



Biuro Rzecznika Praw Dziecka
ul. Przemysłowa 30/32, 00-450 Warszawa
tel. (22) 583 66 00, fax (22) 583 66 96

Warszawa, 19 lipca 2019 r.

ZSS.441.504.2019.KS
(w odp. należy podać nr sprawy)

Pan
Bartłomiej Owczarek
bartlomiej.owczarek@gdziepolek.pl

Szanowny Panie,

nawiązując do Pana wiadomości z 5 lipca 2019 r. na wstępie dziękuję za przesłanie do Rzecznika Praw Dziecka informacji na temat przeprowadzonej przez Panów analizy radiowych reklam suplementów diety, wyrobów medycznych i produktów leczniczych.

Chciałabym poinformować, że w 2018 r. Rzecznik Praw Dziecka zainicjował działanie generalne w kwestii reklam suplementów diety i innych środków spożywczych oraz wyrobów medycznych dedykowanych populacji pediatrycznej. W tej sprawie Rzecznik występował¹ do Ministra Zdrowia i w związku z tą korespondencją uzyskał informacje o tym, że trwają działania na rzecz wprowadzenia uregulowań w obszarze reklam ww. produktów.

Urząd Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych oraz Produktów Biobójczych prowadzi prace nad projektem ustawy o wyrobach medycznych (w lutym 2019 r. przekazał projekt wstępny tej ustawy do Ministerstwa Zdrowia). Ministerstwo Zdrowia zleciło ww. Urzędowi wprowadzenie do projektu ustawy o wyrobach medycznych zapisów dotyczących reklamy wyrobów medycznych. Aktualnie w ww. Urzędzie trwają, prace nad opracowaniem takich zapisów i umieszczeniu ich w projekcie ustawy.

Główny Inspektorat Sanitarny prowadzi prace, których celem jest: dostosowanie przepisów ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia do przepisów:

- rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 609/2013 z dnia 12 czerwca 2013 r. w sprawie żywności przeznaczonej dla niemowląt i małych dzieci oraz żywności specjalnego przeznaczenia medycznego i środków spożywczych zastępujących całodzienną dietę, do kontroli masy ciała oraz uchylającego dyrektywę Rady 92/52/W, dyrektywy Komisji 96/8/WE, 1999/21/WE, 2006/125/WE i 2006/141/WE, dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/39/VVE oraz

¹ Wystąpienia z 26.09.2018, 19.11.2019, 24.04.2019 ZSS.422.37.2018.

rozporządzenia Komisji (WE) nr 41/2009 i (WE) nr 953/2009 (Dz. Urz. UE L 181 z dnia 29.06.2013 r.);

- rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 2015/2283 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie nowej żywności, zmieniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 oraz uchylającego rozporządzenie (WE) nr 258/97 Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie Komisji (WE) nr 1852/2001 (Dz. Urz. UE L 327 z 11.12.2015, str.1); zwiększenie bezpieczeństwa konsumentów poprzez zapewnienie skuteczniejszego nadzoru nad żywnością objęta systemem powiadamiania: doprecyzowanie przepisów dotyczących wymogów w zakresie składu i oznakowania tych produktów, umożliwiających wyraźne odróżnienie od produktów leczniczych oraz dotyczących powiadamiania o wprowadzaniu do obrotu nowych produktów i przebiegu postępowania wyjaśniającego, określenie wymogów w zakresie zasad reklamy tych produktów.

Odnosząc się do zagadnienia udziału dzieci w reklamach uprzejmie informuję, że Rzecznik Praw Dziecka wyraził swoje stanowisko w tej kwestii w opinii do Dezyderatu nr 10 Komisji do Spraw Petycji do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w sprawie ograniczenia reklam z udziałem małoletnich oraz reklam do nich kierowanych, przesłanej do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego.² Ponadto prowadzone były przez Rzecznika działania generalne w tym obszarze (wystąpienia Rzecznika Praw Dziecka dot. wizerunku dziecka w przestrzeni medialnej kierowane były do Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego³).

Wszystkie wystąpienia generalne Rzecznika Praw Dziecka dostępne są na stronie internetowej Biura Rzecznika Praw Dziecka: <https://brpd.gov.pl/> w zakładce „Działalność”.

Podstawowe akty prawne odnoszące się do zagadnień z zakresu reklamy są zawarte w szczególności w: ustawie z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2018 r. poz. 419 z późn. zm.) oraz ustawie z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2019 r. poz. 361).

Uregulowania pośrednio i bezpośrednio zapewniające dzieciom występującym w reklamach ochronę ich praw wynikają także z przepisów Konwencji o prawach dziecka przyjętej przez Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych dnia 20 listopada 1989 r., ustawy z dnia 25 lutego 1964 r. Kodeks rodzinny i opiekuńczy, ustawy z dnia 23 kwietnia

² Pismo z 25 listopada 2016 r.

³ ZSS.422.49.2016.JW, ZSS.422.10.2017.JW, ZSS.422.10.2017.KK

1964 r. Kodeks cywilny, ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe i ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji.

Z poważaniem

Dyrektor Zespołu Spraw Społecznych

Katarzyna Skrętowska-Szyszko

Potwierdzam zgodność kopii wydruku z dokumentem elektronicznym:

Identyfikator dokumentu	220008.661328.1265177
Sygnatura dokumentu	ZSS.441.504.2019
Data dokumentu	2019-07-19
Skrót dokumentu	5FE5B8D2F00C468BCA760A2F416F834F3EF13063
Wersja dokumentu	1.3
Data podpisu	2019-07-19 10:04:24
Podpisane przez	Katarzyna Skrętowska-Szyszek Dyrektor Zespołu Spraw Społecznych

EZD 3.81.26.26.8983

Zgodnie z Zarządzeniem Nr 1 Rzecznika Praw Dziecka z dnia 2 stycznia 2015 roku wprowadzającym w Biurze Rzecznika Praw Dziecka system Elektronicznego Zarządzania Dokumentacją, pismo podpisane elektronicznym podpisem kwalifikowanym nie wymaga podpisu własnoręcznego jako właściwie zatwierdzone w systemie teleinformatycznym BRPD.