

Reklama chipsów w szkole zabroniona, ale przed wejściem do niej już nie

Niektórych produktów nie będzie można promować i dystrybuować na terenie samej placówki. Jednak przepisy nie zabraniają robić tego **na billboardach albo w okolicznych sklepach**



Michał Tracz
prawnik
praktyki Life
Sciences, kancelaria
Domański Zakrzewski
Palinka sp.k.,
specjalizuje się m.in. w prawie
żywnościowym

Z początkiem roku szkolnego część produktów spożywczych musi zniknąć ze stołówek i sklepików szkolnych oraz z przedszkoli. Wszystko to w związku z wejściem w życie nowych zasad dotyczących dopuszczalnych kategorii produktów i innych wymagań dla żywności dostępnej w jednostkach systemu oświaty (ustawa o bezpieczeństwie żywności i żywienia z 25 sierpnia 2006 r.; t.j. Dz.U. z 2015 r. poz. 594 – w szczególności dział IIa „Środki spożywcze oraz żywienie dzieci i młodzieży w jednostkach systemu oświaty”). Nowe przepisy wpłyną nie tylko na sprzedaż, lecz także na promocję i reklamę żywności. Mogą również pośrednio wpłynąć na działania o charakterze edukacyjnym w szkołach i przedszkolach prowadzonych lub wspieranych przez np. producentów produktów. Akcje edukacyjne należy uznać za nadal dozwolone, ale firmy organizujące takie działania będą musiały przeprowadzić analizę prawną i dokonać ewentualnych modyfikacji, aby wykluczyć ryzyko prowadzenia marketingu środków spożywczych, które są niedozwolone w szkołach i przedszkolach.

Poza szkołą – inaczej

Warto zwrócić uwagę, że nowe regulacje odnoszą się literalnie tylko do prowadzenia reklamy i promocji na terenie placówki. Tym samym nie dotyczą działań podejmowanych poza jej obszarem, takich jak kampanie na billboardach czy wydzielone organizowane na stoiskach promocyjnych na ulicy.

Ponadto nowe ograniczenia nie dotyczą działań w internecie i innych mediach. Należy

jednak pamiętać o przepisach regulujących emisję reklam w radiu i telewizji, które przewidują, że audycjom dla dzieci nie powinny towarzyszyć przekazy handlowe dotyczące artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie jest niewskazana (art. 16b ust. 3a ustawy z 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji; t.j. Dz.U. z 2011 r. nr 43, poz. 226 ze zm.).

Ustawa, ograniczając sprzedaż i promocję zbyt tłustych czy słodkich wyrobów na terenie szkół i przedszkoli, ma pomóc w kształtowaniu odpowiednich nawyków żywieniowych. Tym niemniej za to co będzie działać się poza jej murami odpowiadają głównie rodzice. I ustawa nie zdejmuje z nich tego obowiązku.

Zmiany również w promocji

Tak jak wspomniano, nie tylko sprzedawcy będą musieli zmienić swoje działania, lecz także producenci i firmy marketingowe. Osobną kwestią, która została objęta regulacją, jest bowiem także sprawa prowadzenia reklamy i promocji środków spożywczych w placówkach systemu oświaty. Takie działania nadal będą możliwe, ale pod warunkiem, że dotyczą produktów, które zgodnie z nowymi przepisami mogą być sprzedawane w danej placówce.

Dla producentów i firm marketingowych oznacza to w praktyce konieczność wprowadzenia istotnych zmian w polityce marketingowej. Wielu produktów, które dotychczas były szeroko promowane w szkołach, a nawet przedszkolach – takie jak słodycze i soki z wysoką zawartością cukru, ale także np. guma do żucia – od 1 września nie będzie można reklamować. Nawiasem mówiąc, kwestia wycofania ze szkół gum do żucia wzbudziła kontrowersję, gdyż część specjalistów wskazywa-

ła na pozytywną rolę gumy do żucia w profilaktyce próchnicy. Jednak stanowisko to nie zostało uwzględnione w finalnym brzmieniu przepisów.

Wiele firm będzie musiało opracować od nowa strategię działania. Nierzadko – pragnąc nadal promować produkty w szkołach czy przedszkolach – będą musiały zmodyfikować swój asortyment i zaproponować zamiast niedozwolonych produktów wyroby zgodne z wymogami w danej placówce.

Jednocześnie nowe przepisy nie zakazują w żaden sposób prowadzenia akcji edukacyjnych, np. dotyczących prawidłowych nawyków żywieniowych. Tym samym ich prowadzenie lub wspieranie, także przez producentów lub dystrybutorów produktów, które nie mogą być już szkołach sprzedawane np. ze względu na przekroczenie poziomu cukru, powinno zostać uznane za nadal możliwe. Jednakże prowadzący je przedsiębiorcy powinni dokładnie przeanalizować schemat tych akcji, tak aby wyeliminować prawne ryzyko uznania ich za promocję lub reklamę produktów niedozwolonych w szkołach i przedszkolach.

