

**KAPITEL 6 / CHAPTER 6⁶****IDENTIFICATION AND LABELLING OF FOOD ALLERGENS IN FOODS FOR INFANT AND CHILD NUTRITION: INTERNATIONAL EXPERIENCE****DOI: 10.30890/2709-2313.2025-45-01-035****Вступ.**

У сучасному суспільстві зростає рівень поширеності харчової алергії серед дітей, що становить серйозну проблему для охорони здоров'я та безпеки харчування. За даними міжнародних організацій, близько 6–8 % дітей у віці до трьох років мають алергічні реакції на харчові білки, що можуть призводити до тяжких ускладнень, включаючи анафілактичний шок. У цьому контексті особливого значення набуває достовірна ідентифікація та належне маркування алергенів у дитячих харчових продуктах, що дозволяє знизити ризики для здоров'я та забезпечити обґрунтований вибір споживача.

Незважаючи на існування законодавчих вимог у різних країнах щодо зазначення алергенів на етикетках, міжнародна практика демонструє значні відмінності у підходах до їх маркування, термінології та візуального представлення. Такі відмінності ускладнюють імпорту/експорту дитячого харчування та ставлять під загрозу захист прав споживача, особливо вразливої категорії – дітей.

В умовах посилення глобалізації продовольчих ринків, імплементації стандартів Codex Alimentarius, Регламентів ЄС та практик FDA (США), актуальним завданням постає систематизація вимог до маркування харчових алергенів у продуктах для дітей, виявлення прогалин у вітчизняній нормативній базі та гармонізація підходів до маркування з урахуванням кращих міжнародних практик.

Проблема харчових алергенів та їхнього маркування залишається предметом активного наукового дослідження у світі. Міжнародні огляди законодавчих вимог до маркування алергенів демонструють, що більшість країн зобов'язують виробників зазначати на упаковці основні групи алергенів —

⁶*Authors: Tiahunova Nataliia*

Author's sheets: 0,85



молоко, яйця, сою, пшеницю та інші — відповідно до стандартів Codex Alimentarius і національних нормативно-правових актів [2; 3].

Законодавства Європейського Союзу, США, Японії та інших юрисдикцій детально регламентують порядок зазначення алергенів у переліку інгредієнтів, включаючи вимоги до форматування, візуального виділення та структури інформації для споживачів [1; 4–7; 19]. Зокрема, Регламент (ЄС) № 1169/2011 встановлює обов'язкове виділення 14 алергенів у складі харчових продуктів, тоді як у США ключовим інструментом є окремий блок Contains, передбачений законом FALCPA [1; 4; 6].

Маркування харчових алергенів не лише полегшує вибір безпечних продуктів для осіб із харчовою алергією, але й є важливим елементом захисту прав споживачів загалом [8; 9]. У науковій літературі наявні дослідження, що аналізують ефективність чинних вимог і вплив різних форматів етикетування на розуміння інформації споживачами, однак більшість таких робіт мають загальний характер і не завжди зосереджуються на специфіці дитячого харчування [3; 9].

Серед українських наукових праць варто виділити дослідження О. С. Дударева та В. П. Кухаря, присвячене аналізу маркування харчових алергенів і продуктів, що викликають непереносимість, безпосередньо на етикетках харчових продуктів, включаючи практику вітчизняних виробників [16]. Автори встановили, що значна частина продуктів не має коректно ідентифікованих алергенів на упаковці, попри їхню наявність у складі, а також відзначили переважання обмежених способів візуального виділення алергенів, що свідчить про прогалини у практичній реалізації вимог маркування.

Дані епідеміологічних досліджень щодо харчової гіперчутливості у дітей віком 0–3 років демонструють високу частоту реакцій на основні алергени, зокрема молоко, яйця та пшеницю, що підкреслює клінічну значущість проблеми саме в ранньому дитячому віці [17]. Хоча ці дослідження не мають прямого маркувального фокусу, вони підтверджують необхідність адекватного інформування батьків через зрозуміле й доступне маркування.



