

KAROLINA GAMBALA

Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska

e-mail: karolina.gambala@gmail.com

ORCID: 0009-0006-2941-1024

ZUZANNA KASPERKOWICZ

Uniwersytet Śląski w Katowicach, Polska

e-mail: zuzia.kasperkiewicz@o2.pl

ORCID: 0009-0005-4666-1597

W KWESTII PODOBIENSTWA SUPLEMENTÓW DIETY I PRODUKTÓW LECZNICZYCH – ANALIZA PRAWNA

LEGAL ANALYSIS OF THE SIMILARITIES BETWEEN DIETARY SUPPLEMENTS AND MEDICINAL PRODUCTS

ABSTRACT This article undertakes a legal analysis of the phenomenon of supplements becoming more frequently identified with medicinal products, which, despite their different legal status, are increasingly seen as mutually interpenetrating categories. The starting point is a comparison of the definitions of the two categories under the current legislation. Then, special attention is given to cases of attributing medicinal properties to dietary supplements, which may constitute an infringement of the law. The phenomenon of comparative advertising, in which the line between information and misrepresentation is sometimes blurred, especially in the context of presenting the effects of supplements in comparison with medicines, is also analysed.

KEYWORDS: dietary supplement, medicinal product, comparative advertising, act of unfair competition, medicinal properties

SŁOWA KLUCZOWE: suplement diety, produkt leczniczy, reklama porównawcza, czyn nieuczciwej konkurencji, właściwości lecznicze

WSTĘP

W obrocie gospodarczym można znaleźć towary będące środkami spożywczymi, które określane są mianem produktów z pogranicza (tzw. *borderline products*). Łączą one cechy charakterystyczne zarówno dla żywności, jak i dla produktów leczniczych. Znacznie częściej mylne utożsamianie żywności z lekami wynika jednak

z działań marketingowych, które podejmują przedsiębiorcy z sektora spożywczego. Działania te polegają m.in. na przedstawianiu produktów w sposób, który może skutkować wprowadzeniem konsumentów w błąd – sugerując, że wykazują one właściwości lecznicze¹. Suplementy diety są obecnie powszechnie stosowane przez osoby w różnym wieku, a praktyka ta wynika najczęściej z niewystarczającej wiedzy zarówno na temat składu, jak i działania tych preparatów. Wiele suplementów należy do kategorii środków spożywczych, jednak często bywają one błędnie utożsamiane z produktami leczniczymi, które powinny być stosowane wyłącznie w przypadku wystąpienia stanów chorobowych². Celem tej publikacji jest przedstawienie zagadnienia podobieństwa na gruncie prawa suplementów diety i produktów leczniczych oraz wskazanie problemów, które się z nim wiążą.

DEFINICJA SUPLEMENTU DIETY I PRODUKTU LECZNICZEGO

Polski ustawodawca zdecydował się na uregulowanie definicji legalnej suplementu diety w art. 3 ust. 3 pkt 39 ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia³, z której wynika, że do kwalifikacji konkretnego produktu jako suplementu diety niezbędne jest, aby był on środkiem spożywczym, który dodatkowo spełnia w sposób łączny następujące przesłanki:

- 1) uzupełnienia normalną dietę,
- 2) stanowi skoncentrowane źródło witamin, minerałów lub innych składników o właściwościach odżywczych lub wpływających na funkcje organizmu, które występują samodzielnie bądź w połączeniu,
- 3) wprowadza się go do obrotu w formie umożliwiającej dawkowanie, takiej jak kapsułki, tabletki, drażetki oraz inne podobne postacie, a także saszetki z proszkiem, ampułki z płynem, butelki z kroplomierzem oraz inne formy płynne i proszkowe przeznaczone do spożycia w małych, odmierzonych porcjach,
- 4) nie posiada właściwości produktu leczniczego w rozumieniu przepisów prawa farmaceutycznego.

Definicja suplementu diety uregulowana w ustawie o bezpieczeństwie żywności i żywienia została niemal w niezmienionej formie przejęta z porządku unijnego. W art. 2 lit. a dyrektywy 2002/46/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia

¹ M. Łata, „Środek spożywczy” czy „produkt leczniczy”? Wybrane problemy na styku dwóch reżimów prawnych, „Przegląd Prawa Medycznego” 2023, nr 1–2, s. 73.

