

## סיכום פגישת ועדה להגבלת שיווק מזון מזיק לילדים - 22.10.2018

נוכחים:

משרד הבריאות – ד"ר אודי קלינר, פרופ' רונית אנדוולט עו"ד שרון גוטמן, גב' עינב שימרון, גב' ענת כאביה בן יוסף, גב' חוה אלטמן, גב' רויטל חרמון, גב' כרמית ספרא.

פורום ועדי הורים ישובים – גב' אורית חזון מנדל

הרשות השנייה - עו"ד אופיר ביתן

איגוד הפרסום - מר יגאל בראון

איגוד השיווק לישראל - גב' תלמה בירו

התאחדות התעשיינים – עו"ד גליה שגיא

איגוד לשכות המסחר – עו"ד יפה חובב

ד"ר אודי קלינר הציג את ההמלצות שפותחו בעקבות פגישות הועדה. ההמלצות יוגשו למנכ"ל משרד הבריאות ולסגן השר להמשך התהליך. בנוסף, ההמלצות יוצגו באתר.

הודגש כי ימשיך להתקיים שיח עם כלל בעלי העניין בתהליך קידום יישום ההמלצות. **המצגת מופיעה באתר משרד הבריאות.**

דיון:

גב' אורית חזון מנדל :

- שיווק מזונות בעלי סיכון אדום צריך תמיד לכלול גם את הסיכון, בכל שעה. הסיכון צריך להיות בולט כגון בצורת פס אדום.
- הגבלת פרסום מזון מזיק צריכה להיות מעבר לשעה 21:00 בערב, ממליצה עד 23:00. לא צריכה להיות מגבלת גיל בנושא של פרסום מזון מזיק.
- הגבלות הפרסום צריכות להיות ברורות וגורפות לגבי כל סוגי הפרסום: הצגות, מתנות, משחקים, מתן חסות
- מציעה להתחיל את הגבלות הפרסום כבר מעכשיו
- צריך לעורר מודעות. הכח יכול לבוא גם מצידם של האזרחים. צריך לשלב משרדים.

גב' תלמה בירו,

- חוששת שההמלצה על המהלך החקיקתי המוצע מיתר את הצורך באמנה.
- אין כמעט תקדים בעולם לסיכון האדום בזמן פרסום מעלה תמיהה לגבי הכללת הסיכון האדום במוצרי מזון למבוגרים בשעות הלילה, כאשר הילדים ישנים.
- תעשיית המזון לא תפרסם בגלל הסיכון האדום, יוצר מצב בו הטלוויזיה תמומן רק על ידי בנקים ורכבים. הטלוויזיה תקרוס.
- נוצר פער בין מזון מהיר שמשווק לא ארוז, ולכן לא יסומן, כמו רשתות מזון מהיר, לבין מזון ארוז ומסומן בסמל אדום
- הגבלת פרסום מזון מזיק מבורכת. יחד עם זאת, המהלך המוצע לא מכבד ולא מוקיר את המהלכים שעשתה התעשייה עד כה. לא בכל יום מתארגנת התעשייה ומפיקה התחייבות. ההצעות שהוצגו לרגולציה לא מעודדות שיתוף פעולה. אני חוששת שיהיה קשה לאכוף את התקנות 'שלכם' במערכת יחסים שכזו. ההמלצות הם ביטוי של חוסר אמון.

- ההצעה שהועלתה בדיון לגבי איסור פרסום של מזון מזיק עד 23:00 בלילה מבטאת חוסר הכרות עם תעשיית המזון ועם כלכלת ישראל.
- יש ללכת לפי הרוב. אנו רואים בדאגה רבה וחמורה איסור פרסום מזון מזיק גורף.
- המלצתנו: הגבלה לפי קהל היעד של התוכניות: הגבלת פרסום לילדים עד גיל 12, כאשר הם מהווים שיעור משמעותי מהצופים. החלטה לפי תכנית.