У контексті нормативної бази України законодавство щодо надання інформації споживачам про харчові продукти передбачає обов'язкове зазначення алергенів у переліку інгредієнтів та їхнє виділення відповідними засобами [13; 14]. Водночас результати оглядів і галузевих аналітичних матеріалів свідчать, що рівень дотримання цих вимог у практиці, зокрема у сегменті дитячого харчування, залишається недостатньо вивченим і нерівномірним [15; 18].

Таким чином, попри наявність значного масиву міжнародних наукових публікацій, що висвітлюють вимоги та ефективність маркування харчових алергенів, проблематика маркування продуктів саме для дитячого харчування залишається недостатньо дослідженою як у світі, так і в Україні. Відсутність спеціалізованих робіт, що аналізують вплив форматів маркування на безпеку та споживче сприйняття українських батьків, зумовлює актуальність і наукову новизну нашого дослідження.

Методологія дослідження. Методологія дослідження обґрунтована необхідністю системного аналізу нормативно-правових вимог до маркування харчових алергенів у дитячому харчуванні та оцінки їх реалізації в реальних продуктах. Дослідження проводилося шляхом поєднання кількох наукових методів, що дозволяють отримати об'єктивні й репрезентативні результати.

Нормативно-правовий аналіз. Базовим елементом порівняння стало вивчення офіційних вимог щодо маркування алергенів у провідних юрисдикціях світу. У межах Європейського Союзу маркування алергенів регламентується Регламентом (ЄС) № 1169/2011, який вимагає обов'язкового виділення алергенних інгредієнтів у складі продукту та визначає перелік з 14 основних алергенів [1, с. 18–63].

У США нормативною основою є Закон Food Allergen Labeling and Consumer Protection Act (FALCPA), що зобов'язує виробників зазначати основні алергени та джерела білка у складі або в окремому блоці «Contains» [4; 6]. Додаткові роз'яснення щодо застосування цих вимог наведено в офіційних матеріалах FDA [5; 7].

В Україні маркування алергенів регламентується Законом України «Про



інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» та наказом МОЗ України № 487, які встановлюють вимоги до зазначення алергенів у переліку інгредієнтів [13; 14].

Контент-аналіз маркування упаковок. Для оцінки практичної реалізації нормативів проведено контент-аналіз маркування упаковок продуктів дитячого харчування, представлених на ринках ЄС, США, Канади та України. Аналіз охоплював спосіб подачі інформації про алергени, використання блоку «Contains», візуальне виділення шрифтом або кольором, а також наявність попереджень щодо перехресного забруднення [11; 12].

Порівняльний аналіз. Порівняння нормативних підходів здійснювалося за критеріями кількості обов'язкових алергенів, форматів їхнього зазначення та регламентації додаткових попереджень. Це дало змогу виявити відмінності між європейською моделлю маркування та північноамериканським підходом [1; 4; 11].

Семіотичний та споживчий аналіз. Семіотичний аналіз включав оцінку шрифтів, кольорів, структури етикетки, використання піктограм та зрозумілості формулювань для батьків як основної цільової аудиторії. При цьому враховувалися рекомендації міжнародних організацій щодо споживчої безпеки та інформування [8; 9].

6.1 Міжнародні нормативні вимоги до маркування алергенів

6.1.1 Порівняльний аналіз нормативно-правових вимог

З метою формування об'єктивного уявлення про сучасний стан правового регулювання маркування харчових алергенів у продуктах для дитячого харчування було здійснено порівняльний аналіз законодавчих вимог п'яти країн і регіонів: України, Європейського Союзу, США, Великої Британії та Канади.

Аналіз проводився за такими ключовими критеріями:

- перелік обов'язкових до зазначення харчових алергенів;
- формат і спосіб їхнього позначення на етикетці;



- наявність та регламентація додаткових попереджень щодо можливих слідів алергенів або перехресного забруднення.