² H. Bojarowicz, P. Dźwigulska, *Suplementy diety. Część I. Suplementy diety a leki – porównanie wymagań prawnych*, „Hygeia Public Health” 2012, nr 4, s. 427–428.

³ Tekst jedn. Dz.U. z 2023 r., poz. 1448.

10 czerwca 2002 r. w sprawie zbliżania ustawodawstw Państw Członkowskich odnoszących się do suplementów żywnościowych⁴ nie została jedynie wskazana negatywna przesłanka stanowiąca część polskiej definicji, tj. brak posiadania przez produkt będący suplementem diety właściwości leczniczych w rozumieniu prawa farmaceutycznego. Jednocześnie art. 1 ust. 1 dyrektywy 2002/46/WE wprost wyłącza z zakresu dyrektywy produkty lecznicze⁵.

Aby zrozumieć w pełni definicję suplementu diety, konieczne jest wyjaśnienie, czym jest środek spożywczy. Przez pojęcie środka spożywczego należy rozumieć – zgodnie z rozporządzeniem WE nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiającym ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołującym Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiającym procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności⁶ – substancję bądź produkt, który został przetworzony, częściowo przetworzony lub nie uległ przetworzeniu, a przeznaczony jest do spożycia przez ludzi bądź też można się spodziewać, że zostanie przez ludzi spożyty⁷. Z definicji tej wynika, że suplementy diety są żywnością⁸. Dla zaklasyfikowania konkretnego produktu jako środka żywnościowego nie są zatem istotne substancje odżywcze, które wchodzi w skład produktu, czy też przeznaczenie go do odżywiania. Decydujące znaczenie ma bowiem choćby potencjalne przeznaczenie go do spożycia przez ludzi⁹.

Wątpliwości może budzić zagadnienie „normalnej diety”, gdyż nie uregulowano jego definicji legalnej. Jednak należy przez to rozumieć zarówno zbilansowaną, jak i zróżnicowaną dietę¹⁰.

W odniesieniu do witamin oraz składników mineralnych przepisy prawne przewidują wykaz dopuszczalnych form chemicznych, które mogą być składnikami suplementów diety. Nadal brakuje jednak regulacji dotyczących maksymalnych poziomów witamin i składników mineralnych, które mogą być zawarte w suplementach diety¹¹. Brak szczegółowych przepisów regulujących stosowanie składników

⁴ Dz.Urz. UE L nr 183 z 2002 r., s. 51; dalej: dyrektywa 2002/46/WE.

⁵ M. Łata, *W kwestii prawnego pojęcia suplementów diety*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2022, nr 2, s. 120–121.

⁶ Dz.Urz. UE L nr 31 z 2002 r., s. 1.

⁷ Zob. K. Leśkiewicz, *Wokół prawnego pojęcia żywności*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2015, nr 1(16), s. 179–192.

⁸ G. Krasnowska, T. Sikora, *Suplementy diety a bezpieczeństwo konsumenta*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość” 2011, nr 4, s. 6.

⁹ M. Łata, *W kwestii prawnego pojęcia...*, s. 121.

¹⁰ *Ibidem*.

¹¹ *Suplement diety – panaceum na wszystkie dolegliwości?*, <https://journals.viamedica.pl/gazeta-amg/article/view/62483/47255>, s. 18–19 (dostęp: 9.07.2025 r.).

innych niż witaminy i składniki mineralne w suplementach diety sprawia, że oferta tych produktów na rynku cechuje się dużym zróżnicowaniem. Komisja Europejska wskazała, że w produkcji suplementów diety wykorzystuje się około 400 różnych substancji, przy czym witaminy i składniki mineralne odpowiadają za blisko połowę całego rynku suplementów w Unii Europejskiej¹².

