crearea unei atitudini pozitive față de produs, informarea sau chiar schimbarea mentalității consumatorului [1, p.242].

Se observă faptul că pot fi studiate în strânsă corelație, produsul și ambalajul ca un sistem, ca un tot. În același timp ambalajul poate fi tratat ca o parte distinctă care de multe ori este determinant în adoptarea deciziei de achiziționare a produsului.

Ambalajul protejează consumatorul împotriva falsificării mărfurilor prin perfecționarea modalităților de închidere și etanșare, prin realizarea unor forme de ambalaj, a unor inscripții și semne specifice mai greu de imitat și prin etichetele aplicate pe ambalaj.

Între materialele de ambalare și produse sunt posibile unele reacții fizico-chimice care determină un transfer reciproc de substanțe cunoscute sub denumirea de „fenomenul de migrație“.

Materialele de ambalaj se împart în două categorii în funcție de migrația substanțelor:

- materiale la care migrația este nulă sau neglijabilă (sticla, aluminiu).
- materiale la care migrația este permanentă, independent de produsul ambalat (ex. materiale plastice) [2].

Datorită interacțiunii dintre produse și ambalaje apar și riscurile intoxicațiilor alimentare. De exemplu, anumite metale pot reacționa cu acizii prezenți în alimente (fructe, legume), cu formarea de hidrogen și ioni metalici. Stratul de staniu care acoperă în interior conservele metalice nu rezistă la medii puternic acide, cu $\text{pH} < 4$, de aceea trebuie să fie lăcuite cu un strat suplimentar de protecție.

Reglementari ale UE in domeniul materialelor de ambalat

Datorită importanței ce se acordă relației dintre ambalaj și protecția consumatorilor, în Uniunea Europeană au apărut mai multe reglementări care sunt de natură să apere interesele consumatorilor față de acțiunea nocivă a unor materiale de ambalat. Legislația europeană se refera la:

- obligația de verificare a migrației constituenților din materialul plastic destinat contactului cu mărfurile alimentare (Directiva Consiliului din oct. 1982)
- necesitatea armonizării legislației statelor membre UE referitoare la materiale și obiecte care vin în contact cu mărfurile alimentare (Directiva Consiliului Europei, decembrie 1988).
- stabilirea listei substanțelor pentru verificarea migrației componentelor din materiale plastice care intră în contact cu mărfurile alimentare (Directiva Consiliului dec. 1985);
- lista materialelor și obiectelor din peliculă celulozică regenerată destinată contactului cu mărfurile alimentare (Directiva Comisiei Europene martie 1993).
- lista materialelor și obiectelor din material plastic destinat contactului cu mărfurile alimentare (Directiva Consiliului, feb. 1990) [3].

Legislația Republicii Moldova cu privire la ambalaj și protecția consumatorilor

Fiecare țară își apără consumatorii, prin adoptarea unor norme sanitare ce stipulează clar cerințele față de ambalaje.

Constituția Republicii Moldova garantează dreptul la un mediu înconjurător neprimejdios din punct de vedere ecologic pentru viață și sănătate, precum și la produse alimentare și obiecte de uz casnic inofensive, de asemenea răspândirea informațiilor veridice privitoare la starea mediului natural, la condițiile de viață și de muncă, la calitatea produselor alimentare și a obiectelor de uz casnic (art.37 din Constituția RM adoptată la 29 iulie 1994).

Adoptarea în anul 1993 a Legii Republicii Moldova nr. 1453-XII din 25.05.93 cu privire la protecția consumatorilor a fost un pas important în acest domeniu și a pus bazele cadrului juridic și reglementează raporturile juridice dintre consumatori și agenții economici producători sau comercializatori de produse și servicii. La 13.03.2003 a fost adoptată o nouă Lege privind protecția consumatorilor, nr. 105 Monitorul Oficial 126-131/507, 27.06.2003 care continuă reglementarea relațiilor în acest domeniu sub aspect mai modern. Protecția drepturilor consumatorilor de către stat se realizează prin elaborarea și aprobarea la nivel de stat a politicii în domeniul protecției drepturilor consumatorilor. În legislația R. Moldova, în titlurile Capitolelor II, III, V, ale Legii Nr.105 din 13.03.2003, privind protecția consumatorilor regăsim trei obiective de bază:

- 1) *Protecția vieții, sănătății și securității consumatorilor*, se precizează obligațiile agenților economici de a comercializa produse numai în cadrul termenului de valabilitate stabilit. Se interzice comercializarea de produse sau prestarea de servicii ce pot pune în pericol viața, sănătatea sau securitatea consumatorilor în condiții normale de utilizare sau producerea și comercializarea produselor falsificate sau contrafăcute.
- 2) *Protecția intereselor economice ale consumatorilor*, care se referă la dreptul consumatorilor de a lua singuri decizia privind achiziționarea de produse și servicii, de a beneficia de o redactare clară a cauzelor contractuale și a indicațiilor de utilizare și de a fi despăgubiți pentru eventualele daune provocate de produse sau servicii.

