

EXPERTIZAREA COMPLEXĂ A CALITĂȚII MĂRFURILOR ÎN RELAȚIE CU PROTECȚIA CONSUMATORILOR. EXPERTIZAREA CALITĂȚII REALE A UNOR PRODUSE CU FRECVENȚĂ MARE ÎN CONSUM, COMERCIALIZATE PE PIAȚA ROMÂNEASCĂ

Prof. univ. dr. Viorel Petrescu, Prof. univ. dr. Ion Diaconescu, Prof. univ. dr. Marieta Olaru, Prof. univ. dr. Constanța Pâslaru, Prof. univ. dr. Roxana Sârbu, Conf. univ. dr. Anca Purcărea, Conf. univ. dr. Ion Schileru, Conf. univ. dr. Doru Pleșea, Lect. univ. dr. Anca Atanasie, Lect. univ. dr. Costel Stanciu, Lect. univ. drd. Mihai Neagrea, Asist. drd. Andrei Valentin

Obiective:

- Relevarea calității reale a unor produse selecționate și a abaterilor constatate față de calitatea prescrisă;
- Alcătuirea unei baze proprii de date, pe baza constatărilor și a concluziilor prezentei cercetări și sintetizarea informațiilor sub forma unor studii de caz.

Activități:

- 1) Analiza reclamațiilor primite la Oficiile pentru Protecția Consumatorilor (O.P.C.) și la Asociația pentru Protecția Consumatorilor (A.P.C.), precum și a efectelor consumării și utilizării mărfurilor sau serviciilor incriminate;
- 2) Analiza modului de soluționare a reclamațiilor și a efectelor acestora asupra producătorilor/ comercianților de mărfuri;
- 3) Selecționarea unor produse ce vor fi supuse analizei și a caracteristicilor care urmează a fi determinate;
- 4) Expertizarea calității reale a produselor selecționate.

În condițiile mondializării și globalizării piețelor, un accent deosebit începe să se pună pe aspectul managerial al calității, pe identificarea surselor noncalității produselor și serviciilor și pe eliminarea sistematică a abaterilor de la calitate.

Ca urmare, în perspectiva integrării României în U.E., succesul agenților economici va depinde de permanenta lor adaptare la restricțiile, riscurile și oportunitățile pe care le generează contextul socio-economic mondial, într-un sistem concurențial, calitatea produselor constituind un argument puternic asigurării competitivității mărfurilor. În acest context, calitatea produselor trebuie definită și evaluată într-o concepție unică, față de care practica economică este tot mai sensibilă și receptivă.

La ora actuală, specialiștii în domeniul reclamelor, politicienii, mijloacele de comunicare în masă, producătorii etc. fac o adevărată risipă în folosirea termenului "calitate", întâlnindu-se din ce în ce mai des ideea "calitatea este o meserie în sine".

Calitatea definește abilitatea de a produce, de a intra în competiție pe piețele lumii, de a fi mândri de munca depusă și de sistemele de management utilizate. Ea îi legitimează pe furnizorii de produse și servicii și este chiar modalitatea lor de a exista ca ființe economice.

Atât calitatea, cât și satisfacția clienților sunt subiecte de maximă importanță, care câștigă o atenție sporită pe plan mondial, capacitatea unei organizații de a rămâne pe piață depinzând în totalitate de abilitatea ei de a câștiga și de a-și menține clienții.

Aceasta este teoria în domeniul calității care este sublimă, dar cu toate acestea, în mod paradoxal, în paralel cu evoluția conceptului și practicii în domeniul calității, în ultimele decenii, problemele consumatorilor s-au aflat în permanență în centrul atenției teoriei și practicii economice și juridice din întreaga lume. Asemenea probleme, tot mai complexe prin conținut și mai ales prin soluțiile reclamate, fac ca teoria protecției drepturilor consumatorilor să fie tot mai studiată la nivelul diverselor comunități internaționale și mondiale, guvernamentale sau neguvernamentale și să fie coroborată cu stabilirea măsurilor necesare pentru crearea unui cadru legislativ și instituțional adecvat în vederea asigurării unei protecții reale a consumatorilor.