פרופ' רונית אנדוולט:

- לאורך הפגישות של הועדה עלה נושא חינוך האוכלוסייה. הצגת הסימון האדום בפרסומות מהווה חלק מהחינוך. התעשייה תוכל להציג גם את הסימון הירוק בפרסומות למזונות מתאימים.
- ישנם מקומות בעולם בהם הגדרת מזון מזיק נוקשה יותר יחסית לסימון האדום הישראלי.
- הובלת המהלך להגבלת פרסום מזון מזיק נעשית על ידי אנשי בריאות הציבור. מטרת המהלך הוא קידום בריאות. בהרכב הועדה יש ניגודי אינטרסים מובנים. ההמלצות יצאו לאחר שנשמעה דעתם של כל היושבים כאן ועוד.
- לסימון האדום ולהגבלות הפרסום של מזונות הנושאים אותו יש תקדים. בצ'ילה קיים סימון שיפוטי בחזית האריזה. סימון שחור.
- ההחלטה על גיל ההגבלה נלמדת גם מהניסיון בעולם. באנגליה לדוגמה העלו את גיל ההגבלה לאחר מספר שנות ניסיון. בצ'ילה התחילו בחוק המגביל פרסום בהתאם לגיל ושעות צפיה, אך הניסיון הוכיח שזה לא מספיק חזק ולכן יצא חוק בו מוגדרת הגבלה לפרסום מזון מזיק מ 6:00 בבוקר ועד 22:00 בלילה, ללא תלות בקהל היעד לתוכנית. זאת בעקבות הצורך בצעדים דרמטיים לשינוי מגמת התחלואה.
- בנתינת ההמלצות אנו מתחשבים בנושאים שעלו בוועדה, בנסיין הבינלאומי ובתמונת התחלואה בישראל. למזונות מזיקים השפעה בריאותית ועלינו לדאוג לציבור.
- קידום התחום נעשה בשיתוף. לדוגמה עם משרד החינוך נבנתה תכנית רב שנתית בה בכל שנה ילמדו נושאים תזונתיים-בריאותיים. משרד החינוך עובד ב 3 רמות הכוללות: הגבלות על המזון הנמכר, חינוך תזונתי ופעילות גופנית
- בתהליך החקיקה, במהלך שיתוף הציבור כולם יכולו להגיב. הכנסת יכולה להחמיר או להקל
- לגבי יעילות האמנות: בחנוכה שנה שעברה הוצאה אמנה למניעת פרסום מזון מזיק שהוצגה במועצה בשלום הילד. בבדיקת השפעת האמנה על נפח הפרסום נמצא שלא היה הבדל. מבחינה מקצועית לאחר דיון ברחבי העולם ובארץ, נדרש לתת מענה יעיל לאוכלוסייה.

עו"ד גליה שגיא:

- בוועדה התרכזנו בילדים ובני נוער. חלק מההמלצות שהוצגו היום כוללות את כל האוכלוסייה.
- לעניין ההמלצה הראשונה – החיווי כבר יהיה מוכר בסופרים. מייתר את דרישת הופעת הסימון האדום גם בפרסומות.
- המסרים שעל אריזות מזון כבר הוסדרו בתקנות הסימון.
- צריך להיות מותאמים לרגולציה בינלאומית. זו המגמה היום. אנחנו בקשרים עם האיחוד האירופי ומתבצעים פה שינויים גדולים מידי. הכללים הרווחים קבעו את גיל 12 כגיל ההגבלה וכך אמצנו. מציעה להתחיל בהגבלה לפי גיל זה ואם יהיה צורך, לתקן בהמשך.
- אנחנו פועלים היום לקידום שיווק פחות אגרסיבי.
- קידמנו אמנה מורכבת מאוד, עם התחייבות גדולה. ההצעה הפתאומית לחקיקה מהווה מסר של חוסר אמון לתעשייה. תנו לנו להוכיח את עצמינו.
- לגבי הגבלת שעות הפרסום: עד 22:00 זה לא מותאם. אלו לא שעות שילדים צופים בהם.
- בכוננתנו היה להקים מועצה ציבורית עם שופט בדימוס לניטור ואכיפה. הטלויזיה והרדיו מנטרים על ידי הרשות השניה. אבל הניתור באינטרנט עוד לא מפותח.
- ניטור זו גם עבודה חינוכית. האכיפה הטובה ביותר היום היא הציבור.

