



סגן שר הבריאות
Deputy Minister of Health

**משרד
הבריאות**
לחיים בריאים יותר

ב"ה, כ"ו בתמוז, התשע"ט
29 יולי 2019
מספרנו: 508523019
(במענה, ציין מספרנו)
תיק - שר: (35) סיכומי דיון

לכבוד

עו"ד גליה שגיא - מנהלת איגוד המזון, התאחדות התעשיינים
עו"ד יפה חובב - מנהלת ענף המזון, איגוד לשכות המסחר
מר משה בר סימן טוב - מנכ"ל משרד הבריאות
פרופ' איתמר גרוטו - המשנה למנכ"ל משרד הבריאות
ד"ר אהוד קלינר - ראש הוועדה בנושא הגבלת פרסום מזון
פרופ' סיגל סדצקי - ראש שירותי בריאות הציבור
פרופ' רונית אנדלוולד - מנהלת האגף לתזונה

שלום רב,

מצ"ב סיכום פגישה עם ס. שר הבריאות הרב יעקב ליצמן מיום ראשון כ"א סיוון
תשע"ו, 24.6.2019

הנדון: אימוץ התחייבות וולונטרית להגבלת פרסום מזון לילדים

משתתפים: ס שר הבריאות, הרב יעקב ליצמן, מוטי בבצייק - יועץ בכיר לס. שר
הבריאות, מר משה בר סימן טוב- מנכ"ל משרד הבריאות, פרופ' איתמר גרוטו-
המשנה למנהל הכללי, משרד הבריאות, פרופ' סיגל סדצקי - ראש שירותי בריאות
הציבור, פרופ' רונית אנדלוולט- ממנהלת האגף לתזונה, ד"ר אהוד קלינר- ראש
הוועדה בנושא הגבלת פרסום מזון, עו"ד יפה חובב- מנהלת ענף המזון, איגוד
לשכות המסחר, עו"ד גליה שגיא - מנהלת איגוד המזון, התאחדות התעשיינים.

הוצגה בפני המשתתפים לראשונה הצעה משותפת לשלושת הגופים הרלוונטיים
לנושא אימוץ התחייבות וולונטרית להגבלת פרסום מזון לילדים מאת:

1. התאחדות התעשיינים- איגוד המזון- עו"ד גליה שגיא
2. איגוד לשכות המסחר- ענף המזון- עו"ד יפה חובב
3. איגוד השיווק הישראלי- עו"ד תלמה בירו



סגן שר הבריאות
Deputy Minister of Health

**משרד
הבריאות**
לחיים בריאים יותר

עיקר ההצעה:

תמיכה בבנייתו של מנגנון ביניים לרגולציה וולונטרית אפקטיבי שיצמצם מהותית את החשיפה של ילדי ישראל לפרסום למזון אשר יסומן באדום וישקף לציבור ולמשרד הבריאות מחויבות גבוהה לנושא, בדומה למודלים שעובדים במספר מדינות אחרות בעולם.

מודל זה יהווה שלב ביניים עד לאסדרה אפשרית בתקנות, אלא אם ימצא כי המודל עובד באופן אפקטיבי ללא הפרות, ואז תישקל מחדש אופציית העיגון בתקנות.

להלן עיקרי התחייבות החברות:

פרסום לילדים ייעשה תוך עידוד לצריכה אחראית ומאוזנת ומתוך הכרה בחשיבות קידום אורח חיים בריא ופעיל בקרב ילדים.

הימנעות מוחלטת מפרסום במדיה לילדים מתחת לגיל 12 של מוצרי מזון, אשר אריזתם תסומן (או עתידה להיות מסומנת) ב"סמל מזון אדום" בהתאם לתקנות הגנה על בריאות הציבור (מזון)(סימון תזונתי), התשע"ח-2017.

לצורך סעיף זה:

א. "הימנעות מפרסום לילדים מתחת לגיל 12" – הימנעות מפרסום של יצרני המזון במדיה בה 25% ומעלה מקהל היעד הם ילדים מתחת לגיל 12; בהעדר יכולת מדידה או מידע אמין ביחס לשיעור הילדים מתחת לגיל 12 בקהל היעד, ייעשה כל מאמץ לעשות שימוש בשפה ובטון שאינם מכוונים לילדים ולא נועדו למשוך את תשומת ליבם לרבות הימנעות מקריאה לפעולה ברשתות חברתיות.

ב. "מדיה" – טלוויזיה, רדיו, קולנוע, DVD/CD, תקשורת מודפסת, אתרי אינטרנט של החברה ושל צדדים שלישיים בנוגע לפרסום של היצרן בהם, מדיה חברתית ורשתות חברתיות המיועדות לילדים, שיווק ישיר, שילוט חוצות, תוכן שיווקי, משחקים אינטראקטיביים, שיווק בסלולאר ובאמצעות מסרונים וכיו"ב.



סגן שר הבריאות
Deputy Minister of Health

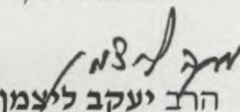
**משרד
הבריאות**
לחיים בריאים יותר
האיגודים התחייבו:

לבחון הקמת מנגנון בקרה ודיווח למשרד הבריאות שיבצע את הבקרה השוטפת על הפרסומות על ידי גופים חיצוניים, עצמאיים ובלתי תלויים וידווח למשרד ולציבור באופן שקוף, על הפרות.

סיכום:

1. ס. שר הבריאות מוכן לשקול בחיוב את ההצעה לצמצום חשיפת ילדים מתחת לגיל 12 לפרסומות למוצרי מזון שאריזתם תסומן בסמל האדום באופן וולונטרי לפרק זמן מוגבל כאמור לעיל, כל עוד ההתחייבות היא של שלושת הגופים יחדיו ותחול על כלל המפרסמים בשוק המזון.
2. משרד הבריאות יעביר נוסח הצעה בעניין האמנה הוולנטרית כאמור ליבואנים, לתעשיינים ולאגוד השיווק.

בכבוד רב,


הרב יעקב ליצמן, ח"כ
סגן שר הבריאות