

PRAVILA RAVNANJA ZA ZAŠČITO OTROK POP TV

V skladu s 23. členom Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/11 in 84/15) in Prehranskimi smernicami za oblikovanje pravil ravnanja za zaščito otrok pred neprimernimi komercialnimi sporočili, ki jih je izdalo Ministrstvo za zdravje julija 2016 (v nadaljnjem besedilu: Smernice), družba POP TV d.o.o., Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa Matej Pregarc, direktor,

sprejme:

PRAVILA RAVNANJA V ZVEZI Z NEPRIMERNIMI AVDIOVIZUALNIMI KOMERCIALNIMI SPOROČILI O ŽIVILIH V PROGRAMSKIH VSEBINAH, NAMENJENIM OTROKOM

1. člen

S temi pravili se ureja ravnanja v zvezi z neprimernimi avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki spremljajo programske vsebine, namenjene otrokom ali so njihov del in so vsebovani v AV medijskih storitvah, katerih izdajatelj ali ponudnik je družba POP TV, d.o.o.

Neprimerna avdiovizualna komercialna sporočila za živila so oglasi o živilih, ki vsebujejo hranila in snovi s hranilnim ali fiziološkim učinkom, kot so zlasti maščobe, trans maščobne kisline, sol ali natrij in sladkorji, katerih prekomerno uživanje v celotni prehrani ni priporočljivo.

Programske vsebine, namenjene otrokom, so oddaje, ki so primarno namenjene otrokom do 12 let (v nadaljevanju oddaja za otroke) in jih ponudnik predvaja v tistih časovnih pasovih, ki so primerni in namenjeni otroškemu programu.

2. člen

Predvajanje avdiovizualnih komercialnih sporočil, ki spremljajo ali so del oddaj za otroke, za živila, ki vsebujejo več kot **1g / 100 g** industrijsko izdelane trans maščobe oziroma **več kot 10g / 100 g** sladila, dodanega sladkorja oziroma skupne sladkorje, ni priporočljivo.

Če se živila iz prejšnjega odstavka v programskem sklopu, namenjenemu otroškemu programu, oglašujejo, se mora pred pričetkom predvajanja takega programskega sklopa predvajati ustrezno akustično ali vizualno priporočilo, prav tako pa oglas ne sme biti zasnovan tako, da bi:

- spodbujal uživanje oglaševanega živila,
- neposredno pozival k nakupu oglaševanega živila,
- opravičeval ali spodbujal slabih prehranjevalnih navad ali nezdravega življenjskega sloga,
- dejavno spodbujal otroke, naj jedo ali pijejo pred spanjem ali čez dan pogosto jedo oglaševano živilo,
- spodbujal otroke, naj pojedjo več kot po navadi,
- zavajal otroke glede morebitnih telesnih, socialnih ali psihičnih koristi, ki naj bi jih imeli zaradi uživanja izdelka,

- ustvarjal podobe, da bodo otroci, če ne bodo imeli oglaševanega žvila, v primerjavi z vrstniki podrejeni, manjvredni ali manj priljubljeni,
- zbuja občutka, da otroci nimajo dovolj poguma, občutka dolžnosti ali pripadnosti, če ne bodo kupili ali drugih spodbujali k nakupu oglaševanega žvila,
- neposredno pozivali otroke, naj zbirajo določene sličice, ovitke, kupone in podobno, ki se nanašajo na oglaševano živilo,
- zmanjševal pomen cene oglaševanega žvila z uporabo besed, kot so npr. »samo« ali »le«,

3. člen

Za živila, ki vsebujejo sladila, dodane sladkorje in skupne sladkorje, in sicer v razponu **med 5g do 10g / 100 g živilskega izdelka**, so avdiovizualna komercialna sporočila, ki spremljajo oddaje za otroke ali so njihov del, primerna oz. dovoljena brez posebnih omejitev, lahko pa se pred začetkom predvajanja programskega sklopa, namenjenega otroškemu programu, predvaja ustrezno akustično ali vizualno priporočilo.

Za živila, ki vsebujejo sladila, dodane sladkorje in skupne sladkorje, in sicer **do 5g / 100 g živilskega izdelka oz. druga živila iz Smernic** se avdiovizualna komercialna sporočila, ki spremljajo oddaje za otroke ali so njihov del, lahko predvajajo brez akustičnega ali vizualnega priporočila.

4. člen

Akustično ali vizualno priporočilo se glasi: **»Otrokom priporočamo uravnoteženo prehrano in vsaj pol ure telesne vadbe dnevno.«**

5. člen

Za druga živila iz priloge Smernic, ki presegajo vrednosti glede skupnih maščob, nasičenih maščob, soli ali energijske vrednosti, se avdiovizualna komercialna sporočila predvaja z akustičnim ali vizualnim priporočilom iz prejšnjega člena teh pravil na način, določen v 2. odst. 2. čl. teh Pravil.