Jeśli chodzi o definicję produktu leczniczego, została ona uregulowana w art. 2 pkt 32 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne¹³, zgodnie z którym produktem leczniczym jest pojedyncza substancja bądź też kombinacja substancji, która jest prezentowana jako posiadająca właściwości zapobiegania chorobom lub ich leczenia u ludzi bądź zwierząt, albo która podawana jest w celu diagnozowania chorób lub wpływania na funkcje fizjologiczne organizmu poprzez działanie farmakologiczne, immunologiczne lub metaboliczne – z zamiarem ich przywrócenia, poprawy lub modyfikacji.

Jak wynika z powyższej definicji, za produkt leczniczy może być uznany produkt, który:

- 1) posiada działanie lecznicze,
- 2) jest przedstawiany jako posiadający działanie lecznicze.

W orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej można znaleźć pogląd, zgodnie z którym pomimo faktu, że w definicji produktu leczniczego możliwe jest wyróżnienie wyżej wymienionych dwóch części, to za produkt leczniczy należy uznać każdy z produktów, jeżeli zakresowo mieści się w przynajmniej jednej z nich¹⁴.

Przez pryzmat obydwu definicji warto zwrócić uwagę na kilka kwestii. Wskazany w definicji suplementów diety efekt fizjologiczny występuje także w definicji produktu leczniczego. W przypadku suplementu diety należy go jednak interpretować jako wsparcie dla prawidłowego przebiegu procesów fizjologicznych, a nie jako ich odbudowa, modyfikacja czy też korekcja, co byłoby właściwe dla produktów leczniczych. Suplementy diety nie posiadają statusu produktów leczniczych, a tym samym nie mogą wywoływać efektów charakterystycznych dla produktów leczniczych, tj. działania farmakologicznego, immunologicznego czy metabolicznego. Ich przeznaczeniem nie jest leczenie bądź zapobieganie chorobom, lecz wspomaganie organizmu w utrzymaniu jego naturalnych funkcji i stanu homeostazy, czyli naturalnej równowagi organizmu¹⁵.

¹² G. Krasnowska, T. Sikora, *Suplementy diety a bezpieczeństwo konsumenta...*, s. 6.

¹³ Tekst jedn. Dz.U. z 2025 r., poz. 750 ze zm.; dalej: Prawo farmaceutyczne.

¹⁴ Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 16 kwietnia 1991 r., C-112/89, Upjohn przeciwko Farzoo.

¹⁵ G. Osęka, *Suplementy diety jako szczególna kategoria żywności w prawodawstwie polskim i UE*, „Studia Prawnicze” 2023, nr 2, s. 107.

W obrocie handlowym można wyróżnić jednak grupę środków spożywczych, które określa się mianem produktów z pogranicza (tzw. *borderline products*)¹⁶. Wskazują one podobieństwo do produktów leczniczych¹⁷. Jak jednak wynika z art. 3a Prawa farmaceutycznego, jeżeli dany produkt spełnia kryteria do uznania go zarówno za produkt leczniczy, jak i suplement diety, podlega reżimowi Prawa farmaceutycznego.

PREZENTACJA LECZNICZYCH WŁAŚCIWOŚCI SUPLEMENTU DIETY

Wymogi prawne dotyczące opakowań suplementów diety są znacznie mniej rygorystyczne niż te, które obowiązują w odniesieniu do produktów leczniczych. Jak wskazuje § 5 ust. 2 rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 9 października 2007 r. w sprawie składu oraz oznakowania suplementów diety¹⁸, suplementy diety wprowadzane do obrotu znakuje się, umieszczając na opakowaniu poniższe informacje:

- 1) wskazanie, że dany produkt to „suplement diety”;
- 2) określenie nazw kategorii substancji odżywczych bądź charakteryzujących produkt lub wskazanie, jaki charakter mają te substancje,
- 3) porcję produktu, jaka jest zalecana do spożycia w ciągu dnia,
- 4) ostrzeżenie, które wskazuje na konieczność nieprzekraczania zalecanej porcji do spożycia w ciągu dnia,
- 5) wskazanie, że suplementy diety nie mogą być stosowane jako substytut (zamiennik) zróżnicowanej diety,
- 6) wskazanie, że suplementy diety należy przechowywać w sposób niedostępny dla małych dzieci.

