

ZASADY WSPÓŁPRACY W ZAKRESIE REKLAMY I MARKETINGU FUNDACJI TWÓRCZYCH
Kobiet ze sponsorami i innymi podmiotami współpracującymi przy organizacji
konferencji i innych przedsięwzięć naukowych



Warszawa, luty 2024

Preambuła

1. Fundacja Twórczych Kobiet (dalej jako **FTK**) działa na podstawie Statutu (**Załącznik nr 1** do niniejszych Zasad Współpracy).
2. FTK w zakresie prowadzonej działalności naukowej i edukacyjnej zajmuje się organizacją wydarzeń edukacyjnych:
 - a. konferencji naukowych,
 - b. warsztatów,
 - c. kursów,
 - d. wykładów,
 - e. badań

również o tematyce związanej z ludzką laktacją oraz karmieniem piersią. W ramach organizacji ww. przedsięwzięć, jako właściciel niepublicznej placówki edukacyjnej – Centrum Nauki o Laktacji im. Anny Oslislo, FTK działa również na podstawie Statutu Niepublicznej Placówki Edukacyjnej: Centrum Nauki o Laktacji (**Załącznik nr 2** do niniejszych Zasad Współpracy).

3. FTK w ramach organizowanych konferencji oraz innych przedsięwzięć naukowych nawiązuje współpracę z wykładowcami, badaczami oraz innymi osobami propagującymi wiedzę o laktacji i karmieniu piersią (dalej jako „**Współpracownicy**”).
4. FTK dla finansowego wsparcia organizowanych konferencji i innych przedsięwzięć naukowych pozyskuje Sponsorów.
5. Współpraca FTK ze Sponsorami oraz Współpracownikami opiera się na wzajemnym poszanowaniu, uczciwości i przejrzystości. Współpraca nie może wpływać na niezależność podejmowanych przez Fundację działań ani na treści merytoryczne przekazywane uczestnikom wydarzeń edukacyjnych.
6. Cele i zakres współpracy powinny być precyzyjnie określone w umowie o współpracy.
7. Współpraca powinna być udokumentowana umową i, jeżeli żadna ze stron tego nie zastrzeże, jawna.
8. FTK realizując swoje cele statutowe działa w ramach przepisów prawa i od swoich współpracowników również wymaga ich przestrzegania. W ramach organizowanych konferencji i innych przedsięwzięć naukowych o tematyce związanej z laktacją oraz karmieniem piersią FTK przestrzega bezpośrednio obowiązujących przepisów prawa, również tych związanych z reklamą i prezentacją przedmiotów przeznaczonych do karmienia niemowląt (w tym smoczków oraz butelek) oraz wyrobów medycznych (w tym laktatorów oraz smoczków i butelek – jeżeli producent zakwalifikował je jako wyroby medyczne), tj.:
 - a. ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia, t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 2021 ze zm.
 - b. rozporządzenia Ministra Zdrowia z 21 kwietnia 2023 r. w sprawie reklamy wyrobów medycznych;
 - c. ustawy z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych;
 - d. rozporządzenia Ministra Zdrowia z dnia 16 września 2010 r. w sprawie środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego,
 - e. ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.
9. FTK ma świadomość przyjęcia przez Międzynarodową Organizację Zdrowia (WHO) w 1981 r. Międzynarodowego Kodeksu Marketingu Produktów Zastępujących Mleko Kobiące, który nie

ma waloru bezpośrednio obowiązujących przepisów prawa. Zbiór tych zasad został przynajmniej częściowo implementowany przez Państwa członkowskie WHO (w tym Polskę), co stanowi dla FTK kierunek w realizacji swoich celów statutowych, przy priorytetowym stosowaniu bezpośrednio obowiązujących przepisów prawa (punkty 5 a-e powyżej).

