

Batoniki znikną z ekranów

31 października 2014

Od 1 stycznia przed i w trakcie programów telewizyjnych dla dzieci nie będą wyświetlane reklamy niezdrowej żywności. Porozumienie w tej sprawie podpisało 7 największych nadawców w Polsce.

Biztok.pl, powołując się na Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, precyzuje, że wspomniani nadawcy to ITI Neovision, Telewizja Polsat, Telewizja Polska, Telewizja Puls, TVN, VIMN Poland i polski oddział The Walt Disney Company. Zobowiązali się oni, że od przyszłego roku audycjom kierowanym do dzieci w wieku do 12 lat nie będą towarzyszyły reklamy artykułów spożywczych i napojów, które nie spełniają Kryteriów żywieniowych zawartych w dokumencie opracowanym na zlecenie Polskiej Federacji Producentów Żywności i zaakceptowanym przez Ministerstwo Zdrowia. Na czarnej liście znalazły się tym samym m.in. wyroby czekoladowe, nieczekoladowe słodczyce i inne produkty cukrowe, napoje bezalkoholowe oraz chipsy ziemniaczane.

Mimo iż nowe zasady wchodzą w życie dopiero od stycznia, już od początku grudnia reklamodawcy będą musieli składać pisemne oświadczenia o zgodności reklamowanych produktów ze wspomnianymi kryteriami.

Portal informuje, że porozumienie jest efektem prac prowadzonych przy bardzo aktywnym udziale KRRiT i Rady Reklamy, a także Polskiej Federacji Producentów Żywności oraz Ministerstwa Zdrowia, a ponadto podkreśla, że ma ono charakter dobrowolny.

Źródło: [Nowy Obywatel](#)