

# הגבלת פרסום ושיווק מזון בישראל

עמדת הפורום הישראלי  
לתזונה בת קיימא (ע"ר)



ד"ר חגית אולנובסקי, מנהלת הפורום  
ספטמבר 2017

# הפורום הישראלי לתזונה בת קיימא

- ארגון מדעי רב-תחומי של אנשי מקצוע, הפועל להגברת המודעות לקשרים בין מזון, תזונה, בריאות, סביבה, חברה וכלכלה
- מטרת הפורום הן:
  - לאסוף ולהנגיש מידע מבוסס-מחקר לעוסקים בתחום ולכלל הציבור ;
  - לעודד למידה משותפת ומחקר בתחומים הרלוונטיים ;
  - לפתח ולהטמיע מערכות מזון בנות-קיימא שיצמצמו משמעותית את ההשפעות הסביבתיות השליליות של יצור מזון וצריכתו, ויבטיחו תזונה בריאה וביטחון תזונתי אישי ולאומי לכלל תושבי מדינת ישראל.
- הפורום פועל כ- 3 שנים על-בסיס מתנדבים בלבד, לטובת שמירת האינטרס הציבורי
- בימים אלו מבסס שיתופי פעולה לביצוע פרויקטים לקידום תזונה בריאה ובת קיימא בישראל



# תזונה בת קיימא

ארגון המזון והחקלאות של האו"ם מגדיר תזונה בת-קיימא כ"תזונה בעלת השפעה סביבתית נמוכה, אשר תורמת להבטחת מזון ותזונה ולחיים בריאים לדורות הנוכחיים והבאים".

בהתאם, מקדם הפורום הישראלי לתזונה בת קיימא דפוסי תזונה המתבססים על מזון שעיקרו מן הצומח, הפחתה בצריכת מזון מהחי, חקלאות וייצור מקומיים, וצריכת מזון לא מעובד או מזון שעבר עיבוד מינימלי.

הפחתה בצריכת מזון מעובד ואולטרא-מעובד, מעבר לתועלת הבריאותית, גם מייצרת פחות אריזות ואשפה, וצורכת פחות אנרגיה.



# ראייה צרה של טובת הציבור בלבד

- מאחר ורוב מוחלט של הפרסום הינו של מזון מזיק, יש לאסור על כל פרסום, של כל מזון, לכל גיל.
- אם בכלל יאושר פרסום של מזון, הרי הוא צריך להיות מטעם משרד הבריאות בלבד, ולכלול פרסום מזון בריא בלבד (פירות, ירקות, קטניות וכד').



# ראייה רחבה יותר

כאשר מכניסים למשוואה גם טובת התעשייה וכלכלת ישראל: תעשיית המזון, תעשיית השיווק, תעשיית הפרסום, שוק התקשורת וכו' - נראה כי יש הכרח להתפשר ולהסכים על הגבלת פרסום המזון המזיק לילדים ולנוער בכל אמצעי המדיה, הפרסום והשיווק, בכלל זה, איסור על מתנות בארוחות ילדים, שימוש בדמויות מפורסמות, ביקורי תלמידים במרכזי מבקרים של חברות מסחריות, וכדומה.



# יעילות הרגולציה העצמית של התעשייה בארה"ב

- התבצע ניתוח של פרסומות המזון שהופיעו בתוכניות טלוויזיה לילדים בערוצים הפופולריים בשנת 2007 לעומת 2013
- הממצאים מראים כי לא נצפה שיפור משמעותי באיכות המוצרים ששווקו לילדים מאז החלת הרגולציה העצמית
- בשנת 2013, 80% מהמזון שפורסם בטלוויזיה השתייך לקטגוריית המזון הגרועה ביותר

*Kunkel D.L. American Journal of Preventive Medicine 2015*



# רגולציה עצמית

Foods & Beverages that Meet the CFBAI Category-Specific Uniform Nutrition Criteria

## The Hershey Company

*Not engaging in child-directed advertising*

**Plan Your Visit to HERSHEY'S CHOCOLATE  
WORLD Attraction!**



# יעילות הרגולציה העצמית של התעשייה באוסטרליה

- נערכה אנליזה של הפרסומות ב- 4 ערוצי טלוויזיה באוסטרליה
- החוקרים מסיקים כי לא היה שינוי בשיעור הפרסום של מזון לא בריא מאז 2011 - כלומר קיימת השפעה מינימלית של יוזמת הרגולציה של התעשייה