Jednocześnie w art. 6 ust. 2 dyrektywy 2002/46/WE określono, że m.in. prezentacja suplementów żywnościowych nie może wskazywać na ich właściwości lecznicze lub się do nich odnosić.

W kwestii definicji słownikowej, przez prezentację należy rozumieć m.in. „pokaz towarów”¹⁹. Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej wskazywał, że za „przedstawienie” produktu leczniczego uznaje się sytuację, gdy produkt jest w sposób wyraźny „określany” bądź „zalecany” – na przykład za pośrednictwem etykiety, ulotki informacyjnej lub nawet ustnie. Ponadto „prezentacja” występuje także

¹⁶ A. Bardel, *Produkty z pogranicza (borderline product)*, „LAB Laboratoria, Aparatura, Badania” 2015, nr 4, s. 31–34.

¹⁷ M. Łata, „Środek spożywczy” czy „produkt leczniczy”?..., s. 73.

¹⁸ Tekst jedn. Dz.U. z 2023 r., poz. 79 ze zm.

¹⁹ *Słownik języka polskiego*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/prezentacja.html> (dostęp: 9.07.2025 r.).

wówczas, gdy wygląd opakowania sugeruje, że produkt posiada właściwości lecznicze. Natomiast w odniesieniu do zagadnienia pojęcia prezentacji środka spożywczego należy wskazać, że w rozumieniu obowiązujących przepisów prezentacja żywności obejmuje jej wygląd zewnętrzny, formę, rodzaj i materiał opakowania, a także kontekst, w jakim produkt ten jest przedstawiany konsumentowi. Kwestia prezentowania w rozumieniu prawa farmaceutycznego jest zakresowo szersza niż w rozumieniu prawa żywnościowego²⁰.

W praktyce występuje wiele trudności związanych z rozróżnieniem pomiędzy dopuszczalnym informowaniem o możliwym korzystnym wpływie działania suplementu diety na zdrowie człowieka a niedozwolonym przypisywaniem mu właściwości leczniczych. Do najczęstszych sytuacji niejednoznacznych należy promowanie suplementów w odniesieniu do konkretnych jednostek chorobowych, a także odwoływania się do mechanizmów działania typowych dla leków²¹.

Zgodnie z art. 7 ust. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności (...) ²², z zastrzeżeniem odstępstw przewidzianych w prawie Unii w odniesieniu 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. Zakaz ten dotyczy także prezentacji i reklamy (art. 7 ust. 4). Jednocześnie informacje, reklama i prezentacja suplementów diety powinny wskazywać konsumentom rzetelną informację, w tym przeznaczenie danego produktu. Istotne jest przy tym, że z założenia suplementy diety są przeznaczone dla osób zdrowych, a ich celem nie jest zapobieganie chorobom czy ich leczenie, ale jedynie utrzymanie i wspomaganie prawidłowego funkcjonowania organizmu²³. W razie zaistnienia niewłaściwego stanu zdrowia należy zastosować produkt leczniczy. Suplement diety jako środek spożywczy nie może bowiem posiadać właściwości leczniczych²⁴. Przykładowo, Wojewódzki Sąd Administracyjny w Warszawie wskazał, że „jeżeli produktowi przypisuje się właściwości zapobiegania lub leczenia chorób, to nie jest on suplementem diety, lecz produktem leczniczym”. W tej samej sprawie sąd wskazał, że

²⁰ M. Łata, „Środek spożywczy” czy „produkt leczniczy”?..., s. 75–76.

²¹ H. Bojarowicz, P. Dźwigulska, *Suplementy diety. Część I...*, s. 431.

²² Dz.Urz. UE L nr 304 z 2011 r., s. 18.

²³ Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 15 stycznia 2021 r., II OSK 2170/20, LEX 3156857.

²⁴ Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 11 października 2017 r., VII SA/Wa 2629/16, LEX nr 2391621.

sformułowanie „tanie leki” wskazuje na właściwości lecznicze preparatów²⁵. Naczelny Sąd Administracyjny wskazał ponadto, że jeżeli celem, który konsument chce uzyskać, jest przywrócenie prawidłowych funkcji organizmu, to w takim przypadku stosowanie suplementów diety należy ocenić jako nieprawidłowe. Informowanie, że dany suplement diety ma właściwości lecznicze, może bowiem jednocześnie wywołać niewłaściwe zachowanie wśród konsumentów.

Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej w wyroku wydanym w dniu 30 listopada 1983 r., C-227/82, w sprawie Leendert van Bennekom, stwierdził, że za produkt leczniczy może zostać uznany nie tylko preparat, który wywołuje faktyczny i rzeczywisty efekt terapeutyczny, ale także taki produkt, który poprzez sposób, w jaki jest prezentowany, może budzić u przeciętnego konsumenta przekonanie o swoim działaniu leczniczym. Jednocześnie Trybunał podkreślił, że w ramach części definicji produktu leczniczego, która nakazuje uznać za taki produkt również produkt prezentowany jako posiadający właściwości lecznicze, mieszczą się wyroby, jakie nie wywołują skutków medycznych. Zewnętrzny wygląd produktu (np. tabletki) może stanowić element takiego sposobu prezentacji, ale nigdy nie będzie on samodzielnie wystarczał do klasyfikacji danego produktu jako leku²⁶.

Co istotne, jak wynika z przepisów ustawy o bezpieczeństwie żywności żywienia, naruszenie wymagań w zakresie znakowania środków spożywczych – w tym w zakresie prezentacji – jest zagrożone karą pieniężną. Jednocześnie, jeżeli stwierdzone zostanie zaistnienie takiego naruszenia, odpowiedni organ jest zobowiązany do zastosowania kary. Jej wymiar zależy natomiast m.in. od stopnia szkodliwości danego czynu, stopnia zawinienia i zakresu naruszenia²⁷.

REKLAMA PORÓWNAWCZA

Działania marketingowe stanowią nieodłączny element funkcjonowania większości produktów na rynku, jednak w kontekście suplementów diety konieczne jest zachowanie szczególnej ostrożności w zakresie ich reklamy. Mimo że zarówno ustawa o bezpieczeństwie żywności żywienia, jak i inne akty prawne nie regulują w sposób szczegółowy kryteriów dopuszczalności reklamy suplementów diety, pewne wskazówki w tym zakresie można odnaleźć w innych regulacjach prawnych.

²⁵ Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie dnia 24 sierpnia 2010 r., VII SA/Wa 587/10, LEX nr 1687102.

²⁶ M. Łata, „Środek spożywczy” czy „produkt leczniczy”?..., s. 83–84.

²⁷ Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 1 września 2015 r., II OSK 14/14, LEX nr 1987032.

Ustawa o bezpieczeństwie żywności żywienia ogranicza się do wskazania w art. 27 ust. 5, że oznakowanie, prezentacja i reklama suplementów diety nie mogą zawierać informacji stwierdzających lub sugerujących, że zbilansowana i zróżnicowana dieta nie może dostarczyć wystarczających dla organizmu ilości składników odżywczych.

Zagadnienie reklamy suplementów diety należy jednak poddać analizie z szerszego punktu widzenia, tj. z uwzględnieniem przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji²⁸. Pierwszorzędne znaczenie należy przypisać ryzyku uznania podejmowanych działań marketingowych za nieuczciwą reklamę porównawczą²⁹. Liczne są przypadki występowania w obrocie produktów klasyfikowanych jako suplementy diety, mających zbliżony (lub identyczny) skład co produkty lecznicze. Kuszącą strategią reklamową zdaje się wówczas pokreślenie tych właściwości w zestawieniu z zaproponowaniem konsumentowi niższej ceny za tożsamy efekt (tj. wspólna reklama suplementów diety i leków³⁰). Przekonywanie konsumentów o zamiennym względem leku charakterze suplementu diety, powołując się na działanie identyczne (czy też skuteczniejsze, szybsze, bardziej długotrwałe itp.), przy jednoczesnym zestawieniu produktów będących suplementami diety z produktami będącymi produktami leczniczymi, może prowadzić do uznania powyższych działań za nieuczciwą reklamę porównawczą.