10. FTK kieruje się takimi wartościami jak:

- a. Karmienie piersią jest niezastąpionym źródłem idealnego pożywienia, umożliwiającego wzrost i rozwój niemowlęcia: stanowi niezastąpioną biologiczną i emocjonalną podstawę zdrowia matki i dziecka: dzięki przeciwniektynnym właściwościom mleka kobiecego pomaga chronić niemowlęta przed chorobami istotnie wpływa na wydłużenie okresu między kolejnymi porodami;
- b. Zakaz reklamy produktów zastępujących mleko kobiece (wszystkich przedstawianych jako zamiennik mleka matki), prezentowanie informacji na temat tych produktów do pracowników ochrony zdrowia zgodnie z zasadami informacji naukowej (pisma medyczne, prezentacje wyników badań, informacji o składzie i in.),
- c. Zakaz reklamy butelek i smoczków dla niemowląt – przy czym FTK wyraża zrozumienie dla konieczności karmienia niemowląt i dzieci butelką i smoczkiem mlekiem odciągany lub zamiennikiem mleka matki z uwagi na wskazania medyczne, społeczne lub wybór rodziców; przy czym możliwe jest prezentowanie pracownikom ochrony zdrowia informacji na temat tych produktów zgodnie z zasadami informacji naukowej (pisma medyczne, prezentacje wyników badań, pokaz działania, informacja o właściwościach technicznych i in.).
- d. Zakaz dystrybucji darmowych próbek Produktów – produktów przeznaczonych do karmienia niemowląt oraz produktów zastępujących mleko kobiece i zakaz dostarczania darmowych Produktów lub Produktów w obniżonych cenach;
- e. Zakaz promocji Produktów w placówkach opieki zdrowotnej i za ich pośrednictwem.
- f. Zakaz kontaktowania się przedstawicieli marketingu pośrednio lub bezpośrednio z matkami i przyszłymi matkami w zakresie promocji Produktów.
- g. Zakaz dawania próbek i prezentów pracownikom służby zdrowia i ich rodzinom.
- h. Etykiety produktów powinny być przetłumaczone na język polski nie powinny przedstawiać napisów i wizerunków idealizujących sztuczne metody karmienia.
- i. Pracownicy służby zdrowia mogą otrzymywać jedynie informacje o cechach produktu dowiedzionych naukowo.
- j. Rzeczpospolita Polska i jej organy są odpowiedzialne za dostarczenie spójnych i bezstronnych informacji na temat karmienia niemowląt i małych dzieci.
- k. Informacje na temat karmienia butelką, również te na etykietach produktów, powinny zwracać uwagę na zalety karmienia piersią oraz konsekwencje karmienia sztucznego
- l. Wszystkie produkty powinny zapewniać najwyższą jakość i być dostosowane do warunków klimatycznych i warunków przechowywania w danym kraju;

11. FTK od Współpracowników oraz Sponsorów nawiązujących współpracę w ramach konferencji naukowych i innych przedsięwzięć wymaga przestrzegania przepisów prawa związanych z prezentacją i reklamą produktów przeznaczonych do karmienia niemowląt oraz wyrobów medycznych (wynikających z ww. – punkty 5 a-e źródeł prawa), w duchu i zgodnie z zapisami Kodeksu, a opisanymi w niniejszych Zasadach Współpracy.

12. Współpracownicy i Sponsorzy nawiązujący współpracę z FTK zobowiązują się do przestrzegania ww. przepisów prawa i są świadomi wszelkich konsekwencji i sankcji związanych z prowadzeniem reklamy i prezentacji produktów przeznaczonych do karmienia niemowląt oraz wyrobów medycznych w sprzeczności z ww. przepisami prawa. Zobowiązują się także do przestrzegania standardów wyznaczanych przez ww. Kodeks.

13. Współpracownicy oraz Sponsorzy zobowiązują się do zwolnienia od odpowiedzialności FTK w przypadku zarzutów dotyczących niewłaściwej prezentacji lub reklamy produktów przeznaczonych do karmienia niemowląt lub wyrobów medycznych, a związanych z działaniami Współpracownika/ Sponsora.
14. Współpracownicy oraz Sponsorzy zobowiązują się do poinformowania swoich pracowników biorących udział w konferencji lub innym przedsięwzięciu organizowanym przez FTK o treści niniejszych Zasad Współpracy.

