



Παράρτημα 5 Διαφημίσεις για Τρόφιμα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5 ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Άρθρο 1

Θρεπτικοί ισχυρισμοί και ισχυρισμοί υγείας θα πρέπει να υποστηρίζονται από ισχυρά επιστημονικά ευρήματα. Τα τελευταία παρότι δεν είναι απαραίτητο να επικοινωνούνται μέσω της διαφήμισης, θα πρέπει να είναι στη διάθεση των καταναλωτών σε πρώτη ζήτηση (Γραμμές καταναλωτή, ιστοσελίδες κ.λ.π.).

Άρθρο 2

Αποτελέσματα ερευνών καταναλωτή, σχετικά με τις προτιμήσεις του, δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούνται στη διαφήμιση με σκοπό να δώσουν κύρος στο προϊόν εάν δεν έχουν στατιστική εγκυρότητα.

Άρθρο 3

Οι διαφημίσεις των προϊόντων δεν θα πρέπει να ενθαρρύνουν ή να παραβλέπουν την πιθανότητα υπερβολικής κατανάλωσης, τα δε μεγέθη των μερίδων των προϊόντων πρέπει να συμβαδίζουν με τις σχετικές απεικονίσεις. Η διαφήμιση δεν πρέπει να υπονομεύει την σπουδαιότητα μιας ισορροπημένης και υγιεινής διατροφής.

Άρθρο 4

Τα κείμενα, οι ηχητικές και οπτικές παρουσιάσεις των διαφημίσεων πρέπει να αναπαριστούν με ακρίβεια τα πραγματικά χαρακτηριστικά των προϊόντων, όπως η γεύση, το μέγεθος, το περιεχόμενο, η διατροφική αξία και δεν πρέπει να παραπλανούν τους καταναλωτές για κανένα από αυτά τα χαρακτηριστικά. Προϊόντα που δεν στοχεύουν στο να γίνουν υποκατάστατα γευμάτων δεν πρέπει να παρουσιάζονται ως τέτοια.

Άρθρο 5

Οι κατασκευαστές τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών πρέπει να λάβουν ιδιαίτερως υπ' όψιν τους ότι στην διαφήμιση που απευθύνεται σε παιδιά, δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται προσωπικότητες της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου ή του τύπου (είτε ζωντανά είτε υπό μορφή κινουμένων σχεδίων) με τρόπο που να καθίσταται δυσδιάκριτος ο διαχωρισμός μεταξύ τηλεοπτικού, ραδιοφωνικού ή έντυπου περιεχομένου και εμπορικής προώθησης.

Άρθρο 6

Οι διαφημίσεις που απευθύνονται σε παιδιά δεν πρέπει να δημιουργούν την αίσθηση του επείγοντος ή την εντύπωση ότι η τιμή του προϊόντος είναι πολύ χαμηλή, εάν το τελευταίο δεν είναι σωστό.

Άρθρο 7

Οι διαφημίσεις δεν θα πρέπει να οδηγούν σε παραπλάνηση τους αποδέκτες (παιδιά, νεαρά άτομα) ως προς το κύρος ή τη δημοτικότητα έναντι των συνομηλίκων, την επιτυχία στο σχολείο ή στον αθλητισμό, καθώς και την ευφύια.

Άρθρο 8

Οι διαφημίσεις τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών δεν πρέπει να υπονομεύουν τον ρόλο των γονέων και άλλων ενηλίκων που είναι υπεύθυνοι για την ανατροφή των παιδιών με το να καθοδηγούν επιλογές στην διατροφή και τον τρόπο ζωής τους.

Οι διαφημίσεις δεν πρέπει να περιλαμβάνουν άμεση επίκληση προς τα παιδιά να πείσουν τους γονείς τους να αγοράζουν για λογαριασμό τους (των παιδιών) τα διαφημιζόμενα προϊόντα.



Υπεύθυνη **επικοινωνία** που ξεκινά
από την **αυτορρύθμιση.**