Restrykcyjna lista

Kluczowym aspektem regulacji jest katalog produktów, które mogą być sprzedawane we wspomnianych placówkach. Ta kwestia budziła największą kontrowersję podczas konsultacji społecznych. Przedsiębiorcy praktycznie do ostatniej chwili musieli czekać na informacje, które produkty będą mogli proponować uczniom w pierwszym dniu szkoły. Zasady w tym zakresie zostały zawarte w rozporządzeniu w sprawie grup środków spożywczych przeznaczonych do sprzedaży dzieciom i młodzieży w jednostkach systemu oświaty oraz wymagań, jakie muszą spełniać środki spożywcze stosowane w ramach żywienia zbiorowego dzieci i młodzieży w tych jednost-

kach podpisanym przez ministra zdrowia 26 sierpnia 2015 r. (oczekuje na publikację). Wejście ono w życie 1 września. Zmiany dotyczą nie tylko kategorii środków spożywczych oferowanych w jednostkach systemu oświaty, lecz także zasad żywienia zbiorowego w tych jednostkach. Szczegółowe wymagania dotyczą w szczególności kompozycji posiłków, ich liczby w ciągu dnia, realizacji zapotrzebowania energetycznego czy też sposobu przygotowania (np. ograniczenia w zakresie potraw smażonych).

Nowe zasady odnoszą się do przedszkoli, innych form wychowania przedszkolnego, szkół (z wyłączeniem szkół dla dorosłych), a także niektórych innych jednostek, jak np. szkolnych schronisk młodzieżowych, młodzieżowych ośrodków wychowawczych czy młodzieżowych ośrodków socjoterapii.

Pod groźbą sankcji

W przypadku nieprzestrzegania zakazu reklamy i promocji przewidziano analogiczną sankcję jak za sprzedawanie oraz stosowanie w żywieniu zbiorowym niedopuszczalnych produktów – karę w wysokości do 5000 zł, nie mniej niż 1000 zł (art. 103 ust. 1 pkt 8-10 ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia). Dodatkowe takie działania mogą zostać uznane za czyn nieuczciwej konkurencji.

Czy zdrowe zawsze oznacza zdrowe

Podczas publicznej dyskusji nad projektem wielokrotnie wskazywano, że celem regulacji jest wyeliminowanie ze szkół i przedszkoli niezdrowej żywności. Należy jednak pamiętać, że dopuszczalność sprzedaży danej kategorii produktów w szkole nie oznacza dowolności w zakresie komunikowania szczególnych właściwości żywieniowych lub zdrowotnych, np. produktów zawierających witaminy. W tym

Co jeszcze się zmieni

■ Jeżeli w danej placówce funkcjonuje rada rodziców, to ma ona prawo do wpływu na to, jakie konkretnie produkty będą sprzedawane w szkole lub stosowane w ramach żywienia zbiorowego. Zasady w tym zakresie ustala, co prawda, dyrektor, ale w porozumieniu z radą rodziców. Określenie listy konkretnych produktów musi odbywać się na zasadach określonych w rozporządzeniu ministra zdrowia z 26 sierpnia 2015 r.

■ W przypadku zauważenia naruszeń dotyczących produktów obecnych zarówno w sklepikach, jak i stołówkach dyrektor jednostki systemu oświaty został wyposażony w uprawnienie do rozwiązania umowy z podmiotem świadczącym usługi w tym zakresie. Co więcej, dyrektor może, choć nie musi, rozwiązać taką umowę bez zachowania okresu wypowiedzenia oraz bez odszkodowania.

■ W razie rozwiązania umowy w związku z zarzutem sprzedaży produktów niedopuszczonych do stosowania w szkole nie został przewidziany żaden specjalny tryb odwoławczy. Oznacza to, że przedsiębiorca prowadzący sklepik czy stołówkę może dochodzić swoich roszczeń na podstawie ogólnych zasad prawa cywilnego. Należy także pamiętać, że za sprzedaż środków spożywczych innych niż ujęte w grupach środków dopuszczonych do sprzedaży, ich reklamę lub promocję, jak również za wykorzystywanie w żywieniu zbiorowym produktów niespełniających wymagań, przewidziane zostały kary w wysokości do 5000 zł, nie mniej niż 1000 zł. W przypadku nałożenia kary pieniężnej przez organ inspekcji sanitarnej przedsiębiorcy przysługuje odwołanie, zgodnie z kodeksem postępowania administracyjnego.

zakresie mają zastosowanie dotychczas obowiązujące regulacje prawa żywnościowego, w szczególności dotyczące przekazywania informacji konsumentom oraz ustalające zasady dla oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych.

W szczególności warto zwrócić uwagę na kwestię oświadczeń, które są rozumiane, jako wszelkie komunikaty lub przedstawienia, które nie są obowiązkowe, łącznie z przedstawieniem obrazowym, graficznym lub symbolicznym w jakiegokolwiek formie, które stwierdzają, sugerują lub dają do zrozumienia, że żywność ma szczególne właściwości. Przykładami takich oświadczeń są komunikaty, takie jak np.: „light”, „o obniżonej zawartości cukru”, „bogaty w witaminę C”, „wspomaga koncentrację”. Aby móc stosować tego typu komunikację, oświadczenie musi zostać zaakceptowa-

ne przez Komisję Europejską lub mieć status oświadczenia oczekującego. Ponadto m.in. zawartość danego składnika w konkretnym produkcie musi uzasadniać użycie oświadczenia, np. spożycie produktu, jakiego można racjonalnie oczekiwać, zapewnia ilość, która może przynieść deklarowany efekt. Wreszcie dla wielu składników określono dale idące wymagania co do brzmienia samego komunikatu.

Czy żywność będzie mogła być nadal sprzedawana poprzez automaty? Nowe przepisy nie wprowadzają żadnych ograniczeń w zakresie formy sprzedaży. Oznacza to, że 1 września automaty nie powinny zniknąć ze szkół, o ile ich właściciele będą w stanie zapewnić, że produkty sprzedawane za ich pośrednictwem mieszczą się w kategoriach dopuszczonych do sprzedaży.