*Watson W.L. Journal of Public Health 2017*



# יעילות הרגולציה העצמית של התעשייה בניו זילנד

- מערכת להגבלת הפרסום של מזון מזיק לילדים הוצגה בשנת 2008
- במחקר שנערך בשנת 2015 נסקרו הפרסומות בשלושת ערוצי הטלוויזיה המרכזיים
- 68.5% מהפרסומות כללו מזון שאינו מותר לפרסום
- **88% מהפרסומות למזון מזיק שודרו בזמני שיא של צפיית ילדים**
- החוקרים סיכמו כי הרגולציה העצמית הנוכחית אינה אפקטיבית בהגנה על הילדים מפני חשיפה לפרסום מזון לא בריא

*Vandevijvere S. Public Health Nutrition 2017*



# יעילות הרגולציה העצמית של התעשייה בספרד

- בספרד קיימות הנחיות לגבי הגבלת פרסום מזון ומשקאות לילדים מתחת לגיל 12
- במחקר הושו הפרסומות משנת 2008 (טרם החלת הרגולציה) לפרסומות משנת 2012
- החוקרים מצאו כי שיעור אי ההיענות לקוד עמד על 88% מהפרסומות

*Leon Flandez K. et al. Public Health 2017*



# סקירת השפעת יוזמות להגבלת פרסום מזון ומשקאות לילדים

- במאמר סקירה שבחן את הנושא, נמצא כי קיים פער גדול בממצאים המתוארים בין:
    - מאמרים מדעיים peer-reviewed - המראים כי למרות קיומן של יוזמות להגבלה עצמית של התעשייה עדיין קיימת חשיפה ניכרת של ילדים לפרסומות למזונות לא בריאים.
    - דוחות הממומנים על ידי תעשיית המזון בהם מתוארת היצמדות אדוקה להגבלות.
  - היצמדות להגבלות העצמיות ככל הנראה אינה מספיקה כדי להפחית פרסום מזון לילדים הפוגע באכילה בריאה
- S. Galbraith-Emami, T. Lobstein Obesity Reviews 2013*



## סיכום הרגולציה העצמית

- שיווק משפיע על העדפות המזון של ילדים ועל דפוסי הצריכה שלהם
- קיים קשר בין פרסומות של מזון ומשקאות בטלוויזיה לבין השמנת ילדים
- **רגולציה עצמית של תעשיית המזון אינה מגנה על הילדים מפני חשיפה לפרסומות**

*Rain K.D. et al Journal of Public Health Policy 2013*



# המלצות ליישום לאלתר

להלן הקווים המנחים של ההגבלות המינימליות, הראשוניות, שיש לקבוע לאלתר:

1. מסגרות בהן ילדים מתקבצים יחד: גני ילדים, בתי ספר, מרפאות, גני שעשועים וכד' – חייבות להיות **חופשיות מכל הצורות של פרסום ושיווק מזונות מזיקים!**
2. יש **לאסור מתן חסויות** של מזון מזיק ושל יצרני ומשווקי מזון מזיק בכל פעילויות משרדי הממשלה, בכלל זה משרד הבריאות, וכן הרשויות המקומיות והמערכות הציבוריות בהגדרתן הרחבה.
3. איסור הפרסום חייב להיאכף בכל סוגי המדיה, כולל **ניו מדיה ורשתות חברתיות.**



# שיווק סמוי

- הפרסום הגלוי הוא החלק הברור והקל לטיפול!
- אבל -

כמעט לא מתקיים דיון ציבורי במאמצי השיווק (הסמויים) האדירים של תעשיית המזון, בשיתוף פעולה עם גורמי בריאות שלכאורה היו אמורים לשמור על האינטרס הציבורי ובריאות הציבור.

- את מאמצי השיווק האלו חייבים לחשוף, להכיר ולהפסיק מיד!



# חסויות

כל כנסי התזונה בישראל זוכים לחסויות מסחריות נרחבות – כלומר, רוב התכנים בהשתלמויות מקצועיות של אנשי תזונה ובריאות הם תכנים הממומנים ע"י תעשיית המזון.