Paradoxul apare din însăși dezvoltarea mișcării consumatorilor care nu și-ar avea obiect în situația în care toți producătorii și comercianții ar acționa conform teoriei economice a calității. Pe plan internațional, protecția

consumatorilor este de mult timp un concept și o practică bine încetățenită, prin aplicarea căruia consumatorii sunt în mod real protejați. Cazurile privind despăgubiri acordate consumatorilor, uneori în sume impresionante, pentru deprecierea calitative sau pentru lipsurile cantitative ale produselor achiziționate sunt de notorietate.

Adevărul este că la începutul acestui secol XXI consumatorii se confruntă cu probleme din ce în ce mai complexe ale produselor achiziționate provocate de către însăși firmele producătoare, de mediul în care acestea își desfășoară activitatea și în care trăim, dar și de către falsificatorii de mărfuri care urmăresc obținerea unor câștiguri ilicite cât mai mari și în cel mai scurt timp.

În pofida tuturor aparențelor, chiar dacă dă mari bătaii de cap unor producători, comercianți sau prestatori de servicii, mișcarea consumatorilor trebuie privită, în realitate, ca fiind benefică nu numai consumatorilor, ci chiar și producătorilor, multe dintre problemele interne ale acestora datorându-se necunoașterii reale a clienților lor.

În țările cu economie de piață tradițională, multe dintre companii au realizat că, pentru a se menține pe piață, nu pot acționa numai asupra prețului ca element de diferențiere a propriilor lor produse și servicii de cele ale concurenților, și ca urmare au început să-și concentreze atenția în direcția realizării unei satisfacții maxime a propriilor lor clienți.

Organizațiile care-și focalizează atenția asupra satisfacției clienților oferindu-le servicii din ce în ce mai diversificate pot pretinde și un preț mai ridicat pentru produsele/serviciile lor, cu efecte directe asupra creșterii cotei lor de piață, într-un ritm de două ori mai rapid decât media celorlalte organizații.

În România numărul organizațiilor care oferă produse și/sau servicii similare, la prețuri similare, a cunoscut o creștere exponențială în perioada după 1989, însă din păcate, pe piața românească nu se urmărește și nici măcar nu se încearcă stabilirea unor relații trainice între producător/comerciant, pe de o parte, și client, pe de cealaltă parte, bazate pe încrederea consumatorilor în produsele achiziționate și pe respectul acordat acestora de către furnizori.

La ora actuală, se întâlnesc mai mulți factori care-și dispută întâietatea în influența lor negativă asupra calității mărfurilor: goana după profit și de cele mai multe ori, inconștiența producătorilor și comercianților materializate în modificarea rețetelor de fabricație și nerespectarea tehnologiilor, existența diferitelor surse de contaminare și contrafacerea de mărfuri de slabă calitate etc.

În prezent, pe piața românească, producătorii și comercianții de mărfuri se bucură de o prea mare libertate de acțiune în domeniul lor de activitate. Aici este de semnalat mai ales cazul producătorilor de mărfuri alimentare care au o totală libertate în alegerea și aplicarea unor rețete proprii de fabricare a produselor lor. Însă, nu întotdeauna acestea conduc la apariția unor produse calitativ superioare celor deja existente pe piață.

De exemplu, în prezent, pe piața românească este frecvent folosită pasta de carne, ca înlocuitor de carne la unele preparate. Acest înlocuitor, cunoscut și sub denumirea de MDM, este un produs obținut din carne dezosată mecanic. Fabricarea acestui produs este foarte extinsă în U.E., 90% din producție fiind destinată exportului în țările din estul Europei, unde datorită nivelului de trai scăzut predomină pe piață preparate din carne ieftine, dar de slabă calitate (în România se importă anual cca. 15.000 tone de MDM). Folosirea acestui înlocuitor, pe lângă faptul că reprezintă o falsificare a produselor în compoziția cărora se regăsește (parizerul conține cca. 80% MDM), prezintă și o serie de riscuri pentru sănătatea consumatorilor: crește riscul de contaminare cu Salmonella și poate conduce la modificări asupra dezvoltării copiilor datorită conținutului mare de calciu existent (când dezosarea mecanică se execută cu aparatură neperformantă). De remarcat este faptul că în U.E. utilizarea acestei paste de carne este interzisă, ea putând fi folosită numai într-o proporție de 3-5% în preparate și numai de către producătorii care fabrică și acest tip de pastă de carne. Înainte de 1989, legislația românească permitea folosirea acestui înlocuitor numai într-o proporție de 5-10%. Ținând cont de efectele potențial nocive ale MDM asupra sănătății consumatorilor, unele firme de preparate din carne folosesc în reclame mențiunea lipsei MDM în produsele proprii.

