

**POROZUMIENIE NADAWCÓW**  
**w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety**  
**zawarte w dniu 25 listopada 2019 roku, pomiędzy:**

**ATM Grupa S.A.** z siedzibą w Bielanach Wrocławskich (55-040), przy ul. Dwa Światy 1, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej we Wrocławiu VI Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000157203 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 1 do Porozumienia), reprezentowaną przez:

**Huberta Oziminę – pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 1a do Porozumienia**

**MUSIC TV sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (04-175), przy ul. Ostrobramskiej 77, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000788145 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 2 do Porozumienia), reprezentowaną przez:

**Pawła Kosiackiego - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 2a do Porozumienia**

**Green Content sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (00-085), przy ul. Bielańskiej 12, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000571658 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 3 do Porozumienia), reprezentowaną przez:

**Dorotę Żurkowską Bytner – Członka Zarządu**

**Kino Polska TV S.A.** z siedzibą w Warszawie (02-595), przy ul. Puławskiej 61, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000363674 (odpis z KRS stanowi załącznik nr 4 do Porozumienia), reprezentowaną przez:

**Wiktora Degę - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 4a do Porozumienia**

**ITI Neovision S.A.** z siedzibą w Warszawie (02-758), przy Al. Generała Władysława Sikorskiego 9, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000469644 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 5 do Porozumienia), reprezentowaną przez:

**Agnieszka Gotlibowska-Horoszczak –pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 5a do Porozumienia**

**Lemon Records sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (04-175), przy ul. Ostrobramskiej 77, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000120567 (odpis z KRS stanowi załącznik nr 6 do Porozumienia), reprezentowaną przez:

**Pawła Kosiackiego - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 6a do Porozumienia**

**NTL Radomsko sp. z o.o.** z siedzibą w Radomsku (97-500), przy ul. 11-go listopada 2, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są

przez Sąd Rejonowy w Piotrkowie Trybunalskim, pod numerem KRS 0000114461 (odpis z KRS stanowi załącznik nr 7 do Porozumienia),  
reprezentowaną przez:  
**Daniela Łuszczyna – Członka Zarządu**

**Stavka sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (00-358), przy ul. Ordynackiej 14/9, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000243109 (odpis z KRS stanowi załącznik nr 8 do Porozumienia),  
reprezentowaną przez:  
**Edwarda Miszczaka- Członka Zarządu**

**STOPKLATKA S.A.** z siedzibą w Warszawie (02-801), przy ul. Puławskiej 435A, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000332145 (odpis z KRS stanowi załącznik nr 9 do Porozumienia), reprezentowaną przez:  
**Wiktora Degę - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 9a do Porozumienia**

**Superstacja sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (04-028), przy Al. Stanów Zjednoczonych 53, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000227371 (odpis z KRS stanowi załącznik nr 10 do Porozumienia),  
reprezentowaną przez:  
**Pawła Kosiackiego - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 10a do Porozumienia**

**Telewizja Polsat sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (04-175), przy ul. Ostrobramskiej 77, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000388899 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 11 do Porozumienia), reprezentowaną przez:  
**Stanisława Janowskiego – Prezesa Zarządu**  
**Norberta Walkiewicza – Prokurenta**

**Telewizja Polska S.A.** z siedzibą w Warszawie (00-999), przy ul. Jana Pawła Woronicza 17, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000100679 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 12 do Porozumienia), reprezentowaną przez:  
**Jacka Kurskiego - Prezesa Zarządu**  
**Marzena Paczuska – Tętnik – Członka Zarządu**

**Telewizja Puls sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (00-724), przy ul. Chełmskiej 21/22, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000081367 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 13 do Porozumienia),  
reprezentowaną przez:  
**Beatę Dymacz - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 13a do Porozumienia**

**TVN S.A.** z siedzibą w Warszawie (02-952), przy ul. Wiertniczej 166, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000213007 (wydruk z KRS stanowi załącznik nr 14 do Porozumienia),  
reprezentowaną przez:

**Piotra Tyborowicza – Członka Zarządu - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 14a do Porozumienia**

**TV Spektrum sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (04-187), przy ul. Dęblińskiej 6, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, dla której akta rejestrowe prowadzone są przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie XIII Wydział Gospodarczy KRS, pod numerem KRS 0000451146 (odpis z KRS stanowi załącznik nr 15 do Porozumienia), reprezentowaną przez:

**Pawła Kosiackiego - pełnomocnika, upoważnionego na podstawie pełnomocnictwa, którego kopia stanowi załącznik nr 15a do Porozumienia**

## **PREAMBUŁA**

- I.** Zważywszy, że PASMI Związek Pracodawców „Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty”, Polska Izba Przemysłu Farmaceutycznego i Wyrobów Medycznych POLFARMED oraz Krajowa Rada Suplementów i Odżywek przystąpiły do „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety” z 2016 roku,
- II.** Z uwagi na to, że PASMI Związek Pracodawców „Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty”, Polska Izba Przemysłu Farmaceutycznego i Wyrobów Medycznych POLFARMED, Krajowa Rada Suplementów i Odżywek oraz Polski Związek Producentów Przemysłu Farmaceutycznego PZPPF są organizacjami promującymi ochronę konsumenta w zakresie zapewnienia rzetelnej informacji o właściwościach Suplementów diety;
- III.** Mając na uwadze inicjatywę Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji w przedmiocie inicjowania i wspierania samoregulacji w zakresie dostarczania usług medialnych;
- IV.** Mając na uwadze treść art. 7 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności;
- V.** Zważywszy na kształtowanie przez Nadawców w drodze samoregulacji dobrych praktyk rynkowych;

**Strony zawierają niniejsze Porozumienie  
i zobowiązują się do współdziałania w sposób opisany poniżej.**

## **DEFINICJE**

**Audycja dla dzieci** – audycja telewizyjna, która ze względu na porę nadawania (w godzinach: od godz. 06:00 do godz.20:00) i treść jest adresowana (skierowana) głównie do Dzieci;

**Dziecko** – odbiorca Programów telewizyjnych w wieku od 4 (czterech) do 12 (dwunastu) lat;

**Nadawca** – osoba fizyczna, osoba prawna lub osobowa spółka handlowa, która tworzy i zestawia Program telewizyjny oraz rozpowszechnia go lub przekazuje innym osobom w celu rozpowszechniania;

**Organizacje** – PASMI Związek Pracodawców „Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty”, Polska Izba Przemysłu Farmaceutycznego i Wyrobów Medycznych POLFARMED oraz Krajowa Rada Suplementów i Odżywek;

**Porozumienie** – niniejsze porozumienie;



**Program** – uporządkowany zestaw audycji, przekazów handlowych lub innych przekazów, rozpowszechniany w całości, w sposób umożliwiający jednoczesny odbiór przez odbiorców w ustalonym przez Nadawcę układzie;

**Reklama** – przekaz handlowy pochodzący od Reklamodawcy w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług, nadawany w bloku reklamowym;

**Reklama skierowana do Dzieci** – Reklama stanowiąca przekaz zawierający bezpośrednie wezwanie Dzieci do nabycia reklamowanych Suplementów diety lub nakłonienia rodziców lub innych osób dorosłych do kupienia Dzieciom reklamowanych Suplementów diety;

**Reklamodawca** – podmiot publiczny lub prywatny zlecający rozpowszechnianie Reklam w Programach telewizyjnych;

**Strony** – stronami Porozumienia są Nadawcy, którzy zawarli Porozumienie lub inni Nadawcy, którzy złożą pisemne oświadczenie o przystąpieniu do Porozumienia (wzór oświadczenia stanowi załącznik nr 16 do Porozumienia);

**Suplement diety** – środek spożywczy, którego celem jest uzupełnienie normalnej diety, będący skoncentrowanym źródłem witamin lub składników mineralnych lub innych substancji wykazujących efekt odżywczy lub inny fizjologiczny, pojedynczych lub złożonych, wprowadzony do obrotu w formie umożliwiającej dawkowanie, w postaci: kapsułek, tabletek, drażetek i w innych podobnych postaciach, saszetek z proszkiem, ampułek z płynem, butelek z kroplomierzem i w innych podobnych postaciach płynów i proszków przeznaczonych do spożywania w małych, odmierzonych ilościach jednostkowych, z wyłączeniem produktów posiadających właściwości produktu leczniczego w rozumieniu przepisów prawa farmaceutycznego;

**Ustawa o radiofonii i telewizji** – ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. (Dz.U.2011.43.226 z późn. zm.).