לדוגמא, שני כנסי התזונה הגדולים בישראל:

[תזונה מונעת - איחוד כוחות](#)

[Nutrition Israel](#)



# חסויות

## כנס תזונה מונעת - איחוד כוחות



16-18 במאי, גני התערוכה - ביתן 10, תל אביב יוצאים לדרכם חדלפו

דף הבית אודות הכנס תערוכה תוכנית מדעית חסויות הרשמה צור קשר

חסויות

נותני החסויות



# חסויות - מה הבעיה עם זה ???

1. משפיע על בחירת הנושאים המוצגים בכנסים, כאשר נושאים איזוטריים מקבלים במה על חשבון נושאים מהותיים שלמרבה הצער אין מאחוריהם אינטרס כלכלי.

דוגמא:

מושב המליאה "בחסות תנובה" מציג בדיקה מסחרית שנערכה בתשלום לבקשת תנובה במכון וולקני.

הבדיקה, שהמשמעות המדעית שלה זניחה, התפרסמה בסופו של דבר בכתב העת של מועצת הבקר ולא בשום כתב עת מדעי.  
האם מדובר בנושא ראוי למושב מליאה?



# חסויות - מה הבעיה עם זה ???

The screenshot shows the 'Ha'aretz' website interface. At the top is a navigation bar with links: ראשי, דעות, סדר יום, מדורים, אירועים, הספרייה, העין היומית, העין השבועית, הכותבים, אודות, תרמו לנו. Below the navigation bar is a section titled 'הרשמה ליחידות' (Registration for units) with a date '14.01.2017' and 'הכותרות' (The columns). Three news items are displayed with images and text:

- Image of two men talking. Text: נחום ברנע על "ידיעות אחרונות": מכונה עיתונאית משומנת להגנה על העסקים של משפחת מוזס
- Image of a man in a suit. Text: סקירת עיתונות: אל"י נוני לא צילצל
- Image of a man's face. Text: שנברים את השוק: מחירי הפרסום בישראל היום נמוכים אפילו יותר ממה שחשבנו

On the right side of the main content area is the 'העין השביעית' (The Seventh Eye) logo and a search bar labeled 'חיפוש' (Search).

Below the main content area is a sidebar with a 'כל מה שקורה' (Everything that's happening) section. It includes a 'הכל' (All) dropdown menu and a list of news items:

- 20:22 | 14.01.2017 (מקור ראשון) דעה: פרשת נתניהו-מוזס - קשר נגד הדמוקרטיה
- 20:11 | 14.01.2017 (חדשות 2) נתניהו: "להוריד את רף העוינות אל"י"


At the bottom of the sidebar is an advertisement for 'אמת בפרסום' (Truth in Advertising) with the text: 'אמת בפרסום' הוא פרויקט משותף של 'העין השביעית' והפורום לתזונה בת-קיימא, ששם לו למטרה לבחון קמפיינים פרסומיים ופרסומים עיתונאיים בתחומי תזונה, סביבה ובריאות הציבור



# חסויות - מה הבעיה עם זה ???

**נפלט להם**

האם תתפלאו לשמוע שהחלב החדש של תנובה לא באמת "טוב לסביבה" כפי שהיא טוענת?  
אלון שפון ושוקי טאוסיג | 19.12.2016 | 2



טוב לפרה,  
טוב לסביבה,  
טוב לכולנו

מתוך קמפיין תנובה ל"חלב משק" (צילום מסך מעובד)

2. משפיע גם על אופן הכיסוי -

קיימות היא חשובה.

אך חלב משק אינו מוצר ירוק, אלא

מוצר מזיק לסביבה, בניגוד מוחלט

לאופן שבו הוצג במושב בחסות

תנובה.

מושב שביכול עסק בתזונה וקיימות, אבל בפועל עשה

greenwash למוצר חדש של תנובה.



# חסויות - מה הבעיה עם זה ???

דוגמא נוספת מאותו כנס: האם במושב שעוסק בביצים, בחסות מועצת הלול, תשמעו על דיוקסינים בביצים?



# שיתופי פעולה של גופים מסחריים עם ארגוני בריאות

ניירות עמדה והמלצות תזונה לציבור של גופי בריאות מתבררות לעתים כתוצאה של שיתוף פעולה עם גופים מסחריים.

הציבור לא מודע לאינטרסים המסחריים שעומדים מאחורי המלצות מקצועיות לכאורה.