Zgodnie z art. 16 ust. 3 u.z.n.k. reklamą porównawczą jest reklama umożliwiająca bezpośrednio lub pośrednio rozpoznanie konkurenta albo towarów lub usług oferowanych przez konkurenta. Dla uznania tego rodzaju reklamy za czyn nieuczciwej konkurencji konieczne jest ponadto stwierdzenie, że reklama taka jest sprzeczna z dobrymi obyczajami. Choć reklama porównawcza jest zasadniczo dozwolona (jeżeli nie spełnia przesłanek uznania za czyn nieuczciwej konkurencji), jej stosowanie w odniesieniu do suplementów diety wymaga szczególnej ostrożności, zwłaszcza w razie porównywania ich do produktów leczniczych.

Szczególne ryzyko naruszenia przepisów występuje wtedy, gdy reklama suplementu diety sugeruje jego równoważność lub przewagę nad produktem leczniczym – zarówno w kontekście składu, jak i efektów działania. Przedsiębiorcy powinni unikać wszelkich form (bezpośredniego lub pośredniego) zestawiania swoich produktów z lekami, jeżeli nie są w stanie wykazać jednoznacznej zgodności z przesłankami z art. 16 ust. 3 u.z.n.k. Nieprzestrzeganie tych zasad może skutkować nie tylko sankcjami administracyjnymi i cywilnymi, ale również utratą reputacji na

²⁸ Tekst jedn. Dz.U. z 2022 r., poz. 1233 ze zm.; dalej: u.z.n.k.

²⁹ Zob. J. Dudzik, R. Skubisz, (w:) J. Szwaia (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2019, s. 741.

³⁰ M. Łata, *Reklama suplementów diety. Ograniczenia prawne*, Warszawa 2024, s. 301.

rynku oraz zarzutem świadomego wprowadzania konsumentów w błąd. Interesujące w tym kontekście są tzw. *umbrella branding*.

PODOBIENSTWO PRODUKTÓW JAKO INNY CZYN NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI

Oprócz reklamy porównawczej, częstą praktyką jest świadome upodabnianie suplementów diety do znanych produktów leczniczych – zarówno pod względem opakowania, kolorystyki, jak i nazewnictwa. Takie działania mogą zostać uznane za przejawy pasożytnictwa, stanowiącego czyn nieuczciwej konkurencji jako działanie sprzeczne z dobrymi obyczajami, zagrażające lub naruszające interes innego przedsiębiorcy lub klienta (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.). Pasożytnictwo polega na bezprawnym wykorzystywaniu cudzych osiągnięć rynkowych³¹. Ponadto, jak wskazuje U. Promińska, w pasożytnictwie „chodzi o rozmaite praktyki rynkowe, których wspólnym mianownikiem jest opieranie pozycji rynkowej własnych produktów na reputacji zdobytej już przez innych. Koncepcja ta pozwala na ochronę nie tyle samego produktu, ile dobrej reputacji przedsiębiorcy, który go wyprodukował i wprowadził do obrotu. Przejęcie rezultatów cudzej pracy i wysiłków bez ponoszenia własnych kosztów i nakładów jest nieuczciwe”³².

W orzecznictwie jako przejaw pasożytnictwa wskazuje się m.in. naśladownictwo opakowań towarów, jeżeli „przyciągnięcie uwagi klientów nastąpiło w wyniku podobieństwa opakowań wywołującego pozytywne skojarzenie z utrwalonym w świadomości klientów wizerunkiem wyrobu wcześniej wprowadzonego”³³.

Istotnym aspektem jest unikanie używania nazw łudząco podobnych do nazw leków, stosowania podobnej grafiki, kolorystyki czy układu opakowania, a także czcionki tekstu. Należy przy tym podkreślić, że w orzecznictwie wskazuje się, iż umieszczenie na opakowaniu elementów kolorystycznych lub graficznych nawiązujących do koloru, kształtu wizerunku lub sposobu wykorzystania produktu nie może być uznane za niedozwolone naśladownictwo, jeśli elementy te z natury rzeczy określają sam produkt i nie są objęte ochroną na rzecz innego przedsiębiorcy w ramach tzw. prawa własności intelektualnej³⁴. Należy zatem uznać, że samo stwierdzenie podobieństwa pomiędzy opakowaniami leków i suplementów diety

³¹ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 6 września 2016 r., I ACa 907/16, LEX nr 2162934.