## § 1

### Zakres obowiązywania Porozumienia

Porozumienie znajduje zastosowanie do Reklamy Suplementów diety kierowanej do konsumentów w Programach. W celu uniknięcia wątpliwości, Strony potwierdzają, że postanowienia Porozumienia nie obejmują sponsorowania i lokowania produktu.

## § 2

### Zobowiązania Nadawców

Nadawcy zobowiązują się, że:

- a) Reklama Suplementu diety nie powinna być nadawana w Programie w bloku reklamowym bezpośrednio przed i bezpośrednio po Audycji dla dzieci,
- b) Reklama Suplementu diety nie może być Reklamą skierowaną do Dzieci.

## § 3

1. Reklama Suplementu diety może dotyczyć wyłącznie Suplementów diety, których pierwsze wprowadzenie do obrotu zostało zgłoszone do Głównego Inspektora Sanitarnego.
2. Reklama Suplementu diety nie może wprowadzać odbiorców w błąd poprzez wskazywanie na właściwości lecznicze lub jakiegokolwiek zastosowanie lecznicze w związku z istnieniem i przebiegiem choroby oraz jej objawami z zastrzeżeniem § 4 ust. 4 Porozumienia. Reklama Suplementu diety nie może również sugerować możliwości zastąpienia konsultacji

z przedstawicielem zawodu medycznego lub leczenia, a także możliwości zastosowania suplementu diety zamiast produktu leczniczego lub wyrobu medycznego, z zastrzeżeniem § 4 ust. 4 Porozumienia.

3. Reklama Suplementu diety nie może w sposób niezgodny z prawem sugerować wpływu na poprawę stanu zdrowia. Dozwolone jest stosowanie w sposób zgodny z prawem oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych. Oświadczenia pozostające w procesie oceny mogą być stosowane przed podjęciem przez Komisję Europejską ostatecznej decyzji w sprawie ich zatwierdzenia, o ile pozwalają na to przepisy prawa.
4. Reklama powinna prezentować Suplement diety obiektywnie oraz informować o jego racjonalnym stosowaniu.
5. Reklama Suplementu diety nie może sugerować, że spożycie suplementu może zastępować zrównoważoną dietę.

#### § 4

1. Reklama Suplementu diety nie może być łączona w jednym spocie reklamowym z Reklamą produktu leczniczego lub wyrobu medycznego.
2. W Reklamie Suplementu diety nie mogą pojawiać się postacie lub wizerunki osób rzeczywistych i fikcyjnych, które są przedstawicielami lub ze względu na sposób przedstawienia mogą być odebrane jako przedstawiciele następujących zawodów medycznych: lekarz, lekarz dentyista, farmaceuta, technik farmaceutyczny, felczer, pielęgniarka, położna, ratownik medyczny, diagnosta laboratoryjny, fizjoterapeuta, a także pojawiać się rekomendacje tych osób.
3. W Reklamie Suplementu diety nie mogą pojawiać się przedmioty oraz miejsca budzące skojarzenia z wykonywaniem zawodów medycznych, działalnością leczniczą lub rehabilitacyjną.
4. W Reklamie Suplementów diety nie mogą pojawiać się nazwy chorób w kontekście sugerującym, że Suplement diety posiada właściwości ich zapobiegania lub leczenia. Nazwy chorób mogą pojawiać się w innym kontekście, jeżeli jest to zgodne z przepisami prawa.
5. W Reklamie Suplementów diety nie mogą pojawiać się nazwy chorób, które w rzeczywistości nie istnieją.
6. W Reklamie Suplementów diety nie można powoływać się na wyniki badań bez wyraźnego wskazania źródła ich pochodzenia.
7. Reklama Suplementów diety nie może w nieuzasadniony sposób budzić uczucia lęku i odrazy zarówno za pomocą środków werbalnych lub wizualnych, w tym grafik lub symboli.