În cadrul contrafacerilor de mărfuri în general, contrafacerea produselor alimentare este cu atât mai periculoasă cu cât efectele acesteia nu se rezumă numai la fraudarea consumatorilor ci atentează și la sănătatea și la viața acestora.

La orice pas, cu fiecare achiziție de produs, consumatorul român este înșelat nu numai la cântar ci este expus și la riscuri care devin din ce în ce mai ridicate și mai de nebanuit: majoritatea produselor se falsifică, inclusiv în banala pâine se introduc coloranți pentru a o "transforma" în pâine neagră, carnea de vită este înlocuită cu carnea de cal (septembrie 2003, la Arad), smântâna are declarată cu nonșalanță prezența amidonului modificat în cadrul ingredientelor, cu toate că, nu cu mult timp în urmă, adăugarea amidonului în smântână era considerată o contrafacere etc. Piața românească este invadată de falsuri, prezente nu numai în bazaruri, ci și în magazinele cu pretenții, dar spre diferență de contrafacerile de pe piața Uniunii Europene, acestea sunt de slabă calitate, punând astfel în pericol viața și sănătatea consumatorilor/utilizatorilor.

Metodele de falsificare a preparatelor din carne s-au rafinat din ce în ce mai mult. Legea românească prevede că "derivatele proteice din soia (făina comestibilă din soia) pot fi utilizate la fabricarea preparatelor din carne și a conservelor, în produse lactate și în cele de panificație". În realitate, făinurile și texturatele din soia se folosesc drept înlocuitor al cărnii în produsele comercializate sub denumirea de preparate și conserve din carne. Făina de soia are rolul atât de emulgator cât și de a lega apa, ea fiind admisă ca aditiv numai într-o proporție de 2%, așa cum prevede legislația internațională, peste care se impune declararea ei și a cantității utilizate pe etichetă.

Ciocolata este și ea deseori un obiect al contrafacerilor. Cele mai multe cazuri sunt cele de inducere în eroare a consumatorilor prin intermediul ambalajului. Astfel, ambalajele diverselor sortimente de ciocolată prezintă diverse fructe:

mere, banane, vișine etc. foarte atrăgător colorate sugerând prezența acestora în compoziția ciocolatei. În realitate, la capitolul compoziție, cu litere foarte mici se specifică „aromă identic naturală”. Legea este foarte clară în acest domeniu, interzicând „ilustrațiile cu fructe dacă acestea nu influențează într-un mod perceptibil proprietățile organoleptice sau nutritive ale alimentului”.

Vinurile falsificate, fabricate din: arome sintetice, coloranți, îndulcitori artificiali, alcool etilic și apă reprezintă o permanență pe piața din România, fiind falsificate peste 50% din vinurile comercializate. Cele mai des întâlnite contrafaceri sunt la vinurile: Muscat-Ottonel, Tămâioasă Românească, iar Busuioacă de Bohotin, cultivată pe o suprafață de numai 50 ha poate fi găsită practic în orice spațiu de vânzare. La controalele efectuate, s-a constatat că, de cele mai multe ori, vinurile falsificate “nu sunt corespunzătoare consumului uman”.

Dar nu numai produsele alimentare pot periclita viața sau sănătatea consumatorilor, așa cum este cazul pieselor de schimb pentru autoturisme. Potrivit estimărilor, pe piața românească cca. 50% din comerțul cu piese auto, accesorii sau uleiuri este ilegal, mărfurile provenind din contrabandă sau fiind contrafăcute (valoarea estimată fiind de 500 mil. \$).

De asemenea, multe dintre produsele oferite pe piață nu oferă nici o informație cu privire la actul normativ care stă la baza producerii lor, deci teoria conform căreia *consumatorii au însă nevoie să cunoască standardele, informația ajutându-i să-și satisfacă mai bine interesele* este contrazisă în totalitate, fiind în același timp anulate și avantajele pe care standardizarea le oferă consumatorilor prin apărarea drepturilor lor, respectiv:

- *protecția sănătății și siguranței* prin specificații tehnice în materie de siguranță;
- *dreptul la informare* prin specificații tehnice și marca de certificare;
- *libertatea de alegere* prin armonizarea internațională a specificațiilor;
- *diferențierea produselor*, prin standardizare se influențează pozitiv raportul calitate/preț.