³² U. Promińska, (w:) M. Namysłowska (red.), *Reklama. Aspekty prawne. Nowe wyzwania*, Warszawa 2022.

³³ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 stycznia 2007 r., V CSK 311/06, LEX nr 259779.

³⁴ Por. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 11 lipca 2002 r., I CKN 1319/00, OSNC 2003, nr 5, poz. 73; wyrok Sądu Najwyższego z dnia 11 sierpnia 2004 r., II CK 487/03, LEX nr 176100.

nie prowadzi jeszcze automatycznie do uznania, że spełnione zostały przesłanki pasożytnictwa. Jeżeli bowiem opakowanie opatrzone jest symbolem powszechnie kojarzonym z danym rodzajem produktu, nie powinno zostać uznane za przejaw niedozwolonej konkurencji, pod warunkiem że nie wyczerpuje przy tym innych przesłanek umożliwiających taką konstatację.

Oprócz konsekwencji na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, zarówno w przypadku nieuczciwej reklamy porównawczej, jak i pasożytnictwa, poważnym ryzykiem jest dopuszczalność uznania suplementu diety za produkt leczniczy i objęcia go reżimem ustawy – Prawo farmaceutyczne. Zgodnie z terminologią Prawa farmaceutycznego, produktem leczniczym jest substancja lub mieszanina substancji, przedstawiana jako posiadająca właściwości zapobiegania lub leczenia chorób występujących u ludzi lub zwierząt lub podawana w celu postawienia diagnozy lub w celu przywrócenia, poprawienia lub modyfikacji fizjologicznych funkcji organizmu poprzez działanie farmakologiczne, immunologiczne lub metaboliczne. Istotne jest w związku z tym unikanie przez producentów suplementów diety przedstawiania ich jako środków, których stosowanie może prowadzić do wyleczenia lub zapobiegania chorobom oraz innych efektów wskazanych w przywołanej powyżej definicji. Praktyka dostarcza wielu przykładów w tym zakresie, m.in. używanie zwrotów charakterystycznych dla produktów leczniczych (np. substancja czynna), czy zalecenie stosowania suplementu diety w toku występowania określonych jednostek chorobowych w celu „uzdrowienia”³⁵. Podkreślenia wymaga, że reklamowanie suplementu diety jako odpowiednika leku, charakteryzującego się lepszą skutecznością w działaniu leczniczym, może prowadzić do wypełnienia zakresu definicji produktu leczniczego. Następstwem tego będzie konieczność objęcia takiego produktu reżimem ustawy – Prawo farmaceutyczne.

PODSUMOWANIE

Suplementy diety, choć pozornie przypominające produkty lecznicze, różnią się od nich istotnie funkcją oraz statusem prawnym. Ich podstawowym celem jest uzupełnianie diety, a nie leczenie czy zapobieganie chorobom, co znajduje odzwierciedlenie zarówno w definicjach prawnych, jak i w ograniczeniach dotyczących ich znakowania oraz reklamy.

Znakowanie suplementów diety nie może wprowadzać konsumenta w błąd ani sugerować właściwości leczniczych. Niedozwolone jest m.in. stosowanie twierdzeń, że suplementy są niezbędne dla zdrowia w przypadku prawidłowego odżywiania.

³⁵ H. Bojarowicz, P. Dźwigulska, *Suplementy diety. Część I...*, s. 431.

Tym samym projektowanie etykiet czy opakowań wymaga zachowania szczególnej ostrożności, by nie naruszyć tych zasad.

Istotnym zagadnieniem pozostaje reklama suplementów diety, szczególnie w kontekście reklamy porównawczej. Choć reklama porównawcza jest co do zasady dopuszczalna, jej stosowanie wobec suplementów – zwłaszcza w zestawieniu z produktami leczniczymi – wiąże się z dużym ryzykiem naruszenia reguł uczciwej konkurencji. Przekazy marketingowe, które sugerują terapeutyczne działanie suplementu, jego skuteczność porównywalną z lekiem, czy przewagę nad produktem leczniczym, mogą wprowadzać konsumentów w błąd, a w konsekwencji zostać uznane za nieuczciwą reklamę porównawczą czy inny typ nieuczciwej praktyki rynkowej/czynu nieuczciwej konkurencji.

