

לחיים בריאים יותר



משרד
הבריאות



לחיים בריאים יותר

גיבוש המלצות הוועדה בנושא מגבלות
על פרסום מזון מזיק – 22.10.18



• עבודת הוועדה

• 7 פגישות

• עשרות מצגות של בעלי עניין מהארץ ומחו"ל

• שקיפות מול הציבור – העלאת כלל החומרים והסיכומים לאתר

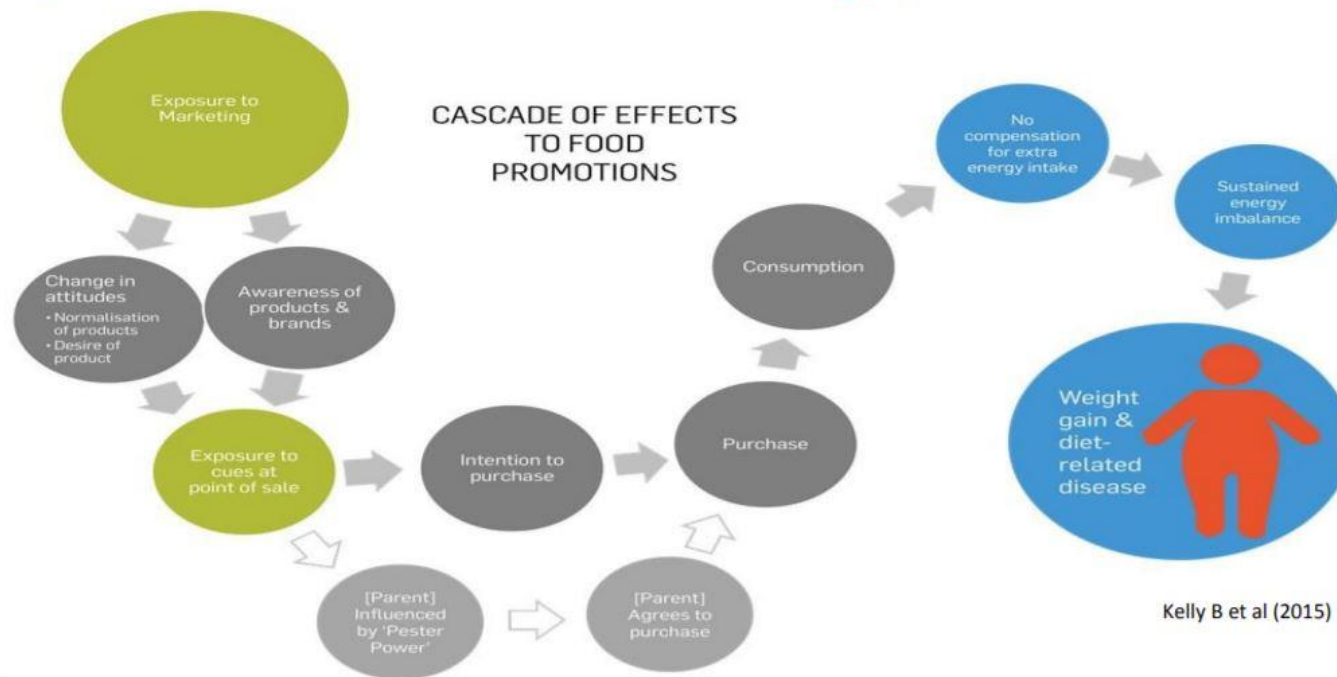
המשרד

• תקשורת



חזון - לאמץ צעדים לשם הקטנת ההשפעה של שיווק ופרסום בכל הפלטפורמות של מזון מזיק, על כלל האוכלוסייה בישראל, בדגש על ילדים ובני נוער- שמירה על הזכות לאכול בריא.

Why act? Effects of marketing promotions...





עקרונות:

- כל הפלטפורמות - טלוויזיה, מדיה חברתית, שלטי חוצות, קולנוע, הצגות וכו'
- כל סוג של מסר מסחרי (קרי, בתשלום) שנועד או שיש לו אפקט המגביר את המודעות, המשיכה והצריכה של מזון מזיק – פרסומת גלויה, סמויה, שימוש בתמונות מפורסמים, שימוש במשחקים, שימוש ביוטיוברים, אריזות מזון וכו'
- מגבלה על כל מי שמפרסם מזון מזיק – יצרנים, יבואנים, רשתות מזון וכו'
- בר ניטור
- בר אכיפה – סנקציות על הפרות
- בהלימה עם המלצות משרד הבריאות בנוגע למזון מזיק



גיבוש המלצה 1

• אופן שיקוף לציבור מזון עם סימון אדום

- באילו שעות
- באילו פלטפורמות
- ולאיזה קהלי יעד



המלצה 2

• יש להגיע לאיזונים בין הפרמטרים של הגיל, שעות הצפייה ושיעור הילדים הצופים כמכלול

- גיל הילדים 14-18
- גיל 12 הוא גיל ההבנה (ואינו אחיד)
- גיל ההשפעה הינו הרבה מעבר לגיל 12 (כולל מבוגרים)
- שעות – מוסכם כי ילדים רואים כמעט בכל השעות. טווח הדיון – השעות 18-22
- שיעור צפייה המגדיר תכנית לילדים – טווח הדיון 15% עד 30%



המלצה 3

• להקים מערך ניטור מתוקצב לנושא מגבלות הפרסום והשיווק – **חלופות לדיון:**

- רק של משרד הבריאות
- גוף לאומי מתוקצב עם עוד שותפים
 - חברה אזרחית
 - איגוד הפרסום
 - אקדמיה
 - רשות שנייה
 - משרדי ממשלה



המלצה 4

- להקים מערך אכיפה לנושא מגבלת הפרסומות
- יחידה/גוף יעודי במשרד הבריאות
 - קבלת נתונים מגוף הניטור
 - קבלת תלונות מהציבור
 - בירור פניות והפרות של המגבלות
 - הפעלת סנקציות בהתאם לתוצאות הבירור



המלצה 5 – מגבלת אמצעי שיווק נוספים, כגון -

- שימוש בסלב
- שימוש בשירים יעודיים לקידום מוצרים
- שימוש בדמויות מצוירות
- הימנעות מפרסום בהצגות וסרטי קולנוע המיועדים לילדים
- חלוקה בחינם מוצר מזון מזיק
- חסויות לארועים לילדים ובני נוער – ארועי ספורט, בתי ספר
- תוכן שווקי למזון מזיק (פרסום סמוי)
- שימוש בילדים ובני נוער כיוטיוברים/אינסטרגם/סנפצט/ למזון מזיק



המלצה 6 – אופן הרגולציה, בתקנות. עד להשלמת התקנות – באופן וולנטרי

חקיקה	אמנה	
כולם	חלקי	היקף מפרסמים
רחב	חלקי	היקף מגבלות
חזקה	חלשה	אכיפה
חזקה	חלשה	הוכחה להצלחה



המלצה 7 -

- האחריות הכללית הינה משותפת לכלל הגורמים – הגורם המפרסם, חברות הפרסום והשיווק ובעלי הפלטפורמה
- האחריות הראשית והחוקית הינה של הגורם המפרסם שמשלם על הפרסום (יצרן המזון, יבואן המזון או רשת המזון המפרסמת)

לחיים בריאים יותר



משרד
הבריאות



לחיים בריאים יותר

תודה רבה!