În alte cazuri, din ce în ce mai dese, apar etichetări greșite, multe dintre produsele congelate având data de congelare și cea de expirare în aceeași lună (caz imposibil în cazul mărfurilor congelate, în care valabilitatea produsului este mult mai mare). Sigur că putem vorbi de erori, dar dacă ele apar din ce în ce mai multe, ce siguranță putem avea în calitate de consumatori că termenele de valabilitate care nu conțin erori flagrante sunt reale?

Ca urmare, singurul adevăr care rezistă din confruntarea teoriei cu practica este acela că toți producătorii și comercianții preferă obținerea unor profituri și extraprofituri, făcând abstracție de consecințele mărfurilor produse sau livrate asupra clienților lor. Astfel, în România, cu cât vorbim mai mult despre calitate, despre o reală protecție a consumatorilor și despre respectarea drepturilor lor, cu atât calitatea produselor și serviciilor lasă mai mult de dorit.

Problemele complexe ale calității mărfurilor nu sunt încă soluționate satisfăcător pentru a fi reflectate în mecanismele de piață, inclusiv în domeniul comercializării produselor. Soluționarea de fond a acestor probleme implică necesitatea redefinirii și a unei receptări nuanțate a problematicii calității, atât în sfera producției, cât și în cea a distribuției și a consumului. Astfel abordate, problemele complexe ale calității mărfurilor pot susține produsele fabricate în România, asigurându-le competitivitatea pe piața internă și internațională, în condițiile unei concurențe acerbe.

La aceleași concluzii s-a ajuns și în urma analizei reclamațiilor înregistrate a APC, ocazie cu care au fost identificate următoarele tipuri de litigii de cosum:

A. Litigii care decurg din nerespectarea obligațiilor legale și contractuale ale agenților economici:

1. Garanția produselor:

- a) nerespectarea obligației de remediere, înlocuire, restituire a contravalorii în cazul produselor defectate în cadrul termenului de garanție sau ulterior, ca urmare a manifestării unor vicii ascunse;
- b) tergiversări în îndeplinirea obligației de remediere sau îndeplinirea necorespunzătoare a acestei obligații;
- c) omiterea înscrierii unor informații esențiale în certificatul de garanție după efectuarea reparației.

2. Documentație:

- a) nepredarea la achiziție a unor documente strâns legate de obligația de garanție: certificat de garanție, manual de utilizare în limba română;
- b) nepredarea bonurilor sau a facturilor fiscale;
- c) nerespectarea de către agenții economici a prevederilor referitoare la etichetarea produselor alimentare.

3. Clauze contractuale:

- a) tratarea cu indiferență a reclamațiilor legate de neîndeplinirea unor obligații contractuale;
- b) întârzieri mari în remedierea defecțiunilor;
- c) nerespectarea parametrilor tehnici și calitativi prevăzuți în contracte.

B. Litigii care apar datorită inserării unor clauze abuzive în contracte sau datorită omiterii anumitor clauze:

- a) includerea în contracte a unor clauze de exonerare de răspundere a agenților economici care nu sunt bazate exclusiv pe forța majoră sau pe culpa altei persoane;
- b) neprevăderea posibilității consumatorilor de a denunța unilateral contractele în cazul unor modificări esențiale a clauzelor contractuale;
- c) neprevăderea motivelor de reziliere sau pentru modificarea contractelor.

C. Litigii apărute ca urmare a nerespectării caracteristicilor tehnice și calitative ale produselor și serviciilor:

- a) punerea pe piață a unor produse necorespunzătoare din punct de vedere calitativ sau tehnic, punându-se astfel în pericol viața sau sănătatea consumatorilor ori putând produce prejudicii acestora prin afectarea unor bunuri aflate în proprietatea lor;
- b) nerespectarea standardelor tehnice și de calitate a serviciilor, care chiar dacă nu sunt prevăzute în contracte, sunt stabilite de reglementări interne și internaționale.