Україна (UA). Нормативне регулювання маркування харчових алергенів в Україні перебуває у фазі активної гармонізації з європейським законодавством. Основними нормативними актами є Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» та наказ МОЗ України № 487 «Про затвердження Вимог до інформації про харчові продукти» [13; 14].

Згідно з чинними вимогами, харчові алергени повинні бути чітко зазначені в переліку інгредієнтів продукту. Допускається також повторення інформації про алергени в окремому блоці типу «Містить: ...», однак така форма не є обов'язковою. Візуальне виділення алергенів (жирний шрифт, колір, підкреслення) нормативно не регламентується, що призводить до варіативності практик маркування серед виробників і ускладнює сприйняття інформації споживачами, зокрема батьками дітей раннього віку [14].

Європейський Союз (EU). Регламент (ЄС) № 1169/2011 є базовим і найбільш деталізованим нормативним документом у сфері маркування харчових алергенів [1]. Документ встановлює обов'язковий перелік із 14 основних алергенів, серед яких злаки, що містять глютен, молоко, яйця, риба, арахіс, соя, горіхи, селера, гірчиця, кунжут, люпин та молюски.

Алергени мають бути візуально виділені в переліку інгредієнтів (жирним шрифтом, іншим кольором або великими літерами), що суттєво підвищує помітність і зрозумілість інформації для споживачів. Повторення алергенів у додатковому блоці «Містить...» допускається, але не є обов'язковим. Окремо регламент містить рекомендації щодо використання попереджень про можливу наявність слідів інших алергенів («Може містити...»), залишаючи формулювання на розсуд виробника [1].

США (US). Основним законодавчим актом у США є Food Allergen Labeling and Consumer Protection Act (FALCPA), доповнений положеннями FASTER Act [4; 6]. З 2023 року перелік обов'язкових до зазначення алергенів включає 9 позицій, серед яких додатково введено кунжут.



Законодавство США вимагає чіткого зазначення алергенів або безпосередньо в переліку інгредієнтів (у дужках після відповідного компонента), або в окремому реченні «Contains: ...», яке є обов'язковим елементом маркування [7]. На відміну від європейського підходу, візуальне виділення алергенів (жирний шрифт, колір) не є обов'язковим. Попередження про можливе перехресне забруднення («May contain...», «Manufactured in a facility that also processes...») мають добровільний характер, проте широко використовуються на практиці [4].

Велика Британія (GB). Після виходу з Європейського Союзу Велика Британія зберегла основні положення Регламенту (ЄС) № 1169/2011 у межах UK Food Information Regulations 2014. Водночас у 2021 році було запроваджено так званий Natasha's Law, який значно посилив вимоги до маркування продуктів, упакованих безпосередньо перед продажем (Prepacked for Direct Sale) [10].

Згідно з цими нормами, виробники та оператори ринку зобов'язані надавати повний перелік інгредієнтів із чітким зазначенням усіх алергенів. Закон має особливе значення для сектору громадського харчування та точок роздрібного продажу, де продукти часто упаковуються індивідуально без стандартної промислової етикетки.

Канада (CA). У Канаді маркування харчових алергенів регламентується Food and Drug Regulations та офіційними роз'ясненнями Canadian Food Inspection Agency [11; 12]. Законодавство передбачає обов'язкове зазначення 10 основних алергенів, які можуть бути вказані як у складі продукту, так і в окремому попередженні типу «Contains...».

Особливу увагу приділено обов'язковому декларуванню джерел білка, зокрема у випадку використання гідролізатів або складних інгредієнтів, що має важливе значення для дитячого харчування [11]. Попередження про можливі сліди алергенів («May contain...») дозволені, проте їх формат і подача не мають жорсткої стандартизації, що подібно до практики США [12].