- 3) *Informarea și educarea consumatorilor*, este un domeniu de mare importanță în sistemul de protecție a consumatorilor. Legea prevede dreptul de a fi informați în mod corect asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor oferite de către agenții economici, astfel încât să poată alege rațional, în conformitate cu interesele lor [4].

Aceste obiective figurează în legislația mai multor state, iar prin acestea se intenționează aducerea la cunoștință consumatorilor legile ce au menirea de a proteja și apăra în cazul creării unor prejudicii de orice natură prin intermediul unui produs necorespunzător standardelor emise de legislația în vigoare.

Ce spune legea la cumpărarea de bunuri?

- Să fie adaptate pentru utilizare normală
- Să corespundă scopului propus
- Să corespundă descrierii
- Să aibă o calitate acceptabilă [6].

Aceasta înseamnă că bunurile trebuie să funcționeze și să-și îndeplinească scopul pentru care au fost achiziționate. Ele trebuie, în mod normal, să nu prezinte defecte, chiar și minore, să aibă o prezentare și o finisare rezonabile, să fie sigure și durabile.

O importanță deosebită o are eticheta de informare și instrucțiunile de folosire precum și eventualele avertizări ale consumatorului, în cazuri speciale de utilizare. Informațiile înscrise pe etichetă nu trebuie să inducă în eroare consumatorii la achiziționarea produselor.

Magenta Consulting a realizat un sondaj de opinie pentru a afla câți moldoveni analizează eticheta produselor alimentare, la ce atrag atenția și câtă încredere au în informația de pe ambalaj. Potrivit datelor colectate, 4 din 10 persoane chestionate nu analizează eticheta produselor alimentare pe care le cumpără sau fac asta foarte rar. Potrivit rezultatelor sondajelor, 72% dintre cei care nu citesc eticheta niciodată sunt bărbați, iar 62% provin din mediul rural.

Totodată, aproape 1/3 dintre respondenți au declarat că citesc etichetele la toate produsele. Printre acești respondenți se numără mai mult femeile, tinerii și persoanele cu venituri mai mari.

Sondajul a fost realizat de Magenta Consulting, pe un eșantion de 521 de persoane, cu vârsta cuprinsă între 18 și 70 de ani, cu o distribuție reprezentativă la nivel național și cu o marjă de eroare de +/- 4%. Datele au fost colectate în perioada 26 Martie – 15 Aprilie 2019 la telefon, prin metoda CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) [5].

Concluzii

În concluzie, ambalajul și restul caracterelor de pe acesta trebuie să convingă consumatorul de calitatea produsului (fără ca informația prezentată să fie eronată).

Protecția consumatorului este un subiect necesar în actualitate și trebuie obligatoriu să fie asigurat de producători și vânzători, indiferent de sfera de activitate. Aceștea trebuie să asigure piața cu produse cât mai calitative, sănătoase, care nu prezintă risc pentru viața, sănătatea și securitatea consumatorului, iar aceste aspecte trebuie să le întrunească în mod obligatoriu și ambalajul, deoarece anume el este cel ce generează într-un final decizia de cumpărare, el este atât sursa primelor impresii cât și cel care arată personalitatea, poziționarea, valorile și avantajele mărcii.

Pentru evitarea riscului de a deveni victime în urma consumului, recomand să :

- Citirea etichetelor cu atenție sporită;
- Achiziționarea produselor ce corespund standardelor;
- Informarea cu privire la drepturile consumatorilor;
- Participarea la evenimente dedicate informării consumatorului.

În cazul în care au fost lezate drepturile, consumatorul poate apela să la APC (Agenția pentru Protecția Consumatorilor) care vă poate oferi servicii de consiliere gratuite, atât telefonic (linia telefonică fierbinte 022 741464 și 080028028 (apel gratuit din teritoriul Rep. Moldova)) cât și la sediul APC, pe adresa mun. Chișinău, str. Vasile Alecsandri, 78, etajul 1.

Referințe

Referințe Web:

1. OLARU M., SCHILERU I., BĂIETONIU P., PAMFILIE R., PARĂIAN E., PUCRCĂREA A. „Fundamentele științei mărfurilor“ , Editura Eficient, București, 1999, pag.242. Disponibil: <https://documente.net/document/functiile-ambalajului.html>
2. <https://www.qdidactic.com/bani-cariera/marketing/merceologie/ambalarea-produselor-in-relatie-cu-protectia-consuma487.php> [citat 13 februarie, 2021].
3. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX%3A31982L0711> [citat 23 februarie, 2021].

Reglementări legale și legi, organizații:

4. Legea Republicii Moldova privind protecția consumatorilor: nr.105-XV din 13.03.2003. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova*. din 27.06.2003, nr.126-131/507, cu modificarea ulterioară prin Legea nr.526-XV din 18.12.03. Republicat: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* din 21.10.2011, nr.176-181/513 [online]. [citat 13 februarie, 2021]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=28772&lang=ru
5. <https://consumator.gov.md/>
6. https://consulting.md/files/reports/40/moldovenii_eticheta.pdf [citat 23 februarie , 2021].