Dodatkowe zagrożenie dla uczciwego obrotu stanowią praktyki polegające na świadomym upodabnianiu suplementów diety do znanych produktów leczniczych – poprzez kolorystykę, nazwę, czcionkę czy układ opakowania. Takie działania mogą zostać uznane za przejaw pasożytnictwa, będącego czynem nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 u.z.n.k. Jednak sama zbieżność opakowań nie przesądza jeszcze o naruszeniu prawa – każdorazowo należy badać, czy nie dochodzi do nieuprawnionego wykorzystania cudzej renomy i mylenia produktów w percepcji konsumenta.

Podsumowując, rynek suplementów diety wymaga szczególnej ostrożności w działaniach marketingowych, aby nie naruszyć granic prawnych w zakresie znakowania, reklamy i uczciwej konkurencji. Utrzymywanie przejrzystości i rzetelności przekazu nie tylko chroni konsumenta, ale także buduje zaufanie do suplementów diety jako odrębnej kategorii od produktów leczniczych. Na gruncie prawa przepisy budzą wiele wątpliwości, które powodują przede wszystkim funkcjonujące definicje „suplementu diety” i „produktu leczniczego” oraz podobieństwo fizyczne obydwu kategorii produktów.

REFERENCES

- Bardel A., *Produkty z pogranicza (borderline product)*, „LAB Laboratoria, Aparatura, Badania” 2015, nr 4, 31–34
- Bojarowicz H., Dźwigulska P., *Suplementy diety. Część I. Suplementy diety a leki – porównanie wymagań prawnych*, „Hygeia Public Health” 2012, nr 4
- Dudzik J., Skubisz R., (w:) J. Szwaja (red.), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa 2019
- Krasnowska G., Sikora T., *Suplementy diety a bezpieczeństwo konsumenta*, „Żywność. Nauka. Technologia. Jakość” 2011, nr 4
- Leśkiewicz K., *Wokół prawnego pojęcia żywności*, „Przegląd Prawa Rolnego” 2015, nr 1(16)
- Łata M., *Reklama suplementów diety. Ograniczenia prawne*, Warszawa 2024

- Łata M., „Środek spożywczy” czy „produkt leczniczy”? Wybrane problemy na styku dwóch reżimów prawnych, „Przegląd Prawa Medycznego” 2023, nr 1–2
- Łata M., W kwestii prawnego pojęcia suplementów diety, „Przegląd Prawa Rolnego” 2022, nr 2
- Namysłowska M., *Reklama. Aspekty prawne. Nowe wyzwania*, Warszawa 2022
- Oseka G., *Suplementy diety jako szczególna kategoria żywności w prawodawstwie polskim i UE*, „Studia Prawnicze” 2023, nr 2
- Słownik języka polskiego, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/prezentacja.html> (dostęp: 9.07.2025 r.)
- Suplement diety – panaceum na wszystkie dolegliwości?, https://journals.viamedica.pl/gazeta_amg/article/view/62483/47255 (dostęp: 9.07.2025 r.)
- Wyrok Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej z dnia 16 kwietnia 1991 r., C-112/89, Upjohn przeciwko Farzoo
- Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 15 stycznia 2021 r., II OSK 2170/20, LEX 3156857
- Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 1 września 2015 r., II OSK 14/14, LEX nr 1987032
- Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 24 sierpnia 2010 r., VII SA/Wa 587/10, LEX nr 1687102
- Wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 11 października 2017 r., VII SA/Wa 2629/16, LEX nr 2391621
- Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 11 lipca 2002 r., I CKN 1319/00, OSNC 2003, nr 5, poz. 73
- Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 11 sierpnia 2004 r., II CK 487/03, LEX nr 176100
- Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 stycznia 2007 r., V CSK 311/06, LEX nr 259779
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 6 września 2016 r., I ACa 907/16, LEX nr 2162934