Таблиця 1 - Порівняльна таблиця нормативних підходів

| Країна / Регіон | Кількість обов'язкових алергенів | Обов'язкове виділення | Contains блок | Попередження про сліди |
|--------------------|--|--------------------------|----------------------|----------------------------|
| Україна | 14 (гармонізовано з ЄС) | Ні (рекомендовано) | Так | Так (не регламентовано) |
| ЄС | 14 | Так (жирним кольором) | Опійно | Рекомендовано |
| США | 9 | Ні | Так (обов'язково) | Ні (добровільно) |
| Велика Британія | 14 | Так | Так | Так |
| Канада | 10 | Частково | Так | Так (добровільно) |

Джерело: складено автором

Цей аналіз дозволяє зробити висновок про існування європейського стандарту маркування (ЄС–Україна–Велика Британія), що має більш візуалізовану форму подачі інформації, на відміну від північноамериканського підходу (США–Канада), де домінує блок «Contains». Особливістю британського законодавства є суворі вимоги до готової їжі та індивідуального пакування. Водночас в усіх країнах питання запобігання перехресному забрудненню залишається менш регламентованим, що створює потенційні ризики для чутливих споживачів.

6.2 Практична реалізація маркування алергенів у продуктах для дитячого харчування

Аналіз практики маркування алергенів у дитячих харчових продуктах дає змогу оцінити, наскільки ефективно реалізуються законодавчі вимоги в реальних умовах, та виявити розриви між нормою і практикою.

1. Спостереження за ринковими зразками.

Було проаналізовано 20 зразків упаковок дитячого харчування з п'яти країн: України, ЄС (Німеччина, Польща), США, Великої Британії та Канади. Продукція охоплювала різні категорії: сухі молочні суміші, пюре, дитячі каші, снеки, йогурти. Усі зразки містили обов'язкову інформацію про склад продукту та



алергени, однак спосіб її подачі суттєво варіювався.

Виявлені практики включають:

- *Жирне виділення алергенів у складі* (типово для ЄС та Британії);
- *Окремий блок “Contains: ...”* (типово для США і Канади);
- *Дублювання інформації у вигляді попередження* (“May contain traces of ...”) у багатьох країнах;
- *Піктограми або графічні елементи*, що позначають основні алергени — застосовуються нерегулярно, найчастіше у Канаді;
- *Наявність QR-кодів* із доступом до розширеної інформації — окремі кейси у США та ЄС.

2. Приклади відповідності та порушень.

В окремих зразках були зафіксовані приклади неповного маркування або невизначеного формулювання:

- На українському зразку з кашею для немовлят вказано «може містити залишки молочних продуктів» без уточнення джерела, що не відповідає європейським стандартам деталізації [5, с. 3].
- Американський снєк зазначає «Contains milk», але не розшифровує компонент у складі (напр. «whey» або «casein») [3, с. 14].
- Канада демонструє приклади *найповнішого маркування* — у складі і в окремому блоці, з зазначенням гідролізатів (“contains: whey protein hydrolysate (milk)”) [6, с. 22].

3. Візуальні елементи.

Було відзначено, що *використання піктограм* сприяє кращій зрозумілості, особливо в продуктах для малих дітей, де упаковка часто адресована не лише батькам, але й викликає зацікавлення самої дитини. Тим не менш, стандарти піктограм відсутні, і виробники використовують власні стилі, що знижує їхню універсальність.

4. Інформаційна прозорість.

Дані аналізу вказують, що найкращу прозорість забезпечують упаковки, де:

- Алергени виділені *одночасно в складі і у формі блоку*;



- Є контрастність шрифтів, що виділяє алергени (жирним або кольором);
- Додано контекстне пояснення («milk — source of lactose», «egg — potential allergen for children under 1 y.o.»).

В українській практиці поки що переважає текстове зазначення без графічних елементів, часто без дублювання в блоці “Містить”, що ускладнює сприйняття споживачем [5, с. 4].

5. Проблема перехресного забруднення.

У понад 40 % зразків було зафіксовано використання попереджень про можливу присутність слідів інших алергенів. Однак їх формат і розміщення не регламентовані, тому споживачі можуть не помітити важливу інформацію.

