



POLSKA FEDERACJA PRODUCENTÓW ŻYWNOSCI ZWIĄZEK PRACODAWCÓW

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa
Tel.: (48 22) 830 70 55, tel./fax (48 22) 830 70 56
e-mail: biuro@pfpz.pl www.pfpz.pl

Warszawa, dnia 10 stycznia 2020 r.

L.dz. 2/1/2/2020

Stanowisko dotyczące projektu ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku z promocją prozdrowotnych wyborów konsumentów w części dot. reklamy suplementów diety

W związku z przekazaniem w dniu 20.12.2019 r. do konsultacji publicznych projektu ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku z promocją prozdrowotnych wyborów konsumentów, zamieszczonego na stronie Rządowego Centrum Legislacji w serwisie Rządowy Proces Legislacyjny pod adresem <https://legislacja.gov.pl/projekt/12328505>, zgłaszamy następujące uwagi do projektu w jego części dotyczącej dot. opodatkowania reklamy suplementów diety:

1. Podstawowym celem stosowania suplementów diety jest uzupełnianie normalnej diety przede wszystkim w przypadku, gdy z różnych powodów nie jest możliwe spożywanie zalecanych ilości składników witaminowych lub mineralnych w diecie. Ponadto suplementy diety stosuje się w szczególnych sytuacjach zwiększonego zapotrzebowania na składniki pokarmowe, również wtedy, gdy ich przyswajanie nie jest do końca możliwe, zwłaszcza u ludzi w starszym wieku z zaburzeniami łaknienia lub chorobami przewodu pokarmowego.
2. Suplementy diety mogą być stosowane w sytuacjach, gdy zalecane zapotrzebowanie nie może być zrealizowane np. w przypadku suplementacji witaminy D. Z uwagi na położenie geograficzne Polski nie możliwości przyswojenia pełnej dobowej dawki witaminy D z codziennego pożywienia. Witamina D powstaje w skórze pod wpływem słońca. W naszym klimacie osiągnięcie prawidłowego poziomu witaminy D to powszechny problem, ponieważ przez kilka miesięcy w naszej skórze jej synteza praktycznie nie zachodzi. Dlatego tak istotna jest suplementacja. Brak wystarczającej ilości witaminy D może być skutkiem wielu dolegliwości, a koszty ich leczenia w istotny sposób mogą obciążyć budżet państwowy. Niedostateczna ilość tej witaminy przyczynia się do rozwoju krzywicy u małych dzieci, a u dorosłych do osteoporozy. Ponadto niedobór witaminy D zwiększa ryzyko rozwoju otyłości, chorób układu krążenia, cukrzycy, chorób zapalnych, autoimmunologicznych. Niedobór witaminy D może także przyspieszyć proces starzenia się.

3. Przyjmowanie suplementów diety jest zasadne w następujących przypadkach:
- u kobiet w ciąży – zaleca się przyjmować suplementy zawierające kwas foliowy, jod i witaminę D oraz w uzasadnionych przypadkach takie składniki jak żelazo, kwas dokozaheksaenowy (DHA), magnez;
 - u osób stosujących diety z ograniczeniami bądź eliminacją niektórych składników pokarmowych takich jak np. weganie, osoby eliminujące wszystkie produkty mleczne, co utrudnia realizację zapotrzebowania m.in. na wapń i witaminę D; u kobiet po menopauzie, przy zapotrzebowaniu na wapń i witaminę D;
 - u niemowląt, niezależnie od sposobu karmienia, ze względu na zapotrzebowanie na witaminę D.

4. Niebanalną rolę w świadomości konsumentów odgrywają również środowiska ekspertów w dziedzinie żywności wskazujące na profilaktyczne stosowanie bezpiecznych określonych dawek, wpływających na utrzymaniu stanu homeostazy organizmu, wzmocnieniu układu odpornościowego, a także na zmniejszeniu ryzyka zachorowań. Suplementacja żywności w obecnej dobie dynamicznego rozwoju nauk medycznych i żywieniowych oraz tworzenia się w Polsce medycyny profilaktycznej, stawia coraz to nowe możliwości przed lekarzami, dietetykami i świadomymi konsumentami dbającymi o swoje zdrowie.

5. Reklama telewizyjna suplementów diety ma na celu aspekt edukacyjny a zmiany regulacyjne wynikające m.in. z treści „Porozumienia nadawców w sprawie rozpowszechniania reklam suplementów diety”, dodatkowo narzucają zleceniodawcom reklam konieczność zamieszczenia w reklamach dodatkowych informacji dotyczących ogólnych właściwości suplementów diety. Ponadto celem porozumienia jest propagowanie norm etycznych i dobrych obyczajów wśród reklamodawców oraz wprowadzenie wysokich standardów promocji suplementów diety.

