



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΓΕΙΑΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ**

**ΤΜΗΜΑ: ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ,
ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟΥ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ &
ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗΣ**

Ταχ. Δ/ση : Αριστοτέλους 17
Τ.Κ. : 101 87 Αθήνα
Τηλέφωνο : 2105230110, 2105237254
Fax : 2105237254
E-mail : tke@yyka.gov.gr

ΕΠΕΙΓΟΝ

Αθήνα, 4/8/10

Αρ. Πρωτ.: 84456

Σχετ:

ΠΡΟΣ ΒΟΥΛΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ

Δ/ση Κοινοβουλευτικού
Ελέγχου
Τμήμα: Αναφορών ✓

ΘΕΜΑ: Απάντηση σε αναφορά Βουλευτή

Απαντώντας στην με αρ. 3244/04-06-2010 αναφορά, που κατατέθηκε στη Βουλή των Ελλήνων από το Βουλευτή κ. Α. Τσούρα, με θέμα «Απαγόρευση διαφήμισης βιομηχανοποιημένων προϊόντων σε ανηλίκους», η οποία μας διαβιβάστηκε με το αρ.πρωτ. Β13-591/02-07-10 έγγραφο του Υπουργείου Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας, ως προς τον τομέα αρμοδιότητάς μας, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Α) Σύμφωνα με τις συστάσεις προς τα Κράτη-Μέλη στις οποίες κατέληξε ο Π.Ο.Υ. κατά την διάρκεια της 63^{ης} Γενικής Συνέλευσης τον Μάιο του 2010, τα Κράτη Μέλη πρέπει να εφαρμόσουν πολιτικές που στοχεύουν στον περιορισμό της επίδρασης που ασκεί η διαφήμιση των τροφίμων με υψηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά, trans λιπαρά οξέα, σάκχαρα, και σε αλάτι (νάτριο) στη διαμόρφωση των διατροφικών συνηθειών των ανηλίκων με σκοπό την πρόληψη της παχυσαρκίας και των χρόνιων νοσημάτων που συνδέονται με τη διατροφή. Ο Π.Ο.Υ. υπογραμμίζει ότι η προσέγγιση του θέματος πρέπει να είναι πολύπλευρη. Νομοθετικές ρυθμίσεις, αλλά και πρωτοβουλίες αυτορρυθμίσεων και εθελοντικές πρωτοβουλίες τόσο της βιομηχανίας τροφίμων όσο και του διαφημιστικού τομέα μπορούν να συμβάλλουν στην εκπλήρωση των εν λόγω πολιτικών. Κάθε χώρα πρέπει να διαλέξει την πιο κατάλληλη πολιτική σύμφωνα με τις εθνικές συνθήκες. Επιπλέον, ο Π.Ο.Υ. επισημαίνει ότι για την επίλυση του θέματος, είναι απαραίτητη η συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων αρχών και φορέων. Οι κυβερνήσεις, διαμορφώνοντας τη δομή των προαναφερθέντων πολιτικών πρέπει να προστατεύουν το δημόσιο συμφέρον αποτρέποντας ωστόσο την σύγκρουση συμφερόντων. Επίσης, οι κυβερνήσεις θα έπρεπε να ενδυναμώσουν μηχανισμούς που μπορούν να περιλαμβάνουν και κυρώσεις καθώς και συστήματα ελέγχου και αξιολόγησης των ληφθέντων μέτρων.

Β) Σύμφωνα με την Οδηγία 2010/13 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, τα Κράτη -Μέλη πρέπει να ενθαρρύνουν τους παρόχους υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων να αναπτύσσουν κώδικες δεοντολογίας σχετικά με τις ακατάλληλες οπτικοακουστικές ανακοινώσεις, οι οποίες συνοδεύουν ή περιλαμβάνονται σε προγράμματα για παιδιά, σχετικά με τρόφιμα και ποτά που περιέχουν συστατικά και ουσίες με αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία, ιδίως συστατικά και ουσίες όπως τα λιπαρά, τα κορεσμένα λιπαρά, τα trans λιπαρά οξέα, το αλάτι-νάτριο και τα σάκχαρα.