Отримані дані свідчать про варіативність підходів до практичного маркування алергенів. Європейський та британський підходи є найбільш структурованими, тоді як американський — більш стандартизований у форматі “Contains”. Упаковки українських виробників вимагають подальшої гармонізації із міжнародними стандартами в частині оформлення, дублювання, застосування піктограм і формулювань попереджень.

6.3 Семіотичний та споживчий аналіз маркування алергенів у продуктах дитячого харчування

6.3.1 Значення семіотичного підходу в оцінці маркування.

Семіотичний підхід у дослідженні маркування харчових алергенів дає змогу оцінити не лише формальну відповідність етикеток нормативно-правовим вимогам, а й ефективність комунікації ризику для споживача. У контексті дитячого харчування це набуває особливого значення, оскільки рішення про вибір продукту ухвалюється батьками в умовах обмеженого часу та підвищеної відповідальності за безпеку дитини [9].

У фокусі семіотичного аналізу перебували:

- формальні ознаки маркування (тип і розмір шрифту, колір,



розташування інформації);

- когнітивна доступність (зрозумілість формулювань для нефахового споживача);
- використання піктограм і візуальних символів;
- структура маркування (наявність дублювання інформації про алергени в складі та окремому блоці).

Такий підхід дозволяє визначити, чи є інформація про алергени *помітною, зрозумілою та придатною для практичного використання*, а не лише юридично коректною [8; 9].

6.3.2 Практичні спостереження та міжкрайові відмінності

За результатами контент-аналізу упаковок дитячого харчування в різних країнах було зафіксовано істотні відмінності у споживчо-семіотичних характеристиках маркування (табл. 2).

Таблиця 2 - Відмінності у споживчо-семіотичних характеристиках маркування різних країн

| Країна | Когнітивна доступність | Структура | Піктограми | Загальна ефективність |
|--------------------|---|--|------------|---|
| gb Велика Британія | Висока: прості фрази типу <i>Contains: milk</i> | Чітке дублювання в блоці "Contains" | Частково | Дуже висока (Natasha's Law сприяла цьому) |
| ca Канада | Висока: пояснюється джерело алергену | Добре структурована + піктограми | Так | Висока |
| eu ЄС | Середня: склад вказаний, але без пояснень | Вказується лише в складі, дублювання рідке | Рідко | Середня |
| us США | Середня: є дублювання, але шрифт не виділено | Блок "Contains" присутній | Ні | Задовільна |
| ua Україна | Низька: часто складно знайти візуально | Розміщення неструктуроване | Відсутні | Низька |

У Великій Британії спостерігається *високий рівень когнітивної доступності*, що забезпечується використанням простих формулювань типу



«Contains: milk» та чітким дублюванням інформації про алергени, що є наслідком запровадження *Natasha's Law* [10].

Канада демонструє *структурно впорядковане маркування*, де алергени не лише зазначаються в складі та окремому блоці, але й часто супроводжуються піктограмами та поясненням джерел алергенів, що позитивно впливає на споживче сприйняття [11; 12].

У країнах ЄС маркування характеризується *середнім рівнем когнітивної доступності*: алергени обов'язково виділяються в складі, однак дублювання в окремому блоці та пояснювальні елементи застосовуються рідко [1].

У США наявність обов'язкового блоку «Contains» забезпечує структурованість інформації, однак відсутність вимог до візуального виділення в основному тексті знижує її помітність для споживача [4; 7].

Найнижчий рівень загальної ефективності маркування зафіксовано в українських зразках, де інформація про алергени часто подається дрібним шрифтом, без структурного дублювання та без використання візуальних засобів, що ускладнює її швидке сприйняття [14; 15].

