

KODEKS ETYKI ŻYWNOŚCIOWEJ

1.

Bezpieczeństwo konsumenta celem nadrzędnym

1. Rolnik, przetwórcza, 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 oraz materiały znajdujące się w styczności z żywnością 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, technik, aparatury, środków, który ze względu na konieczny zakres trwałości produktu, pozbawienie zanieczyszczeń, zagwarantowanie optymalnego ze względu na wartości odżywcze składu – zapobiegać będzie utracie składników naturalnie występujących w użytych surowcach.

5. Niedopuszczane 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 zafalszowań, a wykryte przypadki bezwzględnie eliminować oraz zgłaszać je właściwym służbom urzędowej kontroli żywności. Za jednoznacznie nieetyczne uznaje się świadome stosowanie surowców niewiadomego pochodzenia, zafalszowanych lub oferowanych poza oficjalnym obrotem.

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 konsumenckich przez umieszczanie dodatkowych informacji żywnościowych umożliwiających dokonanie wyboru zgodnie z zasadami zbilansowanej diety.

2. Reklama żywności powinna spełniać wymagania Kodeksu Etyki Reklamy.

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 zgodnie z narodowymi i międzynarodowymi zaleceniami żywnościowymi. Szczegółowe wytyczne zawiera Kodeks Etyki Reklamy.

6.

Uczciwość w konkuroowaniu 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.