# ציר הכסף

ההסתדרות הרפואית בישראל | האיגוד הישראלי לרפואת ילדים | 2010

האיגוד הישראלי לרפואת ילדים | 2010

עמוד ראשי < מדריך האיגודים <  
האיגוד הישראלי לרפואת ילדים |  
2010

שלח לדוא"ל   
הדפס 

מטרת התשלום	סכום שהתקבל (בשקלים חדשים)	שם חברת התרופות
תמיכה בהכנת חוברות – ניירות עמדה	21,000	מיקרומרקט
תמיכה בהפקת כנס	25,000	גלקסוסמיתקין
הכנסות מכנס האיגוד	100,000	פורום מדיה
תמיכה בהפקת כנס	37,500	חב מרק שארפ
תמיכה בהפקת כנס	5,000	גלקסוסמיתקין
תמיכה בהפקת כנס	2,000	איסטרזנקה בעמ
תמיכה בהפקת כנס	4,000	ניופארם
תמיכה בהפקת כנס	2,320	נוהפארמה
הכנסות מכנס האיגוד	50,000	פורום מדיה
הכנסות מכנס האיגוד	63,143	פורום מדיה
תמיכה בהפקת כנס	25,000	גלקסוסמיתקין
תמיכה בהפקת כנס	4,000	פורום מדיה
תמיכה בהפקת כנס	4,169	פורום מדיה
תמיכה בהפקת כנס	4,526	כנפי תור
תמיכה בהכנת חוברות – הנחיות קליניות	22,500	מיקרומרקט
תמיכה בהפקת כנס	37,500	חב מרק שארפ
תמיכה בהפקת כנס	4,000	אוניפארם בע"מ
תמיכה בהפקת כנס	6,000	אסטרה זניקה
	<b>417,658</b>	<b>סה"כ</b>

# מיקרומרקט - חברת היח"צ של מועצת החלב

**מיקרומרקט**   
המומחים בשיווק ממוקד



שיווק בריאות ואורח חיים בריא

אתם מוזמנים לבקר באתר האינטרנט שלנו:  
[www.laniado.co.il](http://www.laniado.co.il)

**מיקרומרקט** 

לפרטים ניתן להתקשר:  
לטלפון: 03-5177977 שילחה 129  
או לדוא"ל: [ravit@laniado.co.il](mailto:ravit@laniado.co.il)

## מיקרומרקט - המומחים בשיווק ממוקד

חברת **מיקרומרקט**, מקבוצת לניאדו תקשורת, מלווה למעלה מעשור את התברות המובילות במשק בתחום שיווק בריאות ואורח חיים בריא, כשמתאחזת היסוד רב דו-מקצועי רחב.

**מיקרומרקט**, בניהולו של אסף לניאדו - מומחה לשיווק מסולח וממוקד, מתמחה בפיתוח קהלי יעד, בהגנת הצרכים שלהם, בבניית המסרים המתאימים להם ובהתאמת הכלים לכל פלח שוק. בנוסף, לרשות החברה מחלקת הוצאה לאור המתמחה בכתיבה, קרייאטיב, הפקת עיתונים ואתרי אינטרנט, ויחידת איחודים המתמחה בהפקת כנסים, ימי עיון, תצוגות ואירועי השקה.

קבוצת לניאדו תקשורת, קבוצת האם של חברת **מיקרומרקט**, שנוסדה ב-1994, מבוססת על תפיסת ה- I.M.C (Integrated Marketing Communication) - תקשורת שיווקית משולבת.

על פי תפיסה זו משלבת קבוצת לניאדו תקשורת דיספלינות שיווקיות: קטרי עיתונות, יחסי ציבור, פרסום, איחודים, קד"מ, שיווק מסולח, קטרי קהילה, תקשורת פנים וניהול משברים.

### בין לקוחותינו:



# מי יוזם את הניירות המדעיים בעניין החלב ?

## רופאי ילדים

- **קידום נייר עמדה - "המלצות לטיפול בשלשול חריף בילדים" – של איגוד רופאי הילדים.**
- **קידום "דף הנחיות להורים" חתום ע"י איגוד רופאי הילדים וחלוקתו במרפאות.**
- **הובלת 4 כנסי "אחיות ורופאים מתעדכנים בתזונה" – (בינתיים התקיימו 2)**
- **סיורים מקצועיים בענף החלב לרופאי מחלקות ילדים בבתי חולים- שיבא, איכילוב, תל השומר, לניאדו, העמק, ברזילי, סרוקה.**

מצגת של מועצת החלב - בכנס השנתי ה-24 למדעי הבקר 24







המקור לנייר העמדה הוא  
חוברת שיווקית שפרסמה  
מועצת החלב מספר  
חודשים קודם לכן

# "שיתופי פעולה"

בשנת 2012, מועצת החלב התגאתה בשיתופי הפעולה האלו.  
בשנת 2017, "שיתופי הפעולה" לא נראים לעין.  
האם הופסקו?  
כנראה שלא.  
רק הסוו מן העין.