6.3.3 Основні семіотичні бар'єри споживчого сприйняття

У ході дослідження виявлено низку типових семіотичних бар'єрів, що знижують ефективність маркування алергенів:

- *відсутність візуального виділення алергенів*, зокрема жирного або кольорового шрифту, що ускладнює їх ідентифікацію в загальному тексті складу [1, с. 115];

- *використання спеціалізованих або незрозумілих термінів* (наприклад, «казеїн» замість «білок молока»), які не є очевидними для нефахових споживачів [7, с. 92];

- *розміщення інформації дрібним шрифтом* або в зонах низької візуальної уваги;

- *відсутність піктограм*, що є критично важливим для батьків із низьким рівнем харчової або медіаграмотності, а також для мультикультурних груп



споживачів [12, с. 203].

6.3.4 Роль піктограм і графічних елементів у маркуванні

Використання піктограм і графічних символів істотно підвищує ефективність сприйняття інформації про алергени. Найбільш поширеними є стилізовані зображення молока, яєць, арахісу, злаків або їх перекреслені варіанти, що дозволяє швидко ідентифікувати потенційний ризик навіть без детального читання тексту [11].

Досвід Канади свідчить, що застосування піктограм *підвищує довіру до маркування*, особливо у категоріях дитячих сумішей, батончиків і снєків, де рішення про покупку часто ухвалюється імпульсивно [12, с. 147]. Водночас відсутність уніфікованих стандартів піктограм на міжнародному рівні призводить до різноманіття стилів і знижує їхню універсальність [9].

Приклади піктограм / графічних символів, які використовують у різних країнах для позначення харчових алергенів на упаковках (реальні стилі/схеми, які застосовують виробники та регулятори):

EU Європейський Союз (Regulation (EU) 1169/2011):





У ЄС сам регламент не визначає жорстких піктограм, але виробники часто додають власні *графічні символи* для основних алергенів (молоко, яйця, глютен, арахіс тощо) поряд із виділеним текстом у складі. Це не обов’язково, але сприяє кращій візуальній комунікації.

us США (FALCPA, FDA):



У США за FALCPA обов’язково зазначати у складі або в блоці “Contains”, але сам FDA не має суворих стандартних піктограм. Тому виробники часто використовують умовні *силуети продуктів* (наприклад, стакан молока, арахіс) поряд із текстом для підсилення повідомлення.

ca Канада (Canadian Food and Drug Regulations):





How to label allergens:

Within the ingredients list

Ingredients: Apples, Pie crust [flour (wheat), shortening, liquid albumen (egg), salt], Sugar, Flour, Lemon juice, Whole milk, Cinnamon. May contain pecans.

OR

Using a contains statement

Ingredients: Apples, Pie crust [flour, shortening, liquid albumen, salt], Sugar, Flour, Lemon juice, Whole milk, Cinnamon.
Contains: Wheat, Egg, Milk. May contain pecans.

Канадські марки активно застосовують *графічні символи* для позначення алергенів (молоко, яйця, соя, арахіс та ін.). Це сприяє *вищій когнітивній доступності* для споживачів, що особливо важливо в продуктах для дітей.

вв Велика Британія (UK Food Information Regulations + Natasha’s Law):