6. člen

Ta pravila pričnejo veljati z dnem 19.1.2017. S predvajanjem akustičnega ali vizualnega priporočila iz 4. čl. teh Pravil se prične najkasneje v roku treh mesecev od začetka veljavnosti Pravil.

PRAVILA RAVNANJA ZA ZAŠČITO OTROK KANAL A

V skladu s 23. členom Zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah (Uradni list RS, št. 87/11 in 84/15) in Prehranskimi smernicami za oblikovanje pravil ravnanja za zaščito otrok pred neprimernimi komercialnimi sporočili, ki jih je izdalo Ministrstvo za zdravje julija 2016 (v nadaljnjem besedilu: Smernice), družba Kanal A d.o.o., Kranjčeva ulica 26, 1000 Ljubljana, ki ga zastopa Matej Pregarc, direktor,

sprejme:

PRAVILA RAVNANJA V ZVEZI Z NEPRIMERNIMI AVDIOVIZUALNIMI KOMERCIALNIMI SPOROČILI O ŽIVILIH V PROGRAMSKIH VSEBINAH, NAMENJENIM OTROKOM

1. člen

S temi pravili se ureja ravnanja v zvezi z neprimernimi avdiovizualnimi komercialnimi sporočili, ki spremljajo programske vsebine, namenjene otrokom ali so njihov del in so vsebovani v AV medijskih storitvah, katerih izdajatelj ali ponudnik je družba Kanal A, d.o.o.

Neprimerna avdiovizualna komercialna sporočila za živila so oglasi o živilih, ki vsebujejo hranila in snovi s hranilnim ali fiziološkim učinkom, kot so zlasti maščobe, trans maščobne kisline, sol ali natrij in sladkorji, katerih prekomerno uživanje v celotni prehrani ni priporočljivo.

Programske vsebine, namenjene otrokom, so oddaje, ki so primarno namenjene otrokom do 12 let (v nadaljevanju oddaja za otroke) in jih ponudnik predvaja v tistih časovnih pasovih, ki so primerni in namenjeni otroškemu programu.

2. člen

Predvajanje avdiovizualnih komercialnih sporočil, ki spremljajo ali so del oddaj za otroke, za živila, ki vsebujejo več kot **1g / 100 g** industrijsko izdelane trans maščobe oziroma **več kot 10g / 100 g** sladila, dodanega sladkorja oziroma skupne sladkorje, ni priporočljivo.

Če se živila iz prejšnjega odstavka v programskem sklopu, namenjenemu otroškemu programu, oglašujejo, se mora pred pričetkom predvajanja takega programskega sklopa predvajati ustrezno akustično ali vizualno priporočilo, prav tako pa oglas ne sme biti zasnovan tako, da bi:

- spodbujal uživanje oglaševanega živila,
- neposredno pozival k nakupu oglaševanega živila,
- opravičeval ali spodbujal slabih prehranjevalnih navad ali nezdravega življenjskega sloga,
- dejavno spodbujal otroke, naj jedo ali pijejo pred spanjem ali čez dan pogosto jedo oglaševano živilo,
- spodbujal otroke, naj pojedjo več kot po navadi,
- zavajal otroke glede morebitnih telesnih, socialnih ali psihičnih koristi, ki naj bi jih imeli zaradi uživanja izdelka,

- ustvarjal podobe, da bodo otroci, če ne bodo imeli oglaševanega žvila, v primerjavi z vrstniki podrejeni, manjvredni ali manj priljubljeni,
- zbuja občutka, da otroci nimajo dovolj poguma, občutka dolžnosti ali pripadnosti, če ne bodo kupili ali drugih spodbujali k nakupu oglaševanega žvila,
- neposredno pozivali otroke, naj zbirajo določene sličice, ovitke, kupone in podobno, ki se nanašajo na oglaševano živilo,
- zmanjševal pomen cene oglaševanega žvila z uporabo besed, kot so npr. »samo« ali »le«,

3. člen

Za živila, ki vsebujejo sladila, dodane sladkorje in skupne sladkorje, in sicer v razponu **med 5g do 10g / 100 g živilskega izdelka**, so avdiovizualna komercialna sporočila, ki spremljajo oddaje za otroke ali so njihov del, primerna oz. dovoljena brez posebnih omejitev, lahko pa se pred začetkom predvajanja programskega sklopa, namenjenega otroškemu programu, predvaja ustrezno akustično ali vizualno priporočilo.

Za živila, ki vsebujejo sladila, dodane sladkorje in skupne sladkorje, in sicer **do 5g / 100 g živilskega izdelka oz. druga živila iz Smernic** se avdiovizualna komercialna sporočila, ki spremljajo oddaje za otroke ali so njihov del, lahko predvajajo brez akustičnega ali vizualnega priporočila.

4. člen

