

5

## Szczególne traktowanie dzieci i młodzieży jako konsumentów

Zasada ta wyraża odpowiedzialność producentów i przetwórców żywności, którzy wobec dzieci i młodzieży powinni stosować samoograniczenia w zakresie marketingu i sprzedaży produktów żywnościowych tak, aby promować zasady zbilansowanej diety zgodnej z narodowymi i międzynarodowymi zaleceniami żywnościowymi. Szczegółowe wytyczne zawiera Kodeks Etyki Reklamny.

6

## Uczciwość w konkurowaniu i relacjach rynkowych

Za szczególnie ważne należy uznać przestrzeganie wszelkich przepisów zakazujących niedozwolonych praktyk rynkowych oraz działań powstrzymujących rozwój wolnego rynku. We wszystkich kontaktach z konsumentami, klientami, dostawcami i konkurencją, producent i przetwórcza żywności powinni:

1. Traktować wszystkich klientów i dostawców rzetelnie, z szacunkiem i bezstronnie.
2. Unikać komentarzy na temat produktów firm konkurencyjnych, bez należytej podstawy.

3. Przestrzegać wszelkich praw dotyczących konkurencji, łącznie z tymi, które zabraniają porozumień z konkurentami dotyczących ustalania cen lub innych warunków sprzedaży, dzielenia sfery wpływów, grup klientów czy linii produktów.

7

## Właściwe respektowanie urzędowej kontroli żywności

Urzędowa kontrola żywności dotyczy wszystkich ogniw łańcucha żywnościowego, stanowiąc jego nadzór. Jest więc sprawą ogromnej wagi, aby relacje wszystkich podmiotów łańcucha żywnościowego z organami urzędowej kontroli żywności były oparte na działaniach zgodnych z prawem i z etyką, mając na względzie fakt, że prawo żywnościowe zostało stworzone w celu ochrony konsumentów.

## Szanowni producenci żywności

Szybki rozwój wymiany międzynarodowej, wzrost liczby pośredników i odenwanie producenta od bezpośrednich relacji z konsumentem sprawia, że rośnie znaczenie stosowania zbiorów zasad etycznych na poszczególnych etapach łańcucha żywnościowego.

Polska jest ważnym producentem żywności, który dzięki wysokiej jakości swoich produktów, zwłaszcza dzięki niskiej zawartości różnego rodzaju wtórnych dodatków i zanieczyszczeń, cieszy się dobrą renomą. Zdarzające się nieprawidłowości są efektem działań znikomej, ale niestety zauważalnej grupy nieuczciwych podmiotów, co wpływa na wizerunek całej branży producentów żywności.

W celu utrzymania i wzmocnienia pozytywnych procesów w biznesie żywnościowym przedstawiciele sektora rolno-spożywczego podjęli inicjatywę stworzenia w Polsce **Kodeksu Etyki Żywnościowej**. Ma on pomóc odbudować etos producenta żywności, a w konsekwencji pomóc w eliminowaniu niewłaściwych postaw, których jedynym wyznacznikiem jest szybki zysk, nawet kosztem zdrowia i życia ludzi. Kodeks został przygotowany w gronie uznanych ekspertów: przedstawicieli producentów i dystrybutorów żywności, naukowców, praktyków i dziennikarzy.

Pragniemy podziękować wszystkim członkom zespołu za opracowanie i aktualizację **Kodeksu** oraz podjęte działania w celu jego szerokiego upowszechnienia. Chcemy podkreślić potrzebę współdziałania nas wszystkich dla dalszego jego promocji i zawartych w nim zasad. Dotyczy to zarówno każdego z nas osobno, jak i potrzeby współpracy różnych instytucji państwowych, religijnych, w tym Kościoła katolickiego, a także różnych organizacji i stowarzyszeń obywatelskich.

Mamy nadzieję, że **Kodeks Etyki Żywnościowej** będzie dokumentem, który przyczyni się do bardziej etycznego działania na każdym etapie łańcucha żywnościowego w sposób gwarantujący postawienie dobra konsumentów na pierwszym miejscu, a także posłuży lepszej promocji i jeszcze lepszemu postrzeganiu polskich produktów żywnościowych.