§1

Prezentacja i reklama produktów przeznaczonych do karmienia niemowląt

1. Zgodnie z art. 25 ust. 2 pkt 2 u.b.ż.ż., zabrania się prowadzenia działalności promocyjnej zachęcającej do nabycia preparatów do początkowego żywienia niemowląt i przedmiotów służących do karmienia niemowląt, takiej jak rozdawanie próbek, specjalne wystawy, kupony rabatowe, premie, specjalne wyprzedaże i sprzedaż wiązana.
2. Przedmioty służące do karmienia niemowląt obejmują swoim zakresem:
 - a. butelki oraz smoczki, ale także wszelkie inne produkty, które służą do karmienia mlekiem,
 - b. inne produkty przeznaczone do karmienia niemowląt – to jest dzieci do 12 miesiąca życia.
3. Mając na uwadze powyższe, Współpracownicy oraz Sponsorzy zobowiązują się podczas organizowanych przez FTK konferencji naukowych oraz innych przedsięwzięć nie prezentować produkowanych przedmiotów służących do karmienia niemowląt, jak również nie rozdawać próbek, broszur reklamowych, jak również specjalnych kuponów rabatowych związanych z przedmiotami służącymi do karmienia niemowląt – tj. do 12 miesiąca życia.
4. Współpracownicy oraz Sponsorzy przyjmują do wiadomości oraz zobowiązują się do przestrzegania ww. przepisów oraz są świadomi, że w razie ich naruszenia kara grzywny, jak również wszelkie zarzuty związane z naruszeniem ww. przepisów prawa obowiązują oraz kierowane będą do nich, jako producentów, nie zaś do FTK - jako organizatora konferencji naukowej, czy innych wydarzeń naukowych.
5. Współpracownicy oraz Sponsorzy zobowiązują się również do przestrzegania poniższych przepisów związanych z reklamą produktów przeznaczonych do karmienia niemowląt, a wynikających wprost z przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (dalej jako **u.z.n.k.**), **w szczególności:**
 - a. W zakresie nieuczciwej prezentacji Produktów – przedmiotów przeznaczonych do karmienia niemowląt (w myśl art. 3 u.z.n.k.),
 - b. W zakresie nieuczciwego oznakowania Produktów (w myśl art. 10 u.z.n.k.),
 - c. W zakresie nieuczciwej reklamy Produktów (w myśl art. 16 u.z.n.k.).Wyciąg ww. przepisów stanowi **Załącznik nr 3** do niniejszych Zasad Współpracy.

§2

Prezentacja i reklama wyrobów medycznych

1. Zgodnie z przepisami ustawy o wyrobach medycznych (art. 54-61) oraz rozporządzeniem Ministra Zdrowia z 21 kwietnia 2023 r. w sprawie reklamy wyrobów medycznych:

- a. Reklama wyrobu kierowana do publicznej wiadomości musi być sformułowana w sposób zrozumiały dla laika. Wymóg ten dotyczy również sformułowań medycznych i naukowych oraz przywoływania w reklamie badań naukowych, opinii, literatury lub opracowań naukowych i innych materiałów skierowanych do użytkowników innych niż laicy.
 - b. Nie można przypisać wyrobowi funkcji i właściwości, których nie posiada, ani w żaden sposób wprowadzać odbiorcy w błąd.
 - c. W reklamie kierowanej do publicznej wiadomości nie może występować osoba wykonująca zawód medyczny lub sugerująca wykonywanie takiego zawodu (np. aktor w kitlu).
 - d. Reklama nie może zachęcać dzieci do nabycia reklamowanych wyrobów lub nakłaniać rodziców lub innych osób dorosłych do kupienia reklamowanych wyrobów.
 - e. Reklama kierowana do publicznej wiadomości nie może dotyczyć wyrobów przeznaczonych do używania przez użytkowników innych niż laicy.
 - f. Każda reklama wyrobu medycznego musi zawierać określone przepisami informacje o wyrobie, jak również tzw. ostrzeżenie dla użytkownika.
2. Powyższe zasady reklamy mają zastosowanie również do sponsorowania targów, wystaw, pokazów, prezentacji, konferencji, zjazdów i kongresów naukowych, w tym dla osób wykonujących zawód medyczny.
 3. Sponsorzy oraz Współpracownicy, dokonujący podczas przedsięwzięć organizowanych przez FTK konferencji i przedsięwzięć naukowych przyjmują do wiadomości oraz zobowiązują się stosować ww. zasady reklamy i prezentacji wyrobów medycznych, w tym laktatorów, smoczków i butelek kwalifikowanych przez producentów jako wyroby medyczne.
 4. Sponsorzy oraz Współpracownicy są również świadomi sankcji za naruszenie przepisów dotyczących reklamy wyrobów medycznych, a wynikających z art. 103 ustawy z 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych.
 5. Sponsorzy oraz Współpracownicy zobowiązują się w szczególności zwolnić od odpowiedzialności FTK w sytuacji nałożenia na FTK kary finansowej za reklamę produktów prowadzonych przez danego Sponsora/ Współpracownika, jak również w przypadku wszelkich zarzutów związanych z ww. reklamą.

§2

Postanowienia końcowe

1. Niniejsze zasady współpracy zostają przyjęte przez FTK z chwilą ich podpisania przez władze Fundacji i stanowią Załącznik do każdej zawieranej przez FTK umowy ze Sponsorem lub Współpracownikiem.
2. Sponsor lub Współpracownik zawierający Umowę z FTK oświadcza, że zapoznał się z niniejszymi Zasadami Współpracy i zobowiązuje się do ich przestrzegania.