#### § 5

1. Reklamę Suplementu diety oznacza się informacją graficzną z tekstem:  
*„Suplement diety. Zawiera składniki, które wspomagają funkcje organizmu poprzez uzupełnienie normalnej diety. Nie ma właściwości leczniczych.”*
2. Informacja, o której mowa w ust. 1, jest nadawana nie krócej niż 5 (pięć) sekund, z czego 2 (dwie) sekundy przy prezentacji produktu, poprzez wyraźne wyodrębnienie pola na dole ekranu, i zajmować nie mniej niż 10 (dziesięć) procent powierzchni ekranu. Tekst informacji jest widoczny, czytelny, nieruchomy, umieszczony poziomo, przy czym odległość liter od dolnej i górnej krawędzi tła płaszczyzny Reklamy nie jest większa niż 1/2 (jedna druga) wysokości liter, a odległość między wierszami napisu nie jest większa niż wysokość liter.

#### § 6

Strony zobowiązują się wymagać od Reklamodawców złożenia oświadczenia o zgodności Reklam rozpowszechnianych przez Strony przed, w trakcie i po emisji Audycji, w tym Audycji dla Dzieci, z postanowieniami Porozumienia. Przykładowy wzór oświadczenia Reklamodawcy stanowi załącznik nr 17 do Porozumienia.

## § 7

### Współpraca Stron

1. W celu wdrożenia mechanizmów współpracy i samokontroli w zakresie realizacji Porozumienia, Strony wyznaczają przedstawicieli upoważnionych do wykonywania Porozumienia. Lista upoważnionych przedstawicieli (zwanym dalej łącznie „Przedstawicielami”), oraz zasady uaktualniania tej listy przedstawione są w załączniku nr 18 do Porozumienia.
2. Przedstawiciele będą w szczególności:
  - a) monitorować wykonywanie Porozumienia przez Strony;
  - b) monitorować procesy legislacyjne związane z uregulowaniami prawnymi ochrony zdrowia dzieci, z uwzględnieniem przedmiotu Porozumienia;
  - c) odbywać kwartalne posiedzenia w celu przekazania informacji w sprawie wykonywania Porozumienia przez Strony;
  - d) proponować zmiany Porozumienia oraz wskazywać ich zakres.
3. Wyznaczeni Przedstawiciele będą współpracować w celu zapewnienia prawidłowego i efektywnego wykonywania Porozumienia, w tym w szczególności będą kontaktować się z:
  - a) Krajową Radą Radiofonii i Telewizji w odniesieniu do sprawowanej w granicach określonych przepisami Ustawy o radiofonii i telewizji kontroli działalności Nadawców w zakresie określonym w Porozumieniu;
  - b) Organizacjami w celu monitorowania aktualności przyjętych w ramach „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety” z 2016 roku,
  - c) Organizacjami zajmującymi się promowaniem ochrony konsumenta w zakresie rzetelnej informacji o właściwościach Suplementów diety;
  - d) innymi Nadawcami w celu zachęcenia do przystąpienia do Porozumienia.
4. Strony oświadczają, że działania opisane Porozumieniem będą wykonywane z najwyższą starannością oraz zgodnie z dobrymi obyczajami, a także z poszanowaniem zasad uczciwej konkurencji.
5. Oświadczenia Organizacji oraz Polskiego Związku Producentów Przemysłu Farmaceutycznego PZPPF w przedmiocie udziału w ustalaniu treści Porozumienia stanowią łącznie załącznik nr 19 do Porozumienia.

## § 8

### Okres obowiązywania

1. Porozumienie obowiązuje od dnia 1 grudnia 2019 r., w ten sposób, że:
  - a) od dnia zawarcia Strony rozpoczynają wdrożenie postanowień Porozumienia w ramach prowadzonej działalności, w szczególności w zakresie rozwiązań technologicznych umożliwiających jego stosowanie, procedur oraz polityk handlowych przedstawianych Reklamodawcom,
  - b) Nadawcy telewizyjni zapewnią, że nadawane od 1 stycznia 2020 r. Reklamy Suplementów niezależnie od daty ich zlecenia, będą posiadały oświadczenia o zgodności z zasadami przewidzianymi w niniejszym Porozumieniu.
2. Porozumienie zostaje zawarte na czas nieokreślony.
3. Każda ze Stron może wypowiedzieć Porozumienie poprzez złożenie pozostałym Stronom Porozumienia pisemnego oświadczenia o wypowiedzeniu.

