

Prezentacja suplementów diety w aptekach internetowych po 13 grudnia 2014

Przede wszystkim należy podkreślić, iż **suplementy diety są żywnością**, dlatego zagadnienie ich prezentacji w odniesieniu do sprzedaży na odległość powinno być rozpatrywane w kontekście regulacji **odnoszących się do środków spożywczych**. Wynika to z brzmienia art. 3 ust. 3 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, jak również art. 2 lit. a dyrektywy 2002/46/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 10 czerwca 2002 r. w sprawie zbliżenia ustawodawstw Państw Członkowskich odnoszących się do suplementów żywnościowych. Do suplementów diety nie znajdują zastosowania zasady prawa farmaceutycznego. Produkty te podlegają wymogom prawa żywnościowego, z których na szczególną uwagę zasługują regulacje dotyczące oznakowania, prezentacji i reklamy.

Od 13 grudnia 2014 r. zacznie obowiązywać rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności. **Jednym z nowych wymogów jest regulacja kwestii sprzedaży na odległość, w tym także sklepów i aptek internetowych.** Nowością jest fakt, że informacje dostępne dla konsumenta jeszcze przed dokonaniem przez niego zakupu, zostały wprost objęte przepisami wskazanego aktu prawnego. Już w preambule do rozporządzenia nr 1169/2011 czytamy, iż: *„Aby zapewnić przekazywanie informacji na temat żywności, konieczne jest uwzględnienie wszystkich sposobów dostarczania żywności konsumentom, w tym sprzedaży żywności za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość. Chociaż jasne jest, że wszelka żywność dostarczana za pośrednictwem sprzedaży na odległość powinna spełniać te same wymogi informacyjne co żywność sprzedawana w sklepach, konieczne jest jasne stwierdzenie, że w takich przypadkach odpowiednie obowiązkowe informacje na temat żywności powinny być również dostępne przed ostatecznym dokonaniem zakupu”* (punkt 27 preambuły).

Informacje obowiązkowe

Zagadnienie sprzedaży na odległość ustawodawca unijny rozwija w art. 14 rozporządzenia nr 1169/2011. Zgodnie z nim w przypadku żywności opakowanej oferowanej do sprzedaży za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość (tj. – zgodnie z definicją legalną - wszelkich środków, które bez jednoczesnej fizycznej obecności dostawcy i konsumenta mogą być wykorzystane do zawarcia umowy między tymi stronami) obowiązkowo należy wskazać następujące informacje: **nazwę żywności, wykaz składników, w tym składniki i substancje mogące powodować alergie i reakcje nietolerancji, ilość określonych składników lub kategorii składników (w odpowiednich przypadkach), ilość netto żywności, wszelkie specjalne warunki przechowywania lub warunki użycia, jak również nazwę lub firmę i adres podmiotu odpowiedzialnego za produkt.** Jeżeli środek spożywczy zawiera więcej niż 1,2% alkoholu objętościowo, należy również obowiązkowo wskazać jego zawartość. Co więcej, w określonych przypadkach (wskazanych w art. 26 rozporządzenia nr 1169/2011) należy dodatkowo wskazać kraj lub miejsce pochodzenia. Zgodnie z art. 14 ust. 1 rozporządzenia nr 1169/2011 jedynie dane dotyczące daty minimalnej trwałości i terminu przydatności do spożycia nie muszą być wskazywane przy internetowej informacji o środku spożywczym. Jest to o tyle zasadne, że na stronach internetowych nie są prezentowane konkretne produkty, które konsument nabywa i spożywa, ale ich „reprezentant”.

Zgodnie z nową regulacją, wyżej wskazane **informacje muszą być dostępne dla konsumenta przed ostatecznym dokonaniem zakupu**. W związku z tym, muszą znajdować się w materiałach towarzyszących sprzedaży na odległość lub być dostarczane z użyciem innych właściwych środków wyraźnie określonych przez dany podmiot działający na rynku spożywczym. **W tym kontekście ważne jest, aby konsument miał dostęp do wszystkich informacji przed ostatecznym dokonaniem zakupu, co należałoby rozumieć, iż musi to mieć miejsce przed dokonaniem płatności**. Wymagane informacje powinny być dla konsumenta łatwo dostępne. Wymóg ten w praktyce nie jest jednak jednoznaczny i może przysparzać pewnych problemów interpretacyjnych. Dotyczy to zwłaszcza możliwości zamieszczania informacji wymaganych w art. 14 rozporządzenia nr 1169/2011 nie bezpośrednio na stronie apteki *on-line*, ale poprzez odesłanie (podanie linku) do strony internetowej producenta, na której informacje te są dostępne. W tym miejscu warto wskazać na wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej wydany 5 lipca 2012 r. w sprawie C-49/11, w której Trybunał stwierdził, iż: *„informacje zawarte na stronie internetowej sprzedawcy są dostępne wyłącznie za pomocą linku przekazanego konsumentowi, informacje te nie są „przekazane” temu konsumentowi ani nie są one „otrzymane” przez niego w rozumieniu art. 5 ust. 1 dyrektywy 97/7 (obecnie uchylonej przez dyrektywę 2011/83/UE – przyp. autora)*.