- לגבי המלצה 5 בנושא מגבלת אמצעי שיווק נוספים, הנוסח של 'חלוקה בחינם' לא ברור. ולא ברור קהלי היעד למגבלה זו.
- יש להקפיד על המינוחים המדוייקים. במקום 'מוצר מזון מזיק' יש לכתוב 'מוצר שמומן אדום'.
- האם יהיו חריגות? (לדוגמה בתקנות האלכוהול יש נקודות שבהם ניתן לחלק בחינם אלכוהול)

מר יגאל בראון:

- תומך סה"כ בשימוש בפרסומת ככלי לחינוך הציבור ובסימון אדום בפרסומת.
- עם זאת, הצרכנים יתרגלו לסימון האדום והוא יהפוך ל'שקוף' ל'חלק מהנוף'. בצורה כזו הסימון לא יהיה יעיל.
- מציע שהסימון האדום יהיה רק בזמנים של צפית ילדים.
- הצגנו בועדה יוזמה בינלאומית של אמנה המגבילה פרסום מזון מזיק והצענו להשתמש בפרסום כפלטפורמה לחינוך, אך לא רק בצורה כזו.
- הקשרים שלנו עם האיחוד הארופי יפגעו. המהלך הרגלטורי שהוצע והאחריות המוטלת על הגורם המפרסם שמשלם על הפרסום (המלצות 6 ו 7), יקשו מאוד על המשך העבודה איתם. היצרן הארופאי לא יוכל לעמוד בהגבלות. הפעולות הללו יחריגו אותנו מהעולם המערבי
- ההמלצות משקפות שדרכנו לא משותפת. בצורה כזו לא יהיה שיתוף פעולה ליישום ההנחיות בכל שכבות התקשורת.
- נדרשת עוד עבודה כלכלית להשלמת עבודת הוועדה והבנה פסיכולוגית של קבלת החלטות של בני האדם.
- תומך בהצעה של עו"ד תלמה בירו
- צריכת המזון בעייתית בישראל ומושפעת גם מהמצאות של המון תוכניות בישול. בכדי להביא פתרון צריך לאבחן את כלל הבעיות והגורמים.

גב' עינב שמרון:

- בדיון מתעוררות סתירות: מצד אחד המשווקים מעלים טענה שהטלוויזיה תקרוס כי התעשייה לא תפרסם בגלל הדרישה לסימון האדום בזמן פרסום, ומהצד השני המפרסמים טוענים שזה לא יגרום לתעשייה לא לפרסם והבעיה היא שהסימון יהפוך לבלתי נראה בעקבות ההרגל

עו"ד אופיר ביטן:

- שעות הצפיה של ילדים יכול להיות מוגדר אפילו עד 23:00 בלילה. יש תקנות מסודרות לנושא פרסום האלכוהול והעישון, אך נושא המזון הוא רחב יותר. נושא הגבלת השעות צריך להבדק לעומק.
- יש לבחון את הדרך להגבלת שעות באינטרנט.
- את קבלת ההחלטות לגבי שיעור החשיפה צריך להקביל לאחוז הרייטינג.
- איסור פרסומות ברוחב שכזה דורש הקשבה לגופי השידור.
- הפרסום צריך להיות עם סימון האדום וזה מקובל. לגבי איסור פרסום זו סוגיה מאוד מורכבת.
- מעבר למה שהיום אנחנו עושים באכיפה ובניטור, צריך גוף שלישי שינטר את המוצע כאן.
- שונה מאוד ההתייחסות מצידנו להגבלת שעות לעומת הגבלות פרסום בתוכניות ילדים

גב' יפה חובב:

- ההמלצות מציגות קו קיצוני. בצורה כזו החברות יתרחקו מיוזמה וולונטרית.
- הצענו אמנה עם מנגנון אכיפה. מחכים לראות את הצעתכם למנגנון כזה
- היבואנים תומכים בשמירה על בריאות הציבור ועל בריאות הילדים. הגשנו מודל אירופאי ונבקש להתייחס אליו ולכבד אותו. תנו בנו אמון.

