

Rödl & Partner

Echo



Data: 26.03.2020

Źródło: [Rzeczpospolita](#)

REKLAMA SUPLEMENTÓW DIETY TROCHĘ INACZEJ
Anastazja Niedzielska-Pitera, [adwokat Kraków](#) RÖDL & PARTNER

Producenci suplementów diety będą musieli przygotować się na zmiany. W związku z samoregulacją Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji i nowymi projektami ustaw planowane są kolejne opłaty i ograniczenia dla podmiotów z branży spożywczej. Celem jest powstrzymanie rozmiarów konsumpcji niektórych produktów w Polsce.

Pod koniec listopada ubiegłego roku nadawcy telewizyjni wraz z kilkoma podmiotami z branży farmaceutycznej i spożywczej podpisali porozumienie nakładające nowe ograniczenia na reklamy suplementów diety. Wśród najważniejszych postanowień należy wymienić zakaz wprowadzania odbiorców w błąd w związku z zastosowaniem leczniczym ww. produktów, zakaz łączenia spotów reklamowych suplementów i leków, zakaz przedstawiania w reklamach suplementów osób, miejsc i działań kojarzonych z działalnością leczniczą.

NIE DLA DZIECI

Reklamy suplementów nie mogą być skierowane do dzieci ani emitowane w bloku reklamowym bezpośrednio przed lub po audycji dla dzieci. Zakazane jest również powoływanie się na wyniki badań bez wyraźnego podania ich źródła. Każda reklama suplementu od 1 stycznia 2020 r. musi zawierać informację graficzną o treści: „Suplement diety. Zawiera składniki, które wspomagają funkcje organizmu poprzez uzupełnienie normalnej diety. Nie ma właściwości leczniczych.”

Niezależnie od porozumienia nadawców pojawił się rządowy pomysł wprowadzenia nowej daniny publicznej od reklam suplementów. Z tej inicjatywy Ministerstwo Zdrowia zdążyło się wycofać, jednak propozycja dodatkowych opłat za wprowadzenie produktów na rynek jest aktualna. Do zgłoszeń rejestracyjnych mają być dołączane również opinie naukowe. Nadto planowany jest oficjalny wykaz dopuszczalnych składników roślinnych używanych do produkcji suplementów. Wprowadzone mają być też limity zawartości niektórych składników, np. witamin.

ZMNIEJSZENIE KONSUMPCJI

Sprzedaż internetowa suplementów będzie nadzorowana, a same opakowania suplementów mają zmienić swój wygląd w ten sposób, by wyraźnie informować konsumentów o braku właściwości leczniczych. Celem proponowanych zmian jest zmniejszenie konsumpcji suplementów i budowanie świadomości społecznej w tym zakresie.

SUPLEMENTY DIETY SVOJĄ

postacią zazwyczaj przypominają leki, jednak zgodnie z prawem są produktami spożywczymi. Podlegają zatem uregulowaniom ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, a nie wymogom i sankcjom z zakresu prawa farmaceutycznego. Wprowadzenie suplementu diety na rynek wymaga jedynie powiadomienia głównego inspektora sanitarnego i stworzenia odpowiedniej etykiety dla produktu.

Zgodnie z rozporządzeniem ministra zdrowia na opakowaniu powinny znajdować się informacje o zawartości witamin i składników mineralnych oraz innych substancji odżywczych. Nadzór nad produkcją suplementów sprawuje główny inspektor sanitarny i jest on uprawniony do nakładania jedynie niewielkich kar administracyjnych.

Od kilku lat Ministerstwo Zdrowia próbuje wprowadzić zmiany w tym zakresie, ale do tej pory przepisy odnoszące się do suplementów diety się nie zostały nowelizowane. Listopadowe porozumienie podpisane w siedzibie KRRiT przez nadawców telewizyjnych nie stanowi oczywiście prawa powszechnie obowiązującego, ale stawia wymogi dla producentów, którzy będą chcieli reklamować swoje produkty. W związku z tym od dnia 1 stycznia 2020 r. reklamy suplementów muszą być zgodne z zasadami zawartymi w porozumieniu pod rygorem braku emisji tych środków. Choć zgodnie z obecnymi przepisami suplementy wciąż są żywnością, to w odniesieniu do nich funkcjonują inne zasady emisji i treści reklam telewizyjnych.

ANASTAZJA NIEDZIELSKA-PITERA ADWOKAT W KRAKOWSKIM BIURZE RÖDL & PARTNER REKLAMA

Zmiany prawa powszechnie obowiązującego szykują się w związku z projektem ustawy dotyczącej promocji prozdrowotnych wyborów konsumentów. Autorzy projektu otwarcie wskazują, że „zasadniczym celem ustawy jest wykorzystanie polityki fiskalnej jako narzędzia służącego promocji prozdrowotnych wyborów konsumentów”. Komentując ten fragment uzasadnienia, można powiedzieć, że to polityka fiskalna skorzysta na promocji prozdrowotnych wyborów konsumenckich. Przewidziana jest bowiem dodatkowa opłata od zw. małych (alkoholi o pojemności poniżej 300 ml) i napojów z dużą ilością cukru. Wysokość nowej daniny ma zależeć od składu napoju, m.in. od zawartości substancji słodzących i aktywnych (kofeina, tauryna, guarana). Opłata nie dotyczy jednak tych płynów, które są suplementami diety. Takie rozwiązanie może spowodować zwiększenie zgłoszeń słodkich napojów jako suplementów, co pozwoli producentom uniknąć dodatkowej daniny publicznoprawnej. Początkowy projekt ustawy zakładał również opłatę w wysokości 10 proc. podstawy opodatkowania VAT od reklamy suplementów diety. Konsultacje społeczne skłoniły jednak autorów projektu do usunięcia tych przepisów z aktu. Biorąc jednak pod uwagę rodzaj i wysokość pozostałych proponowanych opłat, nową regulację należy ocenić krytycznie z perspektywy przedsiębiorców z branży spożywczej. Na negatywną ocenę wpływa również krótki termin wejścia w życie przepisów. Ma to już być 1 kwietnia 2020 r. Dla podmiotów gospodarczych stanowi to bardzo krótki termin, w trakcie którego muszą się dostosować do nowych obciążeń finansowych.