# ריבוי כובעים

רופאים ואנשי מקצוע משמשים כיועצים לחברות מסחריות  
במקביל לפעילותם הציבורית.

הציבור מזהה את הבכירים האלו כאנשי מקצוע ומאמין למסרים  
שלהם כשהם מופצים בתקשורת.

וחמור מכך - הבכירים האלו עשויים לקדם את המטרות של  
הגופים המסחריים עמם קשורים גם במסגרת תפקידם  
הציבורי (באופן מודע או שאינו מודע).



# ריבוי כובעים: השמיים הם הגבול

סוף שבוע

## משרד הבריאות או מועצת החלב – מי באמת קובע כמה חלב כדאי לצרוך?

מועצת החלב איננה ארגון בריאותי, אלא חברה בע"מ שפועלת למען האינטרסים הכלכליים והחקלאיים של תעשיית החלב וצורכי המשק הישראלי. בכסות של דאגה לבריאות האזרחים פועל הגוף החזק והעשיר הזה באין מפריע לשיווק החלב ומוצריו. אז מי באמת קובע אם החלב בריא עבורנו וכמה ממנו עלינו לצרוך?

שמור 97 96

06:00 05.05.2016 | עודכן ב: 08.06.2016 00:09  
נטע אחיטוב, עידו אפרתי

# ריבוי כובעים: גם הצהרה על ניגודי עניינים אינה מספקת



This Issue

Citations 271



Commentary



July 9, 2003

More ▾

## A Social Science Perspective on Gifts to Physicians From Industry

Jason Dana, MS; George Loewenstein, PhD

» Author Affiliations

JAMA. 2003;290(2):252-255. doi:10.1001/jama.290.2.252

A conflict of interest exists when a primary ethical or professional interest clashes with financial self-interest, a situation that arises commonly in medical practice. When physicians are remunerated for performing specific tests and procedures, they face a conflict of interest when they also recommend those same tests and procedures. When they are paid for referrals to clinical trials, physicians are in the conflicted position of deciding whether their patients are appropriate for the studies. Performing industry-supported research, physicians face an implicit demand for a positive finding to obtain further financial support. And, when pharmaceutical

# ארגון רופאי בריאות הציבור VS משרד הבריאות



ההסתדרות הרפואית בישראל

ISRAEL MEDICAL ASSOCIATION

איגוד רופאי בריאות הציבור

ISRAEL ASSOCIATION OF PUBLIC HEALTH PHYSICIANS



נובמבר 2015

## נייר עמדה - צריכת בשר מעובד והתפתחות מחלות ממאירות

לאור הפרסום באוקטובר 2015 של הסוכנות הבינלאומית לחקר הסרטן (IARC) של ארגון הבריאות העולמי (WHO) בנושא צריכת בשר מעובד לסוגיו והקשר לסרטן המעי הגס (1), מביא בזאת איגוד רופאי בריאות הציבור של ההסתדרות הרפואית בישראל את המלצתו בעניין למקבלי ההחלטות ולציבור כולו. המלצת ארגון רופאי בריאות הציבור היא כי **תזונה נבונה ודיאטה מאוזנת חשובות וחיוניות לבריאות.**

על פי הודעת הסוכנות מאוקטובר 2015, בשר מעובד התווסף לרשימת החומרים שמוגדרים כמסרטנים ודאיים בבני אדם (קבוצה 1), יחד עם גורמים כמו עישון, אלכוהול וקרינת השמש. בנוסף, בשר אדום התווסף לרשימת הגורמים החשודים כמסרטנים סבירים באדם (קבוצה 2A).

שלושה ימים לאחר עדכון רשימת החומרים המסרטנים של IARC יצא ארגון הבריאות העולמי בהבהרה לציבור (2). בהודעת ההבהרה נאמר כי אין בפרסום העדכון משום המלצה להפסיק לצרוך בשר מעובד על סוגיו, וכי על מנת להפחית את הסיכון להתפתחות סרטן המעי הגס, מומלץ לצרוך מיני בשרים מעובדים ומשומרים באופן מתון. בעקבות הודעות אלה נשטפה התקשורת המקומית והבינלאומית בגל פרסומים בגנות אכילת בשר בכלל ובשר מעובד בפרט.

