



МІЖНАРОДНИЙ  
ФОНД  
ВІДРОДЖЕННЯ



## Збірник

Гармонізація української політики впровадження регулювання маркетингу харчових продуктів з європейською практикою захисту прав дітей та підлітків від впливу реклами нездорової їжі



УДК 658.8:339.138 (339.9): 316.422.42  
Г20

Г20 Гармонізація української політики впровадження регулювання маркетингу харчових продуктів з європейською практикою захисту прав дітей та підлітків від впливу реклами нездорової їжі. /ГО «Українська Асоціація Маркетингу». – Харків: Видавництво Іванченка І.С., 2024. – 128 с.

ISBN 978-617-8332-40-2

Збірник містить огляд основних результатів проєкту «Гармонізація української політики впровадження регулювання маркетингу харчових продуктів з європейською практикою захисту прав дітей та підлітків від впливу реклами нездорової їжі». У збірнику наведено рекомендації і дорожню карту реалізації національної програми наближення законодавства України у сфері маркетингу харчових продуктів для дітей та підлітків до актів права ЄС; зібрано кращі практики захисту прав дітей та підлітків на здорове харчування через регулювання реклами нездорової їжі серед дітей та підлітків в Європейському Союзі. Особлива увага була приділена вивченню досвіду саморегулювання ринку, зокрема діяльності EASA (Європейський Альянс зі Стандартів Реклами) і WFA (Світова Федерація Рекламодавців); ініціативи EU Pledge; національних правил регулювання в Ірландії та Румунії, а також можливостям імплементації таких практик в Україні.

Зібрані матеріали будуть корисні для маркетологів, рекламістів, представників бізнесу, які працюють на ринку харчових продуктів та безалкогольних напоїв, політиків, громадського сектору, споживачів, науковців та освітян.

УДК 658.8:339.138 (339.9): 316.422.42

ISBN 978-617-8332-40-2

© ГО «Українська Асоціація Маркетингу», 2024.

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження» в рамках спільної ініціативи «Європейське Відродження України». Матеріал представляє позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу чи Міжнародного Фонду «Відродження».

## ЗМІСТ

Вступ від Міжнародного Фонду «Відродження» .....	5
Вступ від авторів.....	7
<b>Відповідальний маркетинг у сфері харчових продуктів: актуальність захисту прав дітей та підлітків від нездорової їжі в Україні .....</b>	<b>8</b>
<b>Ірина Лилик</b>   Президентка ГО «Українська Асоціація Маркетингу»	
<b>ЧАСТИНА 1. СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ ГАРМОНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ З ФОКУСОМ НА ПРАВА ДІТЕЙ .....</b>	<b>12</b>
<b>Рекомендації для національної програми наближення законодавства України у сфері маркетингу харчових продуктів для дітей та підлітків до актів права ЄС.....</b>	<b>12</b>
<b>Дорожня карта з реалізації заходів наближення законодавства України у сфері маркетингу харчових продуктів для дітей та підлітків до актів права ЄС.....</b>	<b>19</b>
<b>Огляд правового регулювання європейських маркетингових практик захисту прав дітей від впливу реклами харчових продуктів, надмірне споживання яких не рекомендується .....</b>	<b>27</b>
<b>Олена Андрієнко</b>   Заступниця директора з правових питань Publicis Groupe Ukraine, Членкиня Наглядової ради Всеукраїнської Рекламної Коаліції	
<b>Катерина Полевич</b>   Асистентка кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державний біотехнологічний університет	
<b>Дмитро Принько</b>   Аспірант кафедри маркетингу СумДУ	
<b>Цільові задачі регулювання маркетингу для захисту прав дітей від впливу реклами нездорової їжі .....</b>	<b>43</b>
<b>Наталія Савицька</b>   д.е.н., професорка, зав. кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Державний біотехнологічний університет	
<b>Права дітей при рекламуванні і маркування окремих категорій товарів: з точки зору чинного законодавства України.....</b>	<b>54</b>
<b>Алла Смородина</b>   Експертка в галузі права інтелектуальної власності, докторка філософії у галузі права	
<b>Цифрові виклики регулювання маркетингу продуктів, надмірне споживання яких не рекомендується.....</b>	<b>60</b>
<b>Олена Андрієнко</b>   Заступниця директора з правових питань Publicis Groupe Ukraine, Членкиня Наглядової ради Всеукраїнської Рекламної Коаліції	