Polskie Forum ISO 9000  
Przewodniczący Sekcji  
Przemysłu Spożywczego

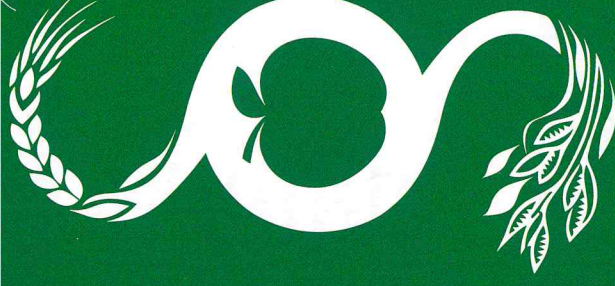
Delegat Konferencji  
Episkopatu ds. Polskich  
Przetwórców Żywności

Minister Rolnictwa  
i Rozwoju Wsi

Janusz B. Berdowski

Piotr Sawczuk

Jan Krzysztof Ardanowski



# KODEKS ETYKI ŻYWNOSCIOWEJ

## WSTĘP

Jako producenci, przetwórcy i dystrybutorzy żywności, którzy przystępują do inicjatywy dobrowolnego stosowania zasad **Kodeksu Etyki Żywnościowej**, uznajemy dobro konsumenta żywności, którym jest każdy człowiek, za wartość podstawową. Charakter oraz jakość produktów żywnościowych wywiera istotny wpływ na życie i zdrowie człowieka, dlatego poprzez promocję niniejszego **Kodeksu** i zawartych w nim zasad dążymy do umocnienia odpowiedzialnego etosu producenta żywności, który, jak ufamy, może przyczynić się do poprawy jakości polskiej żywności, jak i jej lepszego wizerunku za granicą.

Niniejszy **Kodeks** kierujemy do wszystkich uczestników łańcucha żywnościowego, którzy mają jakikolwiek wpływ na produkcję, przetwarzanie i obrót żywnością, a zatem nie tylko do producentów płodów rolnych i przetwórców żywności, ale także do producentów pasz oraz składników i substancji dodatkowych, producentów pestycydów, nawozów, leków weterynaryjnych, producentów maszyn, opakowań dla żywności, czy w końcu do wszystkich sprzedawców żywności.

## WSTĘP

Produkcja i obrót żywnością są regulowane prawnie w zakresie bezpieczeństwa i jakości żywności. Wielu producentów i przetwórców żywności dobrowolnie poddaje się standardom funkcjonujących systemów zarządzania bezpieczeństwem i jakością żywności. Ze względu jednakże na specyficzną produkcję, jakim jest żywność, działalność biznesowa uczestników procesu wytwarzania i handlu żywnością powinna spełniać również wysokie standardy etyczne. Oznacza to bezwzględne i uczciwe stosowanie przepisów prawa i norm technologicznych, co daje podstawę zaufania konsumentów, a także wzajemnego zaufania pomiędzy uczestnikami łańcucha żywnościowego „od pola do stołu”.

Etyczne postępowanie to także świadome zapobieganie i eliminowanie wszelkich działań mogących naruszyć dobro konsumentów. Jakiekolwiek przejawy odstępstw od takiego podejścia powinny podlegać surowej ocenie i napętnowaniu: uczestnicy łańcucha żywnościowego powinni sami starać się wykluczać ze swego grona takich producentów i to nie tylko w szczególnie rażących i nagłośnionych przez media przypadkach.

Za niedopuszczalne uważamy nieuczciwe, nierzetelne praktyki rynkowe, które mają wpływ na bezpieczeństwo i jakość żywności, co może skutkować narażeniem życia i zdrowia konsumentów oraz czerpanie nieuzasadnionych korzyści finansowych przez uczestników łańcucha żywnościowego.

Za niezgodne z normami etycznymi uważamy również bazowanie na nieświadomości konsumentów i innych uczestników łańcucha żywnościowego, mianowicie trawstwo żywności, działania wpływające na degradację środowiska naturalnego i lekceważenie przepisów dla osiągnięcia doraźnych korzyści finansowych, czy też nieuzasadnionych przewag konkurencyjnych.

Wyrażamy przekonanie, że stosowanie zasad etycznych zawartych w niniejszym dokumencie przez uczestników łańcucha żywnościowego zapewni zaufanie konsumentów oraz wpłynie na utrzymanie wysokiej jakości i renomny polskiej żywności na rynku krajowym i rynkach światowych.

