



**CHRONIMY ZDROWIE
Z MYŚLĄ O PRZYSZŁOŚCI**



Nieprawidłowe reklamowanie suplementów diety

Istniejące regulacje prawne traktujące suplementy diety jako żywność sprawiają, że są one postrzegane jako środki bezpieczne, jednak ich nieodpowiednie stosowanie lub przekroczenie zalecanej porcji może skutkować poważnymi zagrożeniami dla zdrowia.

Konsumenci powinni mieć dostęp do pełnej i zrozumiałej informacji o reklamowanych produktach.

Naruszenie przepisów poprzez min. przypisywanie suplementom diety właściwości, których one nie posiadają oraz stosowanie w składzie substancji o nieudokumentowanym działaniu może być podstawą wymierzenia kary pieniężnej.

Reklama musi spełniać wymagania zgodnie z art 7 ROZPORZĄDZENIA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) NR 1169/2011



**CHRONIMY ZDROWIE
Z MYŚLĄ O PRZYSZŁOŚCI**



1. Informacje na temat żywności nie mogą wprowadzać w błąd, w szczególności:

- a) co do właściwości środka spożywczego, a w szczególności co do jego charakteru, tożsamości, właściwości, składu, ilości, trwałości, kraju lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji;
- b) przez przypisywanie środkowi spożywczemu działania lub właściwości, których on nie posiada;
- c) przez sugerowanie, że środek spożywczy ma szczególne właściwości, gdy w rzeczywistości wszystkie podobne środki spożywcze mają takie właściwości, zwłaszcza przez szczególne podkreślanie obecności lub braku określonych składników lub składników odżywczych;
- d) przez sugerowanie poprzez wygląd, opis lub prezentacje graficzne, że chodzi o określony środek spożywczy lub składnik, mimo że w rzeczywistości komponent lub składnik naturalnie obecny lub zwykle stosowany w danym środku spożywczym został zastąpiony innym komponentem lub innym składnikiem.

2. Informacje na temat żywności muszą być rzetelne, jasne i łatwe do zrozumienia dla konsumenta.

3. Z zastrzeżeniem odstępstw przewidzianych w prawie Unii mającym zastosowanie do naturalnych wód mineralnych i żywności specjalnego przeznaczenia żywieniowego informacje na temat żywności nie mogą przypisywać jakiegokolwiek środkowi spożywczemu właściwości zapobiegania chorobom lub leczenia chorób ludzi bądź też odwoływać się do takich właściwości.

4. Ust. 1, 2 i 3 mają również zastosowanie do:

- a) reklamy;
- b) prezentacji środków spożywczych, w szczególności kształtu, wyglądu lub opakowania, zastosowanych materiałów opakowaniowych, sposobu ustawienia oraz otoczenia, w jakim są pokazywane.