Nowością jest ustanowiony w art. 14 ust.1 lit. b) rozporządzenia nr 1169/2011 **obowiązek zapewnienia konsumentowi dostępności wszystkich obowiązkowych danych także w momencie dostawy**. Większość z nich znajduje się zazwyczaj bezpośrednio na etykiecie lub opakowaniu produktu. Jeśli jednak producent nie zamieścił wymaganych informacji, obowiązkiem sprzedawcy (apteki internetowej), jest podanie tych informacji, np. w dodatkowych ulotkach lub folderach informacyjnych dołączanych do produktu. Warto również podkreślić, iż obowiązkowe informacje na temat żywności należy dostarczać bez obciążania konsumentów jakimikolwiek dodatkowymi kosztami.

Informacje dodatkowe- teksty marketingowe

Często zdarza się, że apteki *on-line* zamieszczają w opisach suplementów diety więcej informacji zachęcających do nabycia produktu, niż sam producent na etykiecie lub opakowaniu produktu. Takie metody leżą w interesie internetowych aptekarzy, jako element zwiększający atrakcyjność produktu, a co za tym idzie, wyniki sprzedaży. **Podmiot wprowadzający suplement diety na rynek powinien jednak pamiętać, iż oświadczenia powinny spełniać wymogi Rozporządzenia (WE) nr 1924/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności**. Dozwolone jest stosowanie jedynie zatwierdzonych oświadczeń wpisanych do odpowiedniego wykazu oraz tzw. oświadczeń z listy *pending*, tj. oświadczeń oczekujących na zatwierdzenie Komisji (por. rejestr dostępny na stronie <http://ec.europa.eu/nuhclaims/i>). Ta druga grupa oświadczeń ma szczególne znaczenie w przypadku suplementów diety, ponieważ dotyczy substancji i składników roślinnych, które są często głównym składnikiem aktywnym suplementów diety. Należy też zwrócić uwagę, że w praktyce nierzadko zdarza się, iż na stronach internetowych aptek lub drogerii w opisie suplementu diety w opisach produktów zamieszcza się dozwolone oświadczenie, ale brak jest informacji dodatkowych, które powinny mu towarzyszyć.. Zgodnie natomiast z art. 10 ust. 2 rozporządzenia nr 1924/2006, oświadczenia zdrowotne są dopuszczalne jedynie pod warunkiem umieszczenia następujących informacji przy etykietowaniu, a jeżeli nie występuje ono - przy prezentacji i w reklamie: **stwierdzenie wskazujące na znaczenie zrównoważonego sposobu żywienia i zdrowego trybu życia, ilość środka spożywczego i poziom jego spożycia**

niezbędny do uzyskania korzystnego działania, o którym mówi dane oświadczenie, w stosownych przypadkach, stwierdzenie skierowane do osób, które powinny unikać danego środka spożywczego i odpowiednie ostrzeżenie w przypadku produktów, które mogą stanowić zagrożenie dla zdrowia, jeżeli są spożywane w nadmiarze. Co więcej, w kontekście szeroko stosowanych w oznakowaniu suplementów diety oświadczeń odnoszących się do zmniejszenia ryzyka choroby, należy wskazać także na art. 14 ust. 2 rozporządzenia nr 1924/2006, zgodnie z którym w przypadku oświadczeń o zmniejszeniu ryzyka choroby przy etykietowaniu, a jeśli ono nie występuje - w prezentacji lub w reklamie, zamieszcza się również stwierdzenie, **że istnieje wiele czynników ryzyka choroby, której dotyczy oświadczenie, i że zmiana jednego z tych czynników ryzyka może wywierać korzystny wpływ lub nie wywierać go.**

Ze sprzedażą i prezentacją suplementów diety w aptekach *on-line*, wiąże się jeszcze jedno ważne ryzyko prawne, na które należy zwrócić tu uwagę. Często na stronach internetowych aptek, gdzie sprzedawane są również leki, suplementy diety są przedstawione w podobny sposób, jak produkty lecznicze. Przykładowo, w zakładce o tytule „Leki i tabletki na przeziębienie”, obok produktów leczniczych prezentowane są także suplementy diety. Internetowi sprzedawcy powszechnie stosują także określenia typu: „polecany zwłaszcza w okresie zwiększonej zachorowalności na grypę i przeziębienie”. Tego rodzaju prezentacja niesie za sobą podwójne ryzyko. Po pierwsze, może być uznana za naruszającą art. 46 ust. 1 pkt 2 w zw. z art. 46 ust. 2 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia, który stanowi, że prezentacja i reklama środka spożywczego nie może przypisywać środkowi spożywczemu właściwości zapobiegania chorobom lub ich leczenia, albo odwoływać się do takich właściwości (...). Po drugie zaś, powstaje ryzyko kwalifikacji tak prezentowanego suplementu diety jako produktu leczniczego.

W celu zatem zminimalizowania ryzyka takiej kwalifikacji **należy dążyć do jasnego rozdzielenia w opisach sprzedaży suplementów diety od leków**, co może mieć miejsce m.in. poprzez prezentowanie leków i suplementów diety w odrębnych zakładkach na stronach internetowych lub wyraźnie wyszczególnienie obu tych kategorii produktowych, a także unikanie terminów właściwych i charakterystycznych dla prezentacji leków, np. zamiast określenia „dawkowanie” - „zalecana porcja”.

Autorki:

Dr Agnieszka Szymecka-Wesołowska

Paulina Szczypkowska

Centrum Prawa Żywnościowego A. Szymecka-Wesołowska, D. Szostek sp.j

www.food-law.pl

Członek Rady Ekspertkiej Krajowej Rady Suplementów i Odżywek