### KODEKS ETYKI

### ŻYWNOSCIOWEJ

## ZASADY ETYKI

### ŻYWNOSCIOWEJ

#### 1

### Bezpieczeństwo konsumenta celem nadrzędnym

1. Rolnik, przetwórcą, handlowiec, każda osoba pracująca przy żywności – „od pola do stołu” deklaruje przestrzeganie wszelkich przepisów dotyczących produkcji żywności na każdym jej etapie i wdrażanie aktualnie obowiązujących systemów zarządzania bezpieczeństwem i jakością.

#### 2.

Wszelkie surowce, w tym także pasze, nawozy, środki ochrony roślin, dodatki do żywności powinny być zaopatrzone w odpowiednie atesty, potwierdzające ich zastosowanie.

#### 3.

Za nieetyczne, zarówno w stosunku do konsumentów, jak i uczestników łańcucha żywnościowego, uważa się produkowanie żywności w sposób niezgodny z prawem na jakimkolwiek etapie. Każdy uczestnik łańcucha żywnościowego powinien bezwzględnie zgłaszać takie przypadki właściwym służbom kontrolnym.

#### 4.

Obowiązkiem uczestników łańcucha żywnościowego jest ochrona wartości odżywczych przez w pełni świadomy dobór technologii, techniki, aparatury, środków, który ze względu na konieczny zakres trwałości produktu, pozabawienie zanieczyszczeń, zagwarantowanie optymalnego ze względu na wartość odżywcze składu – zapobiegac będzie utracie składników naturalnie występujących w użytych surowcach.

#### 5.

Niedopuszczalne jest fałszowanie produktów i wprowadzenie konsumentów w błąd w celu uzyskania nieuzasadnionych korzyści ekonomicznych i przewagi rynkowej. Wszyscy uczestnicy łańcucha żywnościowego powinni dokładać wszelkich starań, aby na żadnym z etapów produkcji żywności nie dochodziło do fałszowań, a wykryte przypadki bezwzględnie eliminować oraz zgłaszać je właściwym służbom urzędowej kontroli żywności. Za jednoznacznie nieetyczne uznaje się świadome stosowanie surowców o niewiadomego pochodzenia, zafałszowanych lub oferowanych poza oficjalnym obrotem.

### KODEKS ETYKI

### ŻYWNOSCIOWEJ

## ZASADY ETYKI

### ŻYWNOSCIOWEJ

#### 2

### Poszanowanie żywności przez minimalizację strat

Zasada ta oznacza takie postępowanie wszystkich uczestników łańcucha żywnościowego w procesie produkcji, przetwarzania, przechowywania i obrotu, aby minimalizować utratę zarówno produktów, jak i poszczególnych ich składników oraz wartości odżywczych. Etyka żywnościowa dotyczy systemów zarządzania bezpieczeństwem i jakością żywności i odnosi się do wymagań dla każdego uczestnika łańcucha żywnościowego.

#### 3

### Solidarna ochrona zaufania konsumentów w łańcuchu żywnościowym

Zasada solidarnej ochrony dobrego imienia i wizerunku produkowanej w Polsce żywności przez jednoznaczne eliminowanie przypadków naruszenia zaufania konsumentów przez nieuczciwe praktyki i nieetyczne działania.

Tego typu postawa powinna przejawiać się w solidarnym potępieniu aktów nieuczciwości oraz zgłaszaniu występujących naruszeń stosownym organom kontrolnym w celu eliminacji nieuczciwych podmiotów z rynku. Zasada ta powinna obejmować również solidarne działania wobec podmiotów produkujących w tzw. szarej strefie.

#### 4

### Przejrzysta i niewprowadzająca w błąd informacja w znakowaniu i reklamie produktów żywnościowych

W znakowaniu, etykietowaniu, reklamie produktów żywnościowych nadrzędną zasadą jest unikanie wszelkich wprowadzających w błąd praktyk oraz prezentowanie swoich produktów wyłącznie w sposób umożliwiający konsumentom podejmowanie racjonalnych decyzji zakupowych, a w szczególności:

1. Wspieranie, tam, gdzie jest to możliwe, decyzji konsumentów przez umieszczanie dodatkowych informacji żywnościowych umożliwiających dokonanie wyboru zgodnie z zasadami zbilansowanej diety.

2. Reklama żywności powinna spełniać wymagania Kodeksu Etyki Reklam.

### KODEKS ETYKI

### ŻYWNOSCIOWEJ