În concluzie, prin analiza efectuată la nivelul APC-România asupra reclamațiilor primite în decursul anilor 2002 și 2003, cele mai reprezentative tipuri de litigii de consum au fost următoarele:

1. nerespectarea de către agenții economici a obligațiilor prevăzute în sarcina lor de legislația aplicabilă în domeniul comercializării produselor de folosință îndelungată;
2. neîndeplinirea de către agenții economici a prevederilor contractuale;
3. calitatea necorespunzătoare a produselor achiziționate de consumatori și a serviciilor prestate de către agenții economici;
4. inserarea de către agenții economici în contractele standard preformulate încheiate cu consumatorii a unor clauze abuzive;
5. nerespectarea de către agenții economici a prevederilor referitoare la etichetarea produselor alimentare.

Având la bază aceste concluzii, în cadrul părții aplicative a contactului nostru de cercetare am urmărit evidențierea stării calitative reale pentru o serie de produse alimentare (pâine, preparate din carne, carne de pui, brânzeturi proaspete, cașcavaluri, cafea, vinuri etc.) și nealimentare (mărfuri electrocasnice, textile, încălțăminte, chimice) prelevate direct din rețeaua comercială de către colectivul nostru de cercetători, prin testarea lor organoleptică și determinarea unor parametri fizico-chimici, în paralel cu cerințele de calitate impuse acestora

În vederea expertizării calității reale a unor mărfuri existente în rețeaua comercială din București, am selecționat o serie de grupe de mărfuri cu frecvență mare în consumul populației, mărfuri de o calitate medie, reflectată și în prețul lor de achiziție, pe care le-am analizat în laboratoarele de specialitate din cadrul Catedrei de Merceologie și Managementul calității.

Rațiunea acestei alegeri a fost expertizarea calității reale a unor mărfuri accesibile ca preț consumatorului cu o putere financiară medie, pentru a reflecta cât mai fidel situația existentă pe piața românească.

În același timp, am achiziționat din Piața Obor și o serie de produse din domeniul electrocasnic, de o calitate inferioară și care sunt cele mai susceptibile să provoace accidente ale utilizatorilor și să le pună în pericol viața. Aceleași produse se întâlnesc și la comis-voiajorii atât de prezenți pe străzile din București.

Concluziile la care am ajuns sunt următoarele:

1) mărfuri electrocasnice achiziționate din supermarket-ul Carrefour:

- ca o problemă generală, se poate semnală faptul că certificatele de garanție nu sunt corect completate iar atunci când există certificat de garanție internațional (cazul râșniței) este practic inutilizabil nefiind datele de identificare ale produsului, vânzătorului sau ale cumpărătorului și nici data de achiziție;
- pentru toate produsele analizate nu se specifică nivelul maxim admis al zgomotului și numărul de decibeli emiși în cazul funcționării în stare normală a acestor mărfuri;
- pentru *cafetieră* putem semnală următoarele vicii de calitate:
 - capacul de închidere a zonelor pentru introducerea apei și a cefelei măcinate în filtru are prevăzute 5 orificii de eliminare a aburului, fapt care face imposibilă dispunerea cafetierei sub dulapul de bucătărie suspendat pe perete, pe care-l afectează la partea inferioară, atât prin pătare, cât și prin exfolierea melaminei;
 - lasă de dorit robustețea aripioarelor de închidere-deschidere a capacului acestui vas;
 - umplerea cafetierei cu apă prin intermediul vasului de jena cu care este dotată este imposibilă, datorită formei bombate a vasului și a cafetierei;

- introducerea și extragerea vasului de jena de-asupra plitei se face cu greutate, după mai multe încercări de poziționare a acestuia;
- culoarea cordonului de alimentare la rețea distonează, cu culoarea corpului cafetierei;
- cordonul de alimentare este destul de scurt – 0,8 m, condiționând existența unei prize în apropierea locului de amplasare a cafetiere sau a unui prelungitor;
- cafeaua se prepară într-un timp rapid dar, în același timp, extracția nu este completă;
- dispozitivul anti-picurare nu este eficient, după scoaterea vasului cu cafeaua preparată, ultimele picături de cafea scurgându-se pe plita încinsă.
- pentru *râșniță* se poate semnala existența unor bavuri ale capacului de închidere.
- pentru *mixer* putem semnala următoarele vicii de calitate:
 - culoarea cordonului de alimentare distonează cu corpul mixerului;
 - prin acționarea butonului ejector, ambele palete și bătătoare sunt ejectate cu prea mare viteză, fiind necesară prinderea lor în mână cu mare atenție, în caz contrar fiind aruncate la distanță de 0,5 m.