## § 9

### Przystępowanie do Porozumienia

1. Strony oświadczają, że niniejsze Porozumienie ma charakter otwarty, tj. do Porozumienia mogą przystąpić inni Nadawcy.
2. Warunkiem przystąpienia do Porozumienia jest złożenie wszystkim jego Stronom pisemnego oświadczenia o przystąpieniu i zobowiązaniu się do realizacji Porozumienia w treści określonej w załączniku nr 16 do Porozumienia.



## § 10

### Postanowienia końcowe

1. Strony zobowiązują się poinformować Krajową Radę Radiofonii i Telewizji o zawarciu Porozumienia.
2. Porozumienie zostaje sporządzone w 20 (dwudziestu) egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron oraz po jednym dla Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, PASMI Związku Pracodawców „Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty”, Polskiej Izby Przemysłu Farmaceutycznego i Wyrobów Medycznych POLFARMED, Krajowej Rady Suplementów i Odżywek oraz Polskiego Związku Producentów Przemysłu Farmaceutycznego PZPPF.

### Załączniki:

1. KRS ATM Grupa S.A.;
- 1a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Huberta Oziminy;
2. KRS MUSIC TV sp. z o.o.;
- 2a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Pawła Kosiackiego;
3. KRS Green Content sp. z o.o.;
4. KRS Kino Polska TV S.A.;
- 4a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Wiktora Degi;
5. KRS ITI Neovision S.A.;
- 5a. kopia pełnomocnictwa dla Pani Agnieszki Gotlibowskiej-Horoszczak;
6. KRS Lemon Records sp. z o.o.;
- 6a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Pawła Kosiackiego;
7. KRS NTL Radomsko sp. z o.o.;
8. KRS Stavka sp. z o.o.;
9. KRS STOPKLATKA S.A.;
- 9a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Wiktora Degi;
10. KRS Superstacja sp. z o.o.;
- 10a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Pawła Kosiackiego;
11. KRS Telewizja Polsat sp. z o.o.;
12. KRS Telewizja Polska S.A.;
13. KRS Telewizja Puls sp. z o.o.;
- 13a. kopia pełnomocnictwa dla Pani Beaty Dymacz;
14. KRS TVN S.A.;
- 14a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Piotra Tyborowicza;
15. KRS TV Spektrum sp. z o.o.;
- 15a. kopia pełnomocnictwa dla Pana Pawła Kosiackiego;
16. Wzór oświadczenia nadawcy o przystąpieniu do Porozumienia;
17. Wzór oświadczenia Reklamodawcy;
18. Lista Przedstawicieli Stron i zasady jej aktualizacji;
19. Oświadczenie Organizacji;
20. Oświadczenie Polskiego Związku Producentów Przemysłu Farmaceutycznego PZPPF.



**ATM Grupa S.A.**

Imię i nazwisko:.....



Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

Podpis: .....

**MUSIC TV SP. Z O.O.**

Imię i nazwisko:.....

Imię i nazwisko:.....



Podpis: .....

Podpis: .....

**Green Content sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....

Imię i nazwisko:.....



Podpis: .....

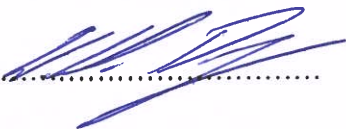
Podpis: .....

**Kino Polska TV S.A.**

Imię i nazwisko:.....

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....



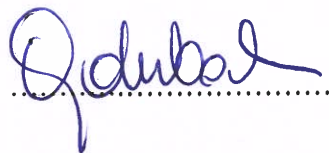
Podpis: .....

**ITI Neovision S.A.**

Imię i nazwisko:.....

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....



Podpis: .....



**Lemon Records sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....



Podpis: .....

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

**NTL Radomsko sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....

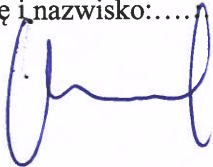
Podpis: 

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

**Stavka sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....




Podpis: .....

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

**STOPKLATKA S.A.**

Imię i nazwisko:.....