Γ) Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ.1 του υπ' αρ. Ν.2863 (Φ.Ε.Κ. 262/Α'/2000) προβλέπεται η κατάρτιση κώδικα δεοντολογίας για το περιεχόμενο, τον τρόπο παρουσίασης και προβολής των διαφημιστικών μηνυμάτων από τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης. Ο εν λόγω κώδικας καταρτίζεται από τους κατόχους αδείας λειτουργίας ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών σταθμών, από την Ένωση Διαφημιστικών Εταιρειών Ελλάδος, από τον Σύνδεσμο Διαφημιζόμενων Ελλάδος και από κάθε άλλη αντιπροσωπευτική οργάνωση διαφημιστών και διαφημιζόμενων. Το περιεχόμενο του κώδικα δεν πρέπει να είναι αντίθετο στις διατάξεις της ισχύουσας νομοθεσίας.

Επιπλέον, σύμφωνα με την παράγραφο 2 του ιδίου άρθρου, η Ένωση Διαφημιστικών Εταιρειών Ελλάδος, ο Σύνδεσμος Διαφημιζόμενων Ελλάδος και κάθε άλλη αντιπροσωπευτική οργάνωση διαφημιστών και διαφημιζόμενων ιδρύουν αστική εταιρία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με σκοπό τον έλεγχο του περιεχομένου των διαφημιστικών μηνυμάτων που μεταδίδονται από τα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης με βάση τις διατάξεις της ισχύουσας ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας και του εν λόγω κώδικα δεοντολογίας.

Για εφαρμογή των προαναφερόμενων διατάξεων ιδρύθηκε η ανεξάρτητη αστική εταιρεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, με τον διακριτικό τίτλο «Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας»(Σ.Ε.Ε.).

Επίσης, εκπονήθηκε ο Ελληνικός Κώδικας Διαφήμισης-Επικοινωνίας που αφορά όλες τις διαφημίσεις για κάθε είδους προϊόντα και υπηρεσίες, ορίζοντας τους κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και ηθικής συμπεριφοράς, οι οποίοι πρέπει να τηρούνται από όλους όσους ασχολούνται με τη διαφήμιση. Επιπρόσθετα, στο άρθρο 18 του Κώδικα που αφορά παιδιά και νέους τονίζεται ότι οι διαφημίσεις δεν πρέπει να περιέχουν εκφράσεις, στοιχεία, ή οπτικές παραστάσεις που θα μπορούσαν να βλάψουν τα παιδιά και τους νέους πνευματικά, ηθικά ή σωματικά. Επιπλέον, ο Κώδικας περιλαμβάνει παραρτήματα με συγκεκριμένες οδηγίες τόσο για το σχεδιασμό των διαφημίσεων που απευθύνονται στα παιδιά όσο για τον σχεδιασμό διαφημίσεων για τα τρόφιμα.

Βάσει των παραπάνω για την αντιμετώπιση του προβλήματος, και για την επιλογή της καταλληλότερης πολιτικής, θεωρείται απαραίτητη η ενεργός συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων αρχών και φορέων καθώς και η διεξαγωγή ερευνών για την αποτύπωση της πραγματικής κατάστασης της χώρας που θα επιτρέψουν την επεξεργασία των ιδανικών μέτρων.

Τέλος, επισημαίνεται ότι το Υπουργείο μας επεξεργάζεται πρόταση αναφορικά με το ζήτημα, την οποία έχει διαβιβάσει και προς το Συμβούλιο Ελέγχου-Επικοινωνίας.

ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ:

Βουλευτή κ. Α. Τσούρα

Η ΥΠΟΥΡΓΟΣ

ΕΣΩΤ. ΔΙΑΝΟΜΗ:

1. Γρ.Υπουργού
2. Γρ.Υφυπουργού
3. Δ/νση Δημόσιας Υγιεινής
4. Τμήμα Κοιν. Ελέγχου Νομοθ. Συντ. & Κωδικ.