<b>Маркери нездорової їжі для дітей та підлітків .....</b>	<b>68</b>
<b>Вікторія Євлаш</b>   Голова ГО «Харчування та якість життя», д.т.н., професорка, зав. кафедри хімії, біохімії, мікробіології та гігієни харчування, Державний біотехнологічний університет	
<b>Вплив маркетингу солодковмісних харчових продуктів на здоров'я дітей та підлітків .....</b>	<b>71</b>
<b>Олена Запорожська</b>   Завідувачка відділу профілактики неінфекційних захворювань Центр громадського здоров'я Міністерства охорони здоров'я України	
<b>Нормативне регулювання вмісту трансжирних кислот у харчових продуктах .....</b>	<b>76</b>
<b>Тетяна Скапа</b>   Начальник відділу з питань профілактики неінфекційних захворювань та обігу наркотичних засобів Департаменту громадського здоров'я МОЗ України	
<b>Прихована правда про «смачненьке» та маніпулятивна реклама нездорової їжі ....</b>	<b>80</b>
<b>Тетяна Гвоздецька</b>   Головна спеціалістка сектору контролю за рекламою та дотриманням антиютюнового законодавства управління захисту прав споживачів та контролю за регульованими цінами Головного управління Держпродспоживслужби у Волинській області	
<b>Галузеве саморегулювання як інструмент розвитку відповідального маркетингу харчових продуктів для дітей і підлітків .....</b>	<b>84</b>
<b>Олександр Гладунов</b>   Віце-президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу»	
<b>ЧАСТИНА 2. ОГЛЯД КРАЩИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ HFSS .....</b>	<b>88</b>
<b>Кращі практики ЄС у сфері маркетингу харчових продуктів для дітей. Діяльність EASA .....</b>	<b>88</b>
<b>Tudor Manda</b>   Self-regulation development manager, EASA	
<b>Відповідальна реклама для дітей: приклад EU Pledge .....</b>	<b>95</b>
<b>Vinciane Patelou</b>   Director of consumer policy WFA <b>Anna-Elena Hohoft</b>   Senior program manager EU Pledge	
<b>Ірландія: правила реклами харчових продуктів для дітей та підлітків.....</b>	<b>99</b>
<b>Orla Twomey</b>   Chief Executive, Advertising Standards Authority Ireland, and Chairwoman, European Advertising Standards Alliance	
<b>Румунія: правила рекламної діяльності у сфері маркетингу харчових продуктів дітям .....</b>	<b>104</b>
<b>Laura Frunzeti</b>   Director Romanian Advertising Council	
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>112</b>
<b>ДОДАТОК .....</b>	<b>116</b>

## МАРКЕРИ НЕЗДОРОВОЇ ЇЖИ ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ

### ВІКТОРІЯ ЄВЛАШ

Голова ГО «Харчування та якість життя»,  
д.т.н., професорка,  
зав. кафедри хімії, біохімії, мікробіології  
та гігієни харчування,  
Державний біотехнологічний  
університет

Неінфекційні захворювання (НІЗ) є головною причиною смертності в усьому світі, й Україна не виняток. Серед НІЗ найбільш питому вагу мають 4 групи захворювань: серцево-судинні хвороби, злоякісні новоутворення, цукровий діабет та ожиріння. Дані національного дослідження STEPS, яке проводилось в Україні у 2019 році, свідчать про те, що в Україні розповсюджені нездорові моделі харчування. Так, дві третини (66,4%) населення не споживали достатньої кількості фруктів і овочів. Майже половина населення (44,9%) завжди або часто додавала в їжу сіль або солоний соус до їжі або під час їжі. Середнє споживання солі становило 12,6 г на добу, що більше ніж удвічі перевищує максимальний рекомендований Всесвітньою організацією охорони здоров'я рівень – 5 г на добу.