# המלצות התזונה החדשות

מיוחדים | תכניות | תרבות | אוכל | makoTV | סלבס | חדשות | ראשי | **mako** בית קפה

## מופרזות או נכונות: האם הנחיות משרד הבריאות לצמצם בצריכת בשר אכן מוצדקות?

בעקבות ההמלצות החדשות שהוציא לאחרונה משרד הבריאות הקוראות לצמצם באופן משמעותי את צריכת הבשר, גורמים בתעשיית המזון מציעים לשקול את העניין מחדש: "ההנחיות עלולות לגרום לפגיעה בבריאות לרבות השמנת יתר", מזהירה טכנולוגית מזון בכירה בארץ. מנגד, טוענת תזונאית המתמחה בטבעונות: "התנהלות מסוג זה תורמת לבריאות טובה יותר ואף מסייעת לשיפור איכות הסיבה"

מיכל הלפרין | mako בריאות | פורסם 19/07/17 07:00



# קוד אתי

בשיתוף פעולה עם משרד הבריאות, **חייב להיכתב קוד אתי של הר"י וגופים מקצועיים נוספים בנוגע לקשרים עם תעשיית המזון, הפרסום והשיווק, אשר יבהיר ויגדיר:**

- מי יכול לייעץ (איזו הכשרה נדרשת).
  - **באילו תנאים יבוצע הייעוץ (גילוי נאות, העדר ניגוד עניינים)**
  - ואיך יוכל הציבור לדעת על כך בזמן אמת!
- נכון להיום, יש לא מעט יועצים שמייעצים בנושאים בהם אינם מומחים, אבל הרופאים נהנים מאמון הציבור ונתפסים כמומחים ובני-סמך - לכן הנזק הנגרם לציבור מהייעוץ הזה הוא הגדול ביותר.
- כל רופא וכל דיאטן יחוייב להצהיר באופן שוטף או עבור כל התבטאות ציבורית אילו גורמים מממנים את עבודתו (גם בשווה-כסף).
- הרגולציה על יישום הקוד האתי חייבת להיות הדוקה ואפקטיבית.



# חובה !

גילוי נאות של מימון מחקרים, נסיעות לחו"ל, שווה-כסף, ה-כ-ל !!!  
שקיפות מלאה לגבי תקציבי החסויות, של כל הגורמים, בכל הכנסים  
והאירועים.

למה רק 3 שנים אחורה ? מאיפה המגבלה הזו ?

חלק מה"מומחים" אינם מומחים לתזונה ! כיצד הם מתיימרים לייעץ ?  
גילוי נאות ושקיפות מלאה - של חסויות, מימון מחקרים, דמי יעוץ, וכו' -  
היא חיונית, אך אין די בה. יש לדרוש מאנשי מקצוע שיבחרו צד ויישארו  
נאמנים לבחירה שלהם.

**אנשי מקצוע שעלולים להימצא בניגוד עניינים, לא יכולים להשתתף  
בכתיבת המלצות תזונה לציבור.**



# סיכום

- לכל הילדים יש זכות בסיסית, שאין חולק עליה, לגדול בסביבה בטוחה.
  - חשיפת ילדים למזון מזיק פוגעת בבריאותם.
  - ההשקעה המאסיבית של החברות בפרסום מעידה על יעילות הפרסום והשיווק. לפיכך **כל חודש של דחייה בהגבלת הפרסום - שוות ערך לעלויות עצומות של תחלואה ותמותה.**
  - מגיפות התחלואה, ההשמנה והסכרת אינן עוצרות - אין לנו את הפריבילגיה לחכות לתהליכים בשיתוף התעשייה. **אלו דיני נפשות.** הגבלות הפרסום חייבות להיכנס לתוקף לאלתר.
  - יש להסיר את העטיפה הסמי-מדעית, לפעמים אפילו פסאודו-מדעית, העוטפת את תחום שיווק המזון בישראל. **זוהי הונאה של הציבור,** המתקיימת אמנם באחריות של תעשיית המזון אבל בשיתוף פעולה של כל הגורמים המעורבים.
- חברי הועדה - יש לכם אחריות עצומה !**