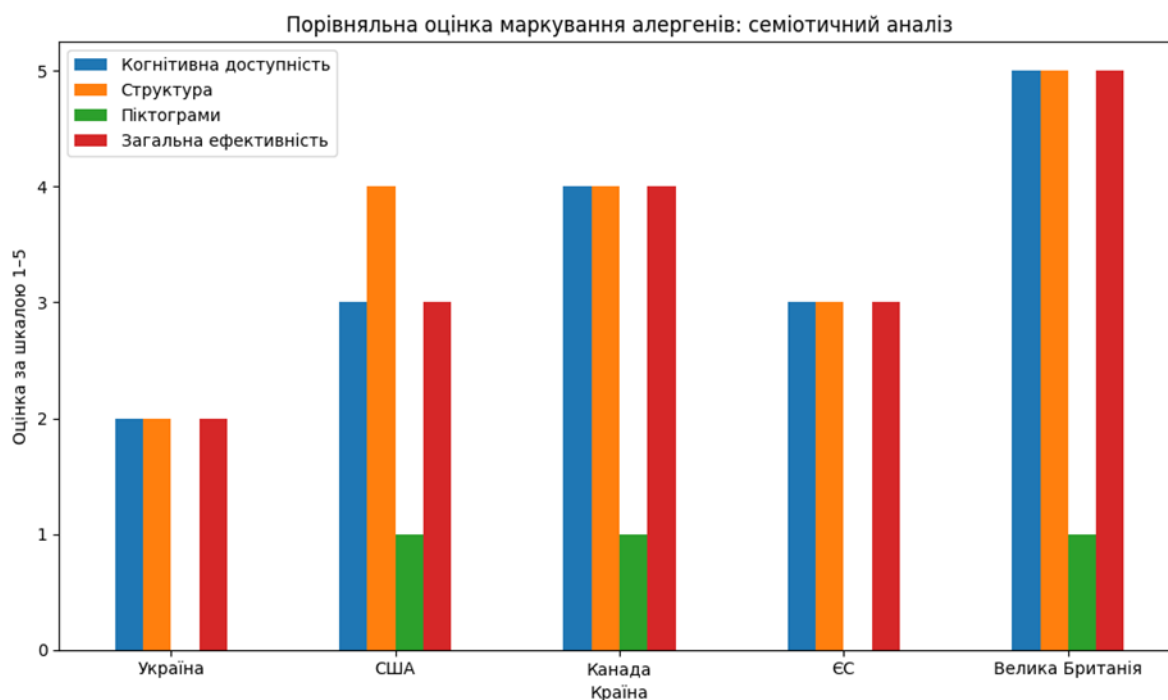


Порівняльна оцінка маркування алергенів: семіотичний аналіз (когнітивна доступність, структура, використання піктограм, загальна ефективність)

Формат: оцінка за шкалою 1–5 (суб’єктивна на основі аналізу упаковок)



Країни: Україна, США, Канада, ЄС, Велика Британія



Отже, семіотичний та споживчий аналіз підтверджує, що *формальна відповідність нормативним вимогам не гарантує ефективності маркування*. Найкращі практики поєднують структурованість, візуальне виділення, дублювання інформації та використання графічних елементів. Для України актуальним є запровадження уніфікованих підходів до візуального оформлення маркування алергенів з урахуванням потреб батьків і безпеки дітей з харчовою алергією [14; 15].

У Великій Британії, як і в країнах Європейського Союзу, відсутній єдиний офіційно затверджений набір піктограм для позначення харчових алергенів. Водночас на практиці виробники широко використовують іконографію, що відповідає усталеним і легко впізнаваним для споживачів образам (склянка молока, яйце, арахіс тощо), поєднуючи її з обов'язковим *жирним виділенням алергенів у тексті складу*, як це передбачено Регламентом (ЄС) № 1169/2011 та UK Food Information Regulations [1; 10]. Такий підхід сприяє швидшому зчитуванню інформації та зменшує ризик помилкового вибору продукту.

В Україні на сьогодні також не існує усталеного національного переліку піктограм для маркування харчових алергенів, обов'язкового до застосування.










Чинні нормативно-правові акти регламентують лише текстове зазначення алергенів у переліку інгредієнтів, не встановлюючи вимог щодо графічних елементів [14]. У результаті на упаковках дитячого харчування переважно використовуються *універсальні графічні символи* (яйце, склянка молока, арахіс), які виробники розміщують *добровільно* поруч із текстовою інформацією про алергени. Відсутність уніфікованого підходу знижує однозначність сприйняття такої інформації та її порівнюваність між різними брендами [15].

6.3.5. Використання піктограм як інструменту комунікації алергенної інформації

Піктограми та візуальні символи розглядаються як ефективний інструмент комунікації інформації про харчові алергени, особливо у продуктах дитячого харчування. Їх застосування є доцільним для таких категорій споживачів:

- батьків, які здійснюють швидке візуальне сканування упаковки під час купівлі;
- осіб із низьким рівнем харчової або медіаграмотності;
- мультикультурних груп населення, для яких англійська або національна мова маркування може бути не рідною [9; 12].