ВОЗ розглядає «нездорову їжу» як харчові продукти, що містить багато калорій, солі, цукру та жирів (насичених і трансжирів), але в ній бракує поживних речовин, вітамінів і мінералів. Особливо небезпечними чинниками у харчуванні дітей та підлітків є: сіль, перероблені харчові жири, що містять транс-форму та цукор.

Більшість «шкідливої їжі» належить до категорії солодких напоїв, снєків і фастфуду, десерти та сухі сніданки, що доволі часто обирають підлітки.

- Кондитерські вироби
- Листкове тісто
- Здоба
- Маргарин
- Спред
- Рафінована рослинна олія
- Чіпси
- Попкорн





- Майонез
- Кетчуп
- Фаст-фуд
- Соуси
- Сухі концентрати (а саме супи, десерти, креми) сири, що не містять холестерин (у таких сирах тваринний жир замінюється гідрогенізованим)
- Морозиво

**Маркер-цукор.** Надмірне споживання цукру пов'язують з виникненням найбільш небезпечних неінфекційних захворювань — ожирінням, серцево-судинними хворобами, цукровим діабетом, а також зі збільшенням захворюваності на карієс зубів. Тож через надмірне вживання цукру ці захворювання виникають вже у дитячому та підлітковому віці. Вживання цукру дітьми, в середньому: в 1-3 роки – 47 г/добу, у дошкільному віці – 56 г, у шкільному – 67 г, тоді як ВООЗ рекомендує вживати менше 24 г цукру на день, що пов'язують з виникненням найбільш небезпечних неінфекційних захворювань. На етикетки часто-густо виносяться теж оманливі назви: глюкозно-фруктозний сироп, кукурузний сироп, сироп коричневого цукру, сироп сушеного тростника, патока, чорна патока та інші, а це все – цукор!

**Маркер-сіль.** Встановлено, що середнє споживання солі становить 12,6 г на добу, при максимально рекомендованому ВОЗ – 5 г на добу. ( 2/3 цієї солі діти отримують з уже готових харчових продуктів, які родини купують у роздрібній мережі, це прихована сіль, як інгредієнт рецептури харчових продуктів). Найбільш солені продукти: хліб, ковбасні вироби, копчені продукти, напівфабрикати, бульйонні кубики, консерви, чіпси, майонез, печиво, пластівці.



**Маркер-трансжири.** Перероблені харчові жири, що використовують в технологіях харчової продукції, це переважно гідрогенізовані, дезодоровані рослинні жири, які у ході технологічного процесу мають значний вміст транс-жирних кислот (всі кондитерські вироби, фаст-фуд, маргарин, листкове тісто, морозиво та інші). Споживання транс-жирів дітьми та підлітками становить від 12 до 5 грамів на добу при нормі 2 гр на добу. На жаль, сьогодні, якщо зайти у великі магазини, мережі роздрібної торгівлі, де представлені харчові продукти масового попиту, то часто-густо ні хліба, ні ковбаси вже не можна купити, без вмісту гідрогенізованої, наприклад, пальмової олії чи інших трансжирів, що несе небезпеку. Особливо, це стосується солодошів, дитячих продуктів харчування. ВООЗ наголошує, що споживання всього 5 грамів трансжирних кислот на добу пов'язано зі збільшення ризику ішемічної хвороби серця.

Україна із самого початку приєдналась до основних міжнародних ініціатив стосовно збереження здоров'я населення, профілактики хронічних неінфекційних захворювань для досягнення цілей сталого розвитку, включаючи пакет заходів [REPLACE](#) (Заміна: пакет дій для усунення промислово вироблених транс жирних кислот, 2018).

Таким чином, основні маркери, що відрізняють «здорову» від «нездорової» їжі – це перевищення норм солі, цукру та жирів (насичених і трансжирів) в харчових продуктах, особливо високотехнологічної обробки. Крім маркерів, які позначають нездорову їжу, додаються фактори, що надають їжі певних шкідливих властивостей. До них належать: певні категорії продуктів (наприклад, цукерки, чіпси); технологічна обробка (наприклад, додавання консервантів); місце приготування або продажу (наприклад, супермаркет, торговий автомат); розмір порцій.

Виходячи з такої ситуації на ринку, Україні слід долучитися до європейської практики маркування продукції.