. גב' ענת כאביה:

- מצי'לה אנחנו לוקחים את המהלך הכולל. לא צריך להבחין בין ילדים ומבוגרים בנושא הסימון האדום. הסימון האדום הוא מהלך אחד וגדול, לכן גם בקפיטרויות בבתי הספר, הילדים לא יראו מזונות עם סימון אדום.

עו"ד שרון גוטמן:

- החקיקה היא הליך מורכב וארוך הכולל הערות ציבור, משרדי ממשלה שמעירים ודין עם גורמים שונים, גם אם לא היו חברים בוועדה. התהליך שקוף. לוחות הזמנים תלויים גם במשרד המשפטים. לבסוף התקנות צריכות לעבור אישורים נוספים. הסימון האדום לקח כשנה.

גב' חוה אלטמן

- איגוד הבריאות העולמי מציג הגבלות מחמירות יותר

גב' רויטל חרמון:

- ההגבלות צריכות להיות רחבות ולכלול את הפרסום.
- כל מוצר שנדרש לסמנו בסמל אדום, צריך תמיד להיות מסומן בסימון זה, גם באפליקציות הקניה ועוד.

כרמית ספרא:

- מציעה לקבוע את גיל 18 כגיל ההגבלה לחשיפה לפרסומות של מזון מזיק.
- האמנה לזכויות הילד, אליה כולנו מחויבים, מגדירה ילדים מתחת לגיל 18. האמנה דורשת את טובתם של הילדים בכל הפעילויות המכוונות אליהם. פרסום מזון מזיק פוגע בבריאות הילדים ובחופש שלהם לבחור בריא. זו זכותם להצליח בבחירה שלהם ואנחנו צריכים לעזור להם לממש זאת.
- אריזות המזון צריכות להיות חלק מההגבלות. זו מדיה שיווקית.

ד"ר אודי קלינר:

- התחלנו את הוועדה ללא עמדה מראש. הוועדה תרמה לידע ולגיבוש העמדות וההמלצות.
- מבקש להדגיש כי ימשיך להתקיים שיח עם כלל בעלי העניין בתהליך קידום יישום ההמלצות
- תהליך גיבוש התקנות לוקח זמן.
- חוק הסימון השיפוטי מיוחד כיום לצ'ילה ולישראל, אך מדינות נוספות בעולם כמו קנדה לדוגמא, נמצאים בתהליכים המקדמים סימון כזה. שאר ההמלצות שהוצגו לעיל מעוגנות בחקיקה במדינות רבות בעולם.
- הוצגו בוועדה נתונים המציגים שהגבלות לא יגרמו לפגיעה משמעותית בפרסום.
- המטרה היא לא להוריד את עוגת הפרסום אלא לשנות את התמהיל שלה
- נדון לגבי אופן החיווי על מזון מהיר
- ההכוונה לרגולציה אין מטרתה ולא צריכה לפגוע במהלכים התנדבותיים של התעשייה. משרד הבריאות תומך ומעודד את התעשייה לא לחכות לתקנות ולהתחיל לפעול כבר כעת כפי שהצהירו שהם מתכוונים לעשות. התעשייה מוזמנת להמשיך ולפתח את האמנה וליישם את הכתוב בה ולהראות את התוצאות בשטח.
- איגוד הבריאות העולמי מנחה להגבלת פרסום מזון מזיק עד גיל 18 ומציב את החזון לכל המדינות.

סכמה : כרמית ספרא