



## Δελτίο Τύπου

Τρίτη, 1<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου 2009

### **Οι Κοινωνικοί Εταίροι στην Κύπρο υποστηρίζουν τον έλεγχο του μάρκετινγκ και της διαφήμισης**

Κύπριοι κοινωνικοί εταίροι εμφανίζονται έτοιμοι να στηρίξουν τη νομοθετική ρύθμιση της διαφήμισης τροφίμων και ποτών στα παιδιά.

Έρευνα που διεξήχθη στην Κύπρο στα πλαίσια ενός Πανευρωπαϊκού ερευνητικού προγράμματος για τον έλεγχο της διαφήμισης στα παιδιά δημοσιεύθηκε σήμερα. Η έρευνα αυτή καταδεικνύει μια καθολική αποδοχή από διαφορετικές κατηγορίες κοινωνικών εταίρων για την ανάγκη νομοθετικού ελέγχου της διαφήμισης και του μάρκετινγκ τροφίμων στα παιδιά.

Η έρευνα διεξήχθη υπό το φως της αυξητικής συχνότητας της παιδικής παχυσαρκίας που καταγράφεται στην Ευρώπη τα τελευταία είκοσι χρόνια. Η Κύπρος, σύμφωνα με τις υπάρχουσες ενδείξεις, παρουσιάζει από τα υψηλότερα ποσοστά παιδικής παχυσαρκίας στην Ευρώπη σε συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες. Το μάρκετινγκ και η διαφήμιση ανθυγιεινών τροφίμων είναι παράγοντες που σύμφωνα με έρευνες έχουν καταλυτική επίδραση στις διατροφικές επιλογές των παιδιών. Η εφαρμογή ελέγχων στις τηλεοπτικές διαφημίσεις σε ορισμένες χώρες οδήγησε τη βιομηχανία τροφίμων σε άλλους τρόπους προώθησης τροφίμων και γλυκών στα παιδιά όπως για παράδειγμα η χρήση του διαδικτύου, τα ηλεκτρονικά μηνύματα μέσω κινητών τηλεφώνων και οι διαφημίσεις που περιλαμβάνονται μέσα σε ηλεκτρονικά παιχνίδια.

Δομημένες συνεντεύξεις με ανώτερα στελέχη σημαντικών οργανισμών και επιχειρήσεων στην Κύπρο καταδεικνύουν μια ευρεία συμφωνία απόψεων ως προς την ισχύ των υφιστάμενων ενδείξεων για την πιθανή επίδραση της διαφήμισης στα παιδιά και την ανάγκη κρατικής ρύθμισης της. Αντίθετα, η υιοθέτηση εθελοντικών μέτρων έλεγχου της διαφήμισης από τη βιομηχανία τροφίμων δεν θεωρήθηκε σαν μια αποτελεσματική επιλογή.

Ερευνητές από το Ερευνητικό και Εκπαιδευτικό Ινστιτούτο Υγεία του Παιδιού στην Κύπρο, διερεύνησαν το θέμα με δεκαπέντε ανώτερα στελέχη οργανισμών και εταιρειών που περιελάμβαναν τη βιομηχανία τροφίμων, διαφημιστικές εταιρείες, τον τομέα της δημόσιας υγείας, λειτουργούς του δημοσίου, εκπροσώπους των μέσων μαζικής ενημέρωσης και εκπροσώπους των καταναλωτών, της οικογένειας και των παιδιών. Οι απόψεις ήταν υπέρ της νομοθετικής ρύθμισης σε αντίθεση με τα ευρήματα άλλων χωρών της ΕΕ που εφαρμόστηκε το πρόγραμμα, όπως για παράδειγμα στο Ηνωμένο Βασίλειο όπου οι απόψεις ήταν κάθετα διχασμένες.

## Σημειώσεις:

Η έκθεση των αποτελεσμάτων *PolMark project: Assessment of Policy Options for Marketing Food and Beverages to Children*, είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο <http://www.childhealth.ac.cy>.

Το ακρωνύμιο PolMark προέρχεται από τον τίτλο του ερευνητικού έργου στην αγγλική: Policies on Marketing of Food and Beverages to Children.

Ο Dr Tim Lobstein στην International Association for the Study of Obesity είναι ο συντονιστής του ερευνητικού προγράμματος PolMark.

Το ερευνητικό πρόγραμμα PolMark αποτελεί μια πανευρωπαϊκή διερεύνηση σε σχέση με τον έλεγχο της διαφήμισης στα παιδιά που διεξάγεται σε 11 κράτη μέλη της ΕΕ (Ηνωμένο Βασίλειο, Ιρλανδία, Γαλλία, Βέλγιο, Σουηδία, Δανία, Ισπανία, Πολωνία, Τσεχία, Σλοβενία και Κύπρος).

Περισσότερες λεπτομέρειες στην ιστοσελίδα του προγράμματος <http://www.polmarkproject.net>

Για περισσότερες πληροφορίες:

Δρ Σάββας Χρ Σάββα

Συντονιστής PolMark Κύπρου

Ερευνητικό και Εκπαιδευτικό Ινστιτούτο Υγεία του Παιδιού

Τηλ.: +357 22 510310

Ηλεκτρονική διεύθυνση: [sc.savvas@cytanet.com.cy](mailto:sc.savvas@cytanet.com.cy)

## Χρηματοδότηση

Το δελτίο τύπου και η συνοδός έκθεση είναι αποτέλεσμα του ερευνητικού προγράμματος PolMark που έτυχε χρηματοδότησης από την Ευρωπαϊκή Ένωση στα πλαίσια του Προγράμματος Δημόσιας Υγείας (Public Health Programme). Τα κείμενα αυτά αποτελούν αποκλειστική ευθύνη των συγγραφέων τους. Η Executive Agency for Health and Consumers δεν είναι με κανένα τρόπο υπεύθυνη για τη χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτά τα κείμενα.