Ca o concluzie generală pentru calitatea acestor mărfuri electrocasnice se poate semnala completarea incorectă a certificatelor de garanție, lipsa mențiunii unor parametri tehnico-funcționali din prospect, lungimea insuficientă a cordonului de alimentare la rețea, vicii de proiectare și neglijarea aspectului estetic, prețul mediu al acestora, reflectând în concluzie o calitate tot medie.

2) mărfuri electrocasnice achiziționate din Piața Obor:

- ambalajele ambelor produse nu prezintă marcajul CE și informațiile despre produs nu sunt trecute informații în limba română;
- prospectele produselor, la fel ca și instrucțiunile de folosire și curățire sunt netraduse în limba română;
- produsele nu sunt însoțite de certificat de garanție, iar nici pe ambalaj și nici în prospect nu este specificat termenul de garanție;
- nici în prospectul produselor, nici pe ambalaje nu se specifică nivelul maxim admis al zgomotului.
- pentru *râșniță* se pot semnala existența următoarele vicii de calitate:
 - este o contrafacere, denumirea Sunny permițând inducerea în eroare a clienților, datorită asemănării cu celebra marcă Sony;
 - nu sunt marcate următoarele elemente: marca de fabrică a firmei producătoare, tipul și seria produsului (plăcuța dispusă pe produs);
 - avertizările inscripționate pe produs sunt netraduse în limba română;
 - există o neconcordanță între tensiunea nominală marcată pe ambalaj și produs (220V 50/60 Hz) și cea trecută în prospect (110/220 V 60Hz);
 - alimentată la 110 V, râșnița funcționa anormal (turație redusă);
 - marginile capacului nu sunt finisate corespunzător, existând bavuri;
 - produsul nu corespunde din punct de vedere al protecției la atingerea accidentală a părților în mișcare;
 - datorită turației mari, materialului și geometriei cuțitului există un risc ridicat de accident;
 - nivelul zgomotului măsurat este de 80 dB (A), standardele recomandând ca nivelul de zgomot să nu depășească 65 dB.
- pentru *mixer* se pot semnala existența următoarele vicii de calitate:
 - cordonul de alimentare are lungimea de 78 cm, fiind prea scurt pentru a oferi o ergonomie satisfăcătoare;
 - la verificarea funcțională s-a constatat că practic mixerul are doar patru trepte de viteză, în locul celor 7 declarate și marcate pe produs (la trecerea de pe o treaptă pe alta nu s-a observat nici o modificare a turației);
 - demontarea telurilor se realizează cu dificultate, fiind necesară apăsarea puternică a butonului ejector;
 - nivelul zgomotului măsurat la distanța de 1 m de aparat, la toate treptele de viteză a depășit recomandările standardelor în materie (74, 75, 77 și 78 dB).

Ca o concluzie generală pentru calitatea acestor mărfuri electrocasnice se poate semnala pericolul pe care acestea le prezintă pentru siguranța utilizatorilor, datorat nu numai caracteristicilor constructive, cât și lipsei atenționărilor în limba română, nivelul mare de zgomot creat, lipsa certificatelor de garanție și de aici, imposibilitatea reparării acestora sau a înlocuirii lor în cadrul termenului de garanție legal, finisajul de slabă calitate și inducerea în eroare a cumpărătorilor nu numai prin denumirile comerciale sub care se prezintă, dar și prin informațiile transmise privitoare la parametrii tehnico-funcționali.

3) mărfuri chimice:

Problemă sesizată la săpunurile analizate o constituie modalitatea diferită de codificare a termenelor de valabilitate înscrise pe ambalaje și neclaritatea inscripționărilor. Ca urmare, se impune ca în acest domeniu să se facă o unificare a modului de exprimare, termenele de valabilitate trebuind să indice limita maximă de folosire, fără consecințe negative. La fel ca și în cazul mărfurilor anterioare, prețul reflectă cu fidelitate calitatea produsului – cazul săpunurilor Fax, în ambalaj colectiv din pungă de polietilenă, slab parfumate și cu un aspect ce lasă de dorit, dar și cu un preț scăzut.