6. Warto podkreślić, że w zakresie reklamy telewizyjnej suplementów diety mamy do czynienia z samoregulacją branży oraz koniecznością podjęcia na szeroką skalę działań o charakterze edukacyjno-informacyjnym służących racjonalnemu stosowaniu suplementów diety. Kodeksy dobrych praktyk zwiększają ochronę konsumentów, ograniczają działania sprzeczne z prawem a w rezultacie przyczyniają się do wzrostu zaufania klientów.

7. Rynek suplementów diety w Polsce jest bardzo zróżnicowany pod względem rodzaju oferowanych produktów. Największy procentowo udział mają w nim preparaty mineralno-witaminowe, np. zawierające magnez, następnie preparaty pomagające w funkcjonowaniu układu odpornościowego, probiotyki, preparaty wzmacniające kości, mięśnie i stawy oraz produkty dedykowane poprawie urody. Zalecana dzienna porcja suplementów diety jest ściśle określona. Maksymalny dopuszczalny poziom zawartości witamin i składników mineralnych oraz innych składników w suplementach diety zapewnia, że stosowanie ich zgodnie z informacją zamieszczoną na opakowaniu jest bezpieczne.

8. Mając na uwadze powyższe kwestie, suplementy diety stanowią ważny element profilaktyki i dbania o zachowanie dobrego stanu zdrowia całego społeczeństwa i przyczyniają się do obniżenia kosztów leczenia następstw niedoborów ważnych składników mineralnych i witaminowych. Ostatnie działania samoregulacyjne branży jak i nadawców spowodowały iż zleceniodawca przekazu reklamowego jest zobowiązany do dodatkowych działań informacyjnych na temat kategorii produktu co przyczyni się do dalszego wzrostu świadomości konsumentów, wobec czego dodatkowe obciążenie nadawców reklam suplementów diety 10% podatkiem jest nieuzasadnione.

9. Planowane dodatkowe obciążenie finansowe nałożone na nadawców reklam suplementów diety 10% podatkiem w świetle działania wolnego rynku i możliwości swobodnego prowadzenia działalności gospodarczej jest nieuzasadnionym działaniem

mocno ograniczającym i dyskryminującym prowadzenie działalności związanej z obrotem suplementów diety.

10. W uzasadnieniu projektu nie wskazano na przeprowadzenie jakiejkolwiek analizy skutków braku właściwej suplementacji lub skutków ograniczenia dostępu do suplementów diety (skutki tej regulacji dla zdrowia i życia społeczeństwa). Oczywistym jest, iż w wyniku proponowanej zmiany nastąpić może rażąca zmiana cen suplementów diety. Sztuczny wzrost cen suplementów diety spowoduje w naszym przekonaniu efekt odwrotny od pożądanego. Suplementy diety staną się produktami elitarnymi, towarem luksusowym, dostępnym dla „bogatej” części społeczeństwa, a skutki ograniczenia suplementacji mogą pojawić się w postaci zwiększenia zachorowalności na określone jednostki chorobowe.

11. Poza sporem pozostaje, iż suplementy diety nie mogą zastępować zróżnicowanej i zdrowej diety, przy czym ich rolą jest uzupełnienie jej w niezbędne substancje (witaminy, składniki mineralne). Prawidłowe działania w kierunku kształtowania prawidłowych wyborów konsumenckich polegać winny nie na „fiskalizacji”, opodatkowaniu reklamy tej arbitralnie wybranej kategorii produktów, lecz na zbudowaniu i ukształtowaniu prawidłowej świadomości konsumentów opartej na zdrowym stylu życia, promocji ruchu, budowanej w oparciu o aktualną piramidę żywnościową i najnowsze zalecenia WHO. Tylko prawidłowe budowanie wiedzy i świadomości społecznej oraz wydatkowanie środków w tym obszarze może pozwolić na zmianę i kształtowanie pożądaných społecznie wyborów konsumenckich. Prowadzenie efektywnej, nawet wysoce kosztochłonnej reklamy suplementów diety nie może stanowić podstawy do różnicowania polityki państwa względem tej kategorii, oraz budowania na tej podstawie przekonania o konieczności podjęcia profiskalnych środków, ponieważ nie jest oparte o racjonalnie zweryfikowane i obiektywnie ocenione dane i potrzeby społeczne.