Найпоширенішими є універсальні символи, що асоціюються з основними алергенами, зокрема:

-  — молоко, казеїн;
-  — яйця;
-  — глютен, зернові культури;
-  — арахіс;
-  — горіхи;
-  — риба;
-  — молюски та ракоподібні.

Досвід Канади підтверджує, що використання таких піктограм у поєднанні з текстовими поясненнями підвищує довіру споживачів до маркування та



сприяє кращому розумінню потенційних ризиків, особливо у сегменті дитячих сумішей і снєків [11; 12].

Отримані результати семіотичного та споживчого аналізу дозволяють зробити такі узагальнення:

- формальна відповідність нормативним вимогам не гарантує зрозумілості маркування для кінцевого споживача;
- найбільш ефективними є практики, що поєднують дублювання інформації про алергени, використання графічних елементів та просту, недвозначну мову;
- в Україні існує об'єктивна потреба в уніфікації стилю маркування харчових алергенів, зокрема шляхом обов'язкового візуального виділення, структурного дублювання та впровадження рекомендованого набору піктограм, що сприятиме підвищенню рівня безпеки дітей з харчовою алергією [14; 15].

6.4 Практика маркування алергенів у продуктах для дітей

У межах дослідження проведено огляд **зразків продуктів дитячого харчування** (пюре, каші, сухі суміші, батончики), представлених на ринках п'яти країн: України, держав-членів Європейського Союзу, США, Великої Британії та Канади. Аналіз охоплював способи подання інформації про харчові алергени, її візуальну помітність, структурованість та наявність попереджень про можливе перехресне забруднення.

Результати показали, що **країни Європейського Союзу** демонструють відносно високий рівень уніфікації маркування алергенів: алергени обов'язково виділяються в переліку інгредієнтів за допомогою жирного шрифту або кольору відповідно до Регламенту (ЄС) № 1169/2011 [1]. Водночас у більшості зразків відсутні графічні елементи або піктограми, що обмежує швидке сприйняття інформації нефаховими споживачами, зокрема батьками з низьким рівнем медіаграмотності [9].

У **США** маркування алергенів характеризується поєднанням **вербального та структурного підходів**: інформація подається як у складі продукту, так і в



окремому блоці «*Contains*», що є обов'язковим згідно з FALCPA та роз'ясненнями FDA [4; 6; 7]. Крім того, система США вирізняється наявністю рекомендацій регулятора щодо запобігання перехресному контакту алергенів на виробництві, що позитивно впливає на інформування споживачів про потенційні ризики [5].

Аналіз **українських зразків дитячого харчування** виявив низку системних проблем, зокрема відсутність єдиного підходу до форматів маркування, використання дрібного або малоконтрастного шрифту, а також неповне або узагальнене формулювання попереджень щодо можливого перехресного забруднення [14; 15]. У більшості випадків інформація про алергени не дублюється в окремому блоці та не супроводжується візуальними підказками, що ускладнює її швидке сприйняття споживачем.

На основі проведеного аналізу можна сформулювати такі **ключові висновки:**

Найбільш комплексною є система маркування у США, де комунікація алергенної інформації доповнюється офіційними рекомендаціями FDA щодо управління ризиками перехресного контакту та чіткою структурою подання інформації на етикетці [5; 7].

У країнах **Європейського Союзу** спостерігається високий рівень уніфікації текстового маркування, однак **відсутність піктограм** і пояснювальних елементів знижує його доступність для батьків з низьким рівнем харчової та медіаграмотності [1; 9].

Україна потребує подальшого розвитку системи маркування харчових алергенів у дитячих продуктах шляхом запровадження **візуальних стандартів**, зокрема рекомендованих піктограм, інфографіки, а також використання **QR-кодів** із доступом до розширеної та зрозумілої інформації для споживачів, що відповідало б сучасним міжнародним практикам [14; 15].