



Sastanak o zaštiti djece od oglašavanja nezdrave hrane i pića – Pravobranitelj za djecu

Hrvatski zavod za javno zdravstvo organizirao je 9. prosinca 2022., u Zagrebu, sastanak, pod naslovom “Zdravlje djece u središtu: utjecaji skriveni u okruženjima”, koji je okupio ključne dionike u području oglašavanja hrane i pića usmjerenog djeci. Bila je to i prilika da se predstave dosadašnji rezultati Radne skupine za oglašavanje prehrambenih proizvoda namijenjeno djeci, koju čine predstavnici Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo, Ministarstva zdravstva, Ministarstva poljoprivrede, Ministarstva kulture i medija, Ureda pravobraniteljice za djecu, Hrvatske **udruge reklamnih agencija (HURA)**, Hrvatske **udruge** poslodavaca, Hrvatske **udruge** za zaštitu potrošača, RTL-a, Nove TV, Algebre te Agencije za elektroničke medije.

Cilj rada ove radne skupine je putem koregulacijskog sporazuma između svih dionika na tržištu, ponajprije pružatelja usluga elektroničkih publikacija i usluga platformi za razmjenu videozapisa, ograničiti oglašavanje hrane i pića s povišenom razinom masti, soli i šećera u medijskim sadržajima namijenjenim djeci.

Na sastanku su prikazane nacionalne i europske aktivnosti koje se provode u području ograničavanja oglašavanja hrane i pića usmjerenog djeci, a u svrhu stvaranja okruženja koja olakšavaju pravilne prehrambene odabire i prevencije debljine u djece.

“Želja nam je prikazati područje rada naše skupine iz perspektive svih dionika te nakon boljeg uvida u stajalište pojedinih smjerova donijeti zaključke koji će ujediniti sve naše snage i biti usmjereni stvaranju okruženja u kojima će oglašavanje hrane i pića biti regulirano ponajprije u interesu djece i u skladu s njihovim pravom na najvišu moguću razinu zdravlja”, rekla je Maja Lang Morović iz HZJZ-a koja je vodila sastanak.

Na sastanku su predstavnici Svjetske zdravstvene organizacije te europski stručnjaci (koji su se uključili *online*) prikazali europska iskustva u regulaciji oglašavanja usmjerenog na djecu, kao i modele i pristupe koji se temelje na utvrđivanju graničnih vrijednosti udjela masti, šećera i soli u prehrambenim proizvodima, kao temeljne kriterije za određivanje proizvoda koji se ne preporučuju djeci, te je njihovo oglašavanje nužno ograničiti, odnosno zabraniti u sadržajima namijenjenim djeci.

Maja Lang Morović prikazala je aktivnosti HZJZ-a u ovom području, upozorivši da 35 % djece u Hrvatskoj ima prekomjernu težinu, velika većina ih ne konzumira voće i povrće svaki dan, te da cjelokupno okruženje djece, a ne samo oglašavanje u medijima, ne podržava stvaranje zdravih prehrambenih navika. Predstavnici Agencije za elektroničke medije Katija Kušec i Damir Bučević izvijestili su o aktivnostima u izradi koregulacijskog sporazuma te prikazali rezultate istraživanja koji nedvojbeno potvrđuju da oglašavanje utječe na ponašanje djece i roditelja, prilikom donošenja odluke o kupnji određenih prehrambenih proizvoda. Maja Malić iz Hrvatske **udruge** poslodavaca prikazala je aktivnosti aktera iz područja prehrambene industrije i poljoprivrede usmjerene razvijanju etičnih praksi u oglašavanju, s ciljem zaštite djece.

Sudionicima se u nastavku skupa obratila voditeljica službe za poticanje zdravlja HZJZ-a prof. dr. Sanja Musić Milanović, Iva Dorić iz Hrvatske agencije za poljoprivredu i hranu govorila je o rizicima pretjerane upotrebe masnoća, soli i šećera u općoj prehrani, savjetnica pravobraniteljice za djecu Maja Flego govorila je pravima djeteta u kontekstu oglašavanja hrane i pića, Lidija Gamulin iz Unicef-ovog ureda za Hrvatsku izvijestila je o oglašavanju hrane i pića djeci u kontekstu poslovnog sektora. Liječnik Natko Beck pozvao je na partnerstvo zdravstvenih stručnjaka s medijima s ciljem promicanja zdravlja.

U zaključcima skupa istaknuto je da je zdravlje djece prioritet djelovanja te se potiče nastavak multisektorske suradnje na stvaranju okruženja koja olakšavaju pravilne prehrambene odabire i prevenciju debljine djece. Stručno-znanstveno



povjerenstvo izradilo je *Granične vrijednosti za komercijalne komunikacije hrane i pića usmjerene djeci*, te će se i u vezi s time nastaviti dijalog s industrijom i nakladnicima. Također će započeti zajedničko djelovanje na pripremi nacionalne kampanje kojom će se širiti pozitivne zdravstvene poruke te pridonijeti stvaranju okruženja koja će olakšati zdrave odabire. Istaknuto je da oglašavanje hrane i pića usmjereno djeci nije ograničeno samo na nakladnike, koji podliježu *Zakonu o elektroničkim medijima*, već je ono širi pojam koji obuhvaća širi kontekst i višestruka okruženja koja je također potrebno istražiti i utjecati na njih radi zaštite djece. U ukupne aktivnosti na ovom području svakako se aktivnije treba uključiti sustav odgoja i obrazovanja, zatim psiholozi, te je nužno uključiti i roditelje.