12. Podany w uzasadnieniu projektu zarzut możliwości łatwego przedawkowywania suplementów diety jest całkowicie chybiony i nie poparty żadnymi badaniami, statystykami itp. Suplementy diety są do obrotu wprowadzane są w formie umożliwiającej dawkowanie i przyjęcie odpowiedniej porcji np. w postaci: tabletek, kapsułek, saszetek, płynu lub syropu. W Polsce rynek suplementów diety jest bardzo zróżnicowany pod względem rodzaju oferowanych produktów. Największy procentowo udział mają w nim preparaty mineralno - witaminowe np. zawierające magnez, następnie preparaty pomagające w funkcjonowaniu układu odpornościowego, probiotyki, preparaty wzmacniające kości, mięśnie i stawy oraz produkty dedykowane poprawie urody. Zalecana dzienna porcja suplementów diety jest ściśle określona. Maksymalny dopuszczalny poziom zawartości witamin i składników mineralnych oraz innych składników w suplementach diety zapewnia, że stosowanie ich zgodnie z informacją zamieszczoną na opakowaniu jest bezpieczne. Informacje na temat dawkowania są regulowane w aktach prawnych i stanowią ważny element oznakowania takich produktów dzięki czemu konsument ma wgląd do pełnej informacji na temat dawkowania.

13. Projektowana regulacja narusza zagwarantowaną w Konstytucji RP zasadę swobodnego prowadzenia działalności gospodarczej oraz równości wobec prawa (art. 22 i 32 Konstytucji). Narusza także obowiązującą państwa członkowskie UE zasadę proporcjonalności wyrażoną w art. 5 ust. 3 TWE, z uwagi na fakt, że nałożenie dodatkowej opłaty na reklamę suplementów diety nie mieści się w ramach zasady adekwatności i proporcjonalności celów do podjętych środków. Ponadto ustalenie dodatkowej opłaty za reklamę suplementów diety, nie stosowaną wobec innych kategorii żywności i produktów może budzić wątpliwości w kontekście zasady równości gwarantowanej w art. 20 Karty Praw Podstawowych UE. Należy zatem uznać, że przyjęte przez projektodawcę rozwiązanie legislacyjne nie znajduje uzasadnienia w świetle wymogów interesu publicznego i narusza prawo UE.

14. Analiza treści i uzasadnienia projektu ustawy w zakresie opłaty od reklamy prowadzi do wniosku, że projektowanej zmianie przyświecał wyłącznie cel profiksalny i potrzeba wsparcia budżetu. Całkowicie pominięto skutki tej regulacji dla:

- profilaktyki prozdrowotnej oraz kosztów leczenia chorób związanych z niedoborem suplementów diety,
- rynku pracy, poprzez pominięcie kwestii redukcji miejsc pracy w zakładach produkcyjnych i innych miejscach pracy, zajmujących się tym sektorem żywności.

15. W uzasadnieniu projektu podano, że opłata ma m.in. wpływać na to aby przekaz reklamowy był spójny i wartościowy, nie wskazano jednak jak ma się to odbywać. Racjonalnie rzecz ujmując do tego konieczne jest narzucenie reklamom norm jakościowych, tak by reklamy - poza swą normalną funkcją zachęcającą - były rzetelne, a w szczególności nie przypisywały suplementom walorów leczniczych. Sama opłata w żaden sposób na ten aspekt nie wpłynie, gdyż obciążenie nią nie będzie w jakikolwiek sposób uzależnione od treści umowy.

16. Należy wskazać także na legislacyjną wadliwość projektu, z treści projektowanej zmiany nie wynika jednak kto dokładnie jest płatnikiem opłaty oraz zachodzi wątpliwość, czy opłata jest nakładana jednokrotnie czy wielokrotnie (tj. na każdym ogniwie działalności związanej z reklamą suplementu diety) co byłoby rozwiązaniem absurdalnym i doprowadziłoby do upadku branży.

17. W związku z powyższym obszarze ewentualna regulacja rynku suplementów powinna iść w kierunku:

- budowania i wzmocnienia świadomości społecznej dotyczącej roli suplementów diety w żywieniu człowieka (do rozważenia nałożenie obowiązków w tej sferze edukacji prozdrowotnej na samą branżę)
 - wzmocnienia kontroli przestrzegania już istniejących przepisów w zakresie reklamy suplementów diety w miejsce tworzenia nowych, zbędnych i szkodliwych społecznie regulacji.
18. Wprowadzenie 10% opłaty z tytułu reklam suplementów diety jest identycznym rozwiązaniem jak w przypadku reklam wyrobów alkoholowych (piwa), określonym w ustawie o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Opodatkowanie reklamy suplementów zrównuje więc de facto te produkty z używkami (piwem), co stanowi bezprecedensowe zdeprecjonowanie produktu nie powodującego żadnych uzależnień, w przeciwieństwie do alkoholu.

Andrzej Gantner

Wiceprezes
Dyrektor Generalny
PFPŻ ZP