4) mărfuri textile și încălțăminte:

1. Se constată o neconcordanță între informațiile furnizate de producător și distribuitor, datele comunicate cumpărătorului fiind parțial contradictorii, iar unele chiar incorecte.
2. Informațiile transmise cumpărătorului sunt reduse ca număr și neesențiale pentru funcționalitatea produselor.
3. Conform legilor românești în vigoare, etichetele trebuie să conțină mesajele în limba română, ceea ce nu s-a respectat pentru toate produsele.
4. Indicațiile necorelate între cele furnizate de producător și de distribuitor, privind modul de întreținere, pot provoca degradarea produselor și cauza dificultăți în solicitarea despăgubirilor.

5) mărfuri alimentare:

La **grupa lapte și produse lactate** – rezultatele la produsul lapte confirmă modul de ambalare consacrat în pungi de polietilenă – în care datele de informare a consumatorului privesc conținutul de grăsime (1,8%, 2,0%, 3,5%) și data expirării termenului de valabilitate. Analizele efectuate asupra conținutului de grăsime au fost apropiate de valorile prescrise - la o diferență de -0,1% (admisă) și -0,2% (neadmisă) (producător Lacta Brașov și Lacta Giurgiu).

Aciditatea laptelui s-a încadrat în valorile prescrise iar densitatea relativă de asemenea.

Brânzeturile – nepreambalate, în număr de patru sortimente – au furnizat un număr redus de date (gramaj, fără menționarea conținutului de grăsime, apă, termen de valabilitate, condiții de păstrare) și fără indicarea standardului de firmă, astfel încât am fost lipsiți de posibilitatea comparării și desprinderii abaterilor. La această grupă conținutul de grăsime %S.U. a înregistrat abateri semnificative (de – 4% la produsul „Brânză grasă Lacta”).

Cașcavalurile prelevate au prezentat un conținut de grăsime apropiat de valoarea declarată, dar tot în minus (cu valoarea de -2%) și un și un gramaj ancorat cu valoarea de pe etichetă. Alte informații prezentate s-au referit la termenul de valabilitate care a prezentat o marjă destul de mare la dispoziția cumpărătorului și unele date privind condițiile de păstrare.

Carnea de pui – pulpe cu os, corp cu cap și picioare – s-a prezentat în stadiul de prosepțime (pH – 6,2) normal, în gramajul declarat și cu declararea perioadei de valabilitate, cu inscripționarea mențiunii „Control sanitar-veterinar CL 1594014 sau cu ștampila de inspecție guvernamentală 143. Și conținutul de NH₃ (30 mg %) s-a încadrat în limitele admisibilității.

Preparatele din carne (cembusti, parizer, cârnați speciali și salam) au fost analizate din punct de vedere al conținutului de apă (%), grăsime și sare- caracteristici care s-au încadrat în domeniul admisibilității grupei, inclusiv la gramajul marcat pe etichetă. Unele sortimente nu menționează standardul de firmă, condițiile de păstrare (vezi tabelul nr. 1). Alte produse aduc precizări privind comestibilitatea sau necomestibilitatea membranei. Producătorii evidențiați în tabelul nr. 1, informează că au sistemul de calitate certificat precum și autorizația sanitar-veterinară. Toți producătorii prezintă rețeta produsului și ingredientele folosite la obținerea produsului.

Vinurile supuse analizei au avut ca proveniență podgoriile Murfatlar, Târnave-Jidvei, Terosețe, Pietroasa, Donnbier. Pe toate sortimentele supuse analizei se menționează concentrația alcoolică și capacitatea volumetrică a sticlei. Toate sortimentele supuse analizei au corespuns din punctul de vedere al concentrației alcoolice (cu abaterea admisă de +/- 0,2%vol), precum și la caracteristica aciditate totală. Unele sortimente nu precizează condițiile de păstrare și termenul de valabilitate după îmbuteliere (în condițiile neprezentării temperaturii optime de păstrare de +5 + 15 °C). O parte din sortimentele supuse analizei prezintă temperatura de consum. Aciditatea volatilă, caracteristică de calitate care indică prin valorile sale normale (0,75 ... 1,25 g/l CH₃COOH) starea de sănătate a vinului, a corespuns pentru toate probele prelevate și analizate.

Mierea de albine monofloră (salcâm, tei) și polifloră a făcut obiectul analizelor referitoare la conținutul de apă maxim admis care nu s-a încadrat în prevederile standardizate (max. 20%), dar abaterile s-au situat la valorile de +0,5%, +0,8% și respectiv +1,0%. Densitatea relativă la temperatura de +20°C de asemenea s-a situat sub minimul admis (1,417) iar aciditatea totală a prezentat valori ușor crescute (+0,3 grade) la mierea polifloră (Albina Carpatina).