Podpis: 

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

**Superstacja sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....



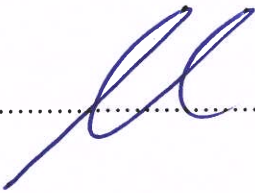
Podpis: .....

Imię i nazwisko:.....


Podpis: .....

**Telewizja Polsat Sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....

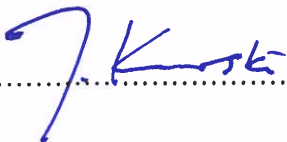
Podpis: 

Imię i nazwisko:.....

Podpis: 

**Telewizja Polska S.A.**

Imię i nazwisko:.....

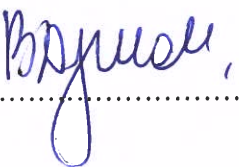
Podpis: 

Imię i nazwisko:.....

Podpis: 

**Telewizja Puls sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....

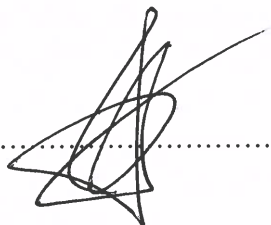
Podpis: 

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

**TVN S.A.**

Imię i nazwisko:.....

Podpis: 

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

**TV Spektrum sp. z o.o.**

Imię i nazwisko:.....

Podpis: 

Imię i nazwisko:.....

Podpis: .....

**Załącznik nr 16**  
**do POROZUMIENIA NADAWCÓW**  
**w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety**  
**z dnia 25 listopada 2019 roku**

**W z ó r**

dnia .....

Przedstawiciel Nadawcy

.....

z siedzibą .....

**Oświadczenie Nadawcy o przystąpieniu do Porozumienia**

Działając w imieniu ....., z siedzibą w ....., numer KRS/NIP .....(zwany dalej „Stroną”), niniejszym oświadczam/y\* o przystąpieniu Strony do Porozumienia zawartego w dniu ..... 2019 roku, w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety i zobowiązuję/emy\* się do działania zgodnie z postanowieniami Porozumienia.

W wykonaniu postanowienia § 7 ust. 1 Porozumienia wyznaczam/y\*, jako Przedstawiciela Strony Panią/Pana\* ....., adres e-mail ....., nr tel. ....

Imię i nazwisko:.....

*Imię i nazwisko:*.....

Stanowisko:.....

*Stanowisko:*.....

Podpis: .....

*Podpis:* .....\*

Załączniki:

1. KRS (lub wyciąg z innego właściwego rejestru) i pełnomocnictwo\*;
2. Porozumienie zawarte w dniu ..... 2019 roku, w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety.



**Załącznik nr 17**  
**do POROZUMIENIA NADAWCÓW**  
**w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety**  
**z dnia 25 listopada 2019 roku**

**W z ó r**

dnia .....

*nadawca/podmiot działający na rzecz nadawcy\**

.....

z siedzibą .....

**Oświadczenie Reklamodawcy**

Działając w imieniu ..... (*nazwa i NIP Reklamodawcy*) z siedzibą w ..... pod adresem ..... niniejszym oświadczam/y\*, że film reklamowy dotyczący suplementów diety (*nazwa Reklamy/tytuł Reklamy/wersja/numer*) nie jest reklamą skierowaną do dzieci, tj. Reklama nie zawiera przekazu zawierającego bezpośrednie wezwanie dzieci (tj. małoletnich w wieku od 4 (czterech) do 12 (dwunastu) lat) do nabycia reklamowanych suplementów diety lub nakłonienia rodziców lub innych osób dorosłych do kupienia dzieciom suplementów diety.

Ponadto oświadczam/y\*, że Reklama jest zgodna z poniższymi kryteriami:

