

Będzie więcej reklam niezdrowej żywności dla dzieci

1 czerwca 2025

Niezdrowa żywność i konsekwencje zjadania jej w dużych ilościach to poważny problem społeczny. Wielka Brytania postanowiła zaważyć z fast foodem poprzez zakaz. Brytyjskie Ministerstwo Zdrowia ogłosiło, że planowany zakaz reklamowania niezdrowej żywności skierowanej do dzieci na pewno będzie, ale jeszcze nie teraz.



Pierwotnie przepisy miały wejść w życie 1 października 2025 r., jednak już wiadomo, że pojawią się dopiero na początku 2026. Termin przesunięto po silnej presji ze strony sektora spożywczego. Decyzja spotkała się z ostrą krytyką ze strony organizacji zdrowotnych ostrzegających przed rosnącym wpływem reklamy ultraprzetworzonych produktów na pogarszający się stan zdrowia dzieci w Wielkiej Brytanii.

Partia Pracy, która zapowiedziała wprowadzenie tych przepisów po objęciu władzy, zadeklarowała, że zakaz obejmie reklamy w internecie oraz telewizji przed 21:00. Miał to być krok w

stronę ograniczenia kontaktu dzieci z promocją żywności o wysokiej zawartości tłuszczu, cukru i soli. Ostatecznie rząd ugiął się pod presją sektora spożywczego i przesunął obowiązywanie nowych przepisów na styczeń 2026 r. Uzasadnił to potrzebą wydłużenia konsultacji nastawionych na doprecyzowanie prawa.

Korporacje spożywcze, zwłaszcza globalni producenci ultraprzetworzonych produktów, stanowczo zaprotestowały przeciwko zapowiadanemu zakazowi. Firmy argumentowały, że nowe prawo mogłoby obejmować również kampanie reklamowe marek promujących samą markę, a nie konkretny produkt, i utrudniać prowadzenie legalnego marketingu.

W odpowiedzi na te uwagi minister zdrowia publicznego Ashley Dalton zapowiedziała stworzenie specjalnego aktu prawnego – instrumentu ustawowego (Statutory Instrument, SI) – który jednoznacznie wyłączy z zakazu reklamy marek, o ile nie prezentują one produktów wysokokalorycznych.

Statystyki zdrowotne dotyczące najmłodszych Brytyjczyków niepokoją coraz bardziej. W ostatnich latach średni wzrost pięciolatków obniżył się, co jest sygnałem niedoborów żywieniowych i złych nawyków. Równocześnie wskaźnik otyłości wśród dzieci wzrósł o niemal jedną trzecią, a liczba przypadków cukrzycy typu 2 u młodzieży zwiększyła się o ponad 20%.

Specjaliści jednoznacznie wskazują, że winna jest tu nie tylko sama dieta, ale również agresywny marketing produktów o niskiej wartości odżywczej. Dzieci są bowiem szczególnie podatne na przekazy reklamowe kreujące atrakcyjny wizerunek niezdrowych przekąsek i napojów. W efekcie najmłodsi częściej sięgają po śmieciowe jedzenie i zabierają złe nawyki żywieniowe w dorosłość.

Opóźnienie wprowadzenia zakazu reklam niezdrowej żywności jest według ekspertów dużym krokiem wstecz w walce o poprawę

zdrowia dzieci. Organizacje zajmujące się profilaktyką i zdrowiem publicznym nie kryją rozczarowania decyzją rządu. Wskazują, że każde dodatkowe miesiące ekspozycji dzieci na reklamy ultraprzetworzonych produktów mogą prowadzić do dalszego pogorszenia stanu zdrowia młodego pokolenia.

Specjaliści domagają się szybszego wdrożenia restrykcji i podkreślają, że skuteczna ochrona dzieci przed wpływem marketingu żywności mocno przetworzonej powinna być priorytetem. Co prawda, niektóre firmy deklarują dobrowolne dostosowanie się do zakazu już w październiku 2025 r. Niemniej, tak czy inaczej przepisy ogólnokrajowe zaczną obowiązywać dopiero w 2026.

Autorstwo: Miłosz Magrzyk

Ilustracja: WolneMedia.net (CC0)

Źródło: PolishExpress.co.uk