Conservele de pește – în număr de cinci sortimente – au fost analizate în conformitate cu specificul lor. Toate cele cinci sortimente au corespuns din punct de vedere al ambalajului, dar au înregistrat abateri semnificative privitoare la proporția de pește (conținutul de pește raportat la masa netă) între -2,0% și -5,0%. În ceea ce privește masa netă s-au

constatat abateri mai mici (-2g). Eticheta a prezentat informații privind termenul de valabilitate sau data producției, respectiv data expirării termenului de valabilitate.

Pateurile (ficat, ficat + carne) au fost analizate din punct de vedere cantitativ, respectiv analiza masei nete, starea ambalajului și conținutul de sare. Abateri s-au constatat la masa netă (în intervalul -4g ... -5g). Toate produsele analizate au prezentat termenul de valabilitate normal precum și condițiile de păstrare. O parte din produsele analizate prezintă informații referitoare la sistemul de management al calității certificat în conformitate cu SREN ISO 9001/2001. Din punct de vedere organoleptic, caracteristica culoare a prezentat o nuanță slab cenușie iar gustul și aroma au fost slab pronunțate în sensul abaterii de la gustul de ficat. Furnizorul SC Facos SA-Suceava, informează prin eticheta produsului că se află în categoria unităților agreeate în UE.

Băuturile alcoolice tari – au fost reprezentate în probele extrase din vodcă (mărcile Kreskova și Premium) cu ambalaje atrăgătoare din sticlă. Mărcile mai sus menționate sunt fabricate și pentru export și au termenul de valabilitate menționat clar pe etichetă. Concentrația alcoolică a corespuns la toate probele analizate (40%vol respectiv 37,1%vol). La vodca Premium pe etichetă se menționează că produsul a fost testat într-un laborator acreditat, menționându-se și standardul profesional care reglementează calitatea produsului (SP 1/2000).

Paste făinoase – au fost reprezentate prin macaroane, tăiței și spaghete – toate ambalate în pungi de polipropilenă. Pe ambalajul produselor se oferă informații referitoare la valoarea energetică, compoziție, gramaj și timpul de fierbere. Determinarea conținutului de apă din produs – a avut valori ușor crescute (+0,5%) peste maximumul admis, iar creșterea în volum după fierbere s-a încadrat în limitele standardizate (peste 2,5 ori). Aciditatea determinată pentru probele prelevate s-a situat la valori sub maximumul admis, ceea ce exprimă dovada prospețimii produselor și a încadrării în termenul de valabilitate declarat pe ambalaj. Ca un element suplimentar, pe ambalajul pastelor făinoase produse de SC Băneasa SA, se menționează linia telefonică de serviciu pentru consumatori.

Făina – de calitate superioară tip 000 – s-a prezentat în ambalaj de hârtie. Ambalajul oferă informații referitoare la termenul de valabilitate, valoarea energetică, conținutul de proteine, glucide și lipide, precum și condițiile de păstrare. Conținutul de apă a prezentat valori ușor crescute peste maximumul admis (+0,3%, +0,4%). Produsul de la producătorul SC Moara Loulis SA menționează pe ambalaj informația „Nu conține conservanți” precum și standardul profesional. Produsul de la producătorul SC Pombac SA prezintă pe ambalaj mențiunea că sistemul de management al calității este certificat. Se menționează și standardul de firmă elaborat și aplicat. Două probe au prezentat aciditatea ușor crescută peste maximumul admis (+0,2 grade).

Cafea – produs ce se încadrează în grupa de produse alimentare stimulente – și constituie o excepție în privința îndeplinirii caracteristicilor de calitate în sensul pozitiv. Toate cele patru sortimente au făcut parte din grupa produselor vidate. Toate produsele analizate au prezentat pe ambalaj informațiile referitoare la producător și importator. La degustarea probelor prelevate din cele patru produse acestea au prezentat infuzii caracteristice și distincte mult apreciate de comisia de degustare. O notă aparte, superioară a prezentat cafeaua Lavazza, a cărei infuzie s-a distins prin extractivitate, gust și aromă pronunțate, caracterizate ca excelente. Determinarea adaosurilor de surogate efectuată asupra probelor a fost „negativă”, determinarea confirmând prezența cafelei naturale.