1. Reklama Suplementu diety oznaczona została informacją graficzną z tekstem:  
*„Suplement diety. Zawiera składniki, które wspomagają funkcje organizmu poprzez uzupełnienie normalnej diety. Nie ma właściwości leczniczych.”.*
2. Informacja, o której mowa w pkt 1, jest nadawana nie krócej niż 5 (pięć) sekund, z czego 2 (dwie) sekundy przy prezentacji produktu, poprzez wyraźne wyodrębnienie pola na dole ekranu, i zajmuje nie mniej niż 10 (dziesięć) procent powierzchni ekranu. Tekst informacji jest widoczny, czytelny, nieruchomy, umieszczony poziomo, przy czym odległość liter od dolnej i górnej krawędzi tła płaszczyzny Reklamy nie jest większa niż 1/2 (jedna druga) wysokości liter, a odległość między wierszami napisu nie jest większa niż wysokość liter.
3. Reklama Suplementu diety dotyczy Suplementu diety, którego pierwsze wprowadzenie do obrotu zostało zgłoszone do Głównego Inspektora Sanitarnego.
4. Reklama Suplementu diety nie wprowadza odbiorców w błąd poprzez wskazywanie na właściwości lecznicze lub jakiegokolwiek zastosowanie lecznicze w związku z istnieniem i przebiegiem choroby oraz jej objawami z zastrzeżeniem § 4 ust. 4 Porozumienia. Reklama Suplementu diety nie sugeruje również możliwości zastąpienia konsultacji z przedstawicielem zawodu medycznego lub leczenia, a także możliwości zastosowania suplementu diety zamiast produktu leczniczego lub wyrobu medycznego,
5. Reklama Suplementu diety nie sugeruje - w sposób niezgodny z prawem - wpływu na poprawę stanu zdrowia. Dozwolone jest stosowanie w sposób zgodny z prawem oświadczeń żywieniowych

Strona 12 z 17





i zdrowotnych. Oświadczenia pozostające w procesie oceny mogą być stosowane przed podjęciem przez Komisję Europejską ostatecznej decyzji w sprawie ich zatwierdzenia, o ile pozwalają na to przepisy prawa.

6. Reklama prezentuje Suplement diety obiektywnie oraz informuje o jego racjonalnym stosowaniu.
7. Reklama Suplementu diety nie sugeruje, że spożycie suplementu może zastępować zrównoważoną dietę.
8. Reklama Suplementu diety nie jest łączona w jednym spocie reklamowym z Reklamą produktu leczniczego lub wyrobu medycznego.
9. W Reklamie Suplementu diety nie pojawiają się postacie lub wizerunki osób rzeczywistych i fikcyjnych, które są przedstawicielami lub ze względu na sposób przedstawienia mogą być odebrane jako przedstawiciele następujących zawodów medycznych: lekarz, lekarz dentysta, farmaceuta, technik farmaceutyczny, felczer, pielęgniarka, położna, ratownik medyczny, diagnosta laboratoryjny, fizjoterapeuta, a także pojawiać się rekomendacje tych osób.
10. W Reklamie Suplementu diety nie pojawiają się przedmioty oraz miejsca budzące skojarzenia z wykonywaniem zawodów medycznych, działalnością leczniczą lub rehabilitacyjną.
11. W Reklamie Suplementu diety nie pojawiają się nazwy chorób w kontekście sugerującym, że Suplement diety posiada właściwości ich zapobiegania lub leczenia. Nazwy chorób mogą pojawiać się w innym kontekście, jeżeli jest to zgodne z przepisami prawa.
12. W Reklamie Suplementu diety nie pojawiają się nazwy chorób, które w rzeczywistości nie istnieją.
13. W Reklamie Suplementu diety nie powołano się na wyniki badań bez wyraźnego wskazania źródła ich pochodzenia.
14. Reklama Suplementu diety nie budzi uczucia lęku i odrazy zarówno za pomocą środków werbalnych lub wizualnych, w tym grafik lub symboli.

Imię i nazwisko:.....

Imię i nazwisko:.....

Stanowisko:.....

Stanowisko:.....

Podpis: .....

Podpis: .....



**Załącznik nr 19**  
**do POROZUMIENIA NADAWCÓW**  
**w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety**  
**z dnia 25 listopada 2019 roku**

**Oświadczenie Organizacji**

Działając w imieniu Polskiej Izby Przemysłu Farmaceutycznego i Wyrobów Medycznych POLFARMED (dalej „Organizacja”) z siedzibą w Warszawie, ul. Łucka 2/4/6, oświadczam, że:

1. Organizacja przystąpiła do „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety”.
2. Organizacja zapoznała się z treścią Porozumienia i je akceptuje.
3. Organizacja deklaruje niezwłoczne przekazywanie Stronom wszelkich istotnych informacji dotyczących przyjętego „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety”.
4. Organizacja zobowiązuje się współpracować ze Stronami Porozumienia w celu zapewnienia prawidłowego i efektywnego wykonywania Porozumienia.

Imię i nazwisko: dr Paulina Skowrońska

Stanowisko: Dyrektor Biura Izby

Podpis: .....

**Załącznik nr 19**  
**do POROZUMIENIA NADAWCÓW**  
**w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety**  
**z dnia 25 listopada 2019 roku**

**Oświadczenie Organizacji**

Działając w imieniu Krajowej Rady Suplementów i Odżywek (dalej „Organizacja”) z siedzibą w Warszawie (00-872) ul. Chłodna 64 oświadczam/y\*, że:

1. Organizacja przystąpiła do „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety”.
2. Organizacja zapoznała się z treścią Porozumienia i je akceptuje.
3. Organizacja deklaruje niezwłoczne przekazywanie Stronom wszelkich istotnych informacji dotyczących przyjętego „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety”.
4. Organizacja zobowiązuje się współpracować ze Stronami Porozumienia w celu zapewnienia prawidłowego i efektywnego wykonywania Porozumienia.

Imię i nazwisko: Bartosz Demianiuk

Stanowisko: Prezes Zarządu

Podpis: .....



**Załącznik nr 19**  
**do POROZUMIENIA NADAWCÓW**  
**w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety**  
**z dnia 25 listopada 2019 roku**

**Oświadczenie Organizacji**

Działając w imieniu PASMI Związku Pracodawców „Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty” (dalej „Organizacja”) z siedzibą w Warszawie oświadczam, że:

1. Organizacja przystąpiła do „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety”.
2. Organizacja zapoznała się z treścią Porozumienia i je akceptuje.
3. Organizacja deklaruje niezwłoczne przekazywanie Stronom wszelkich istotnych informacji dotyczących przyjętego „Kodeksu dobrych praktyk reklamy suplementów diety”.
4. Organizacja zobowiązuje się współpracować ze Stronami Porozumienia w celu zapewnienia prawidłowego i efektywnego wykonywania Porozumienia.

Imię i nazwisko: Ewa Jankowska

Stanowisko: Prezes Zarządu PASMI Związku Pracodawców „Polski Związek Producentów Leków Bez Recepty”

Podpis: ...*Ewa Jankowska*...



**Załącznik nr 20**  
**do POROZUMIENIA NADAWCÓW**  
**w sprawie zasad rozpowszechniania reklam suplementów diety**  
**z dnia 25 listopada 2019 roku**

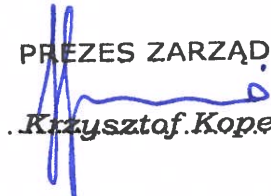
**Oświadczenie Polskiego Związku Pracodawców Przemysłu Farmaceutycznego PZPPF**

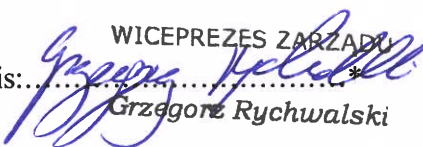
Działając w imieniu **Polskiego Związku Pracodawców Przemysłu Farmaceutycznego** (dalej „Organizacja”) z siedzibą w Warszawie (kod pocztowy: 00-728), przy ul. Bobrowieckiej 8, wpisanym do rejestru stowarzyszeń Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000131235, numer NIP: 5262666300, numer REGON: 015251450, oświadczamy, że:

1. Organizacja zapoznała się z treścią Porozumienia i je akceptuje.
2. Organizacja zobowiązuje się współpracować ze Stronami Porozumienia w celu zapewnienia prawidłowego i efektywnego wykonywania Porozumienia.

Imię i nazwisko: Krzysztof Kopeć  
Stanowisko: Prezes Zarządu

Imię i nazwisko: Grzegorz Rychwalski  
Stanowisko: Wiceprezes Zarządu

PREZES ZARZĄDU  
Podpis:  *Krzysztof Kopeć*.....

WICEPREZES ZARZĄDU  
Podpis:  *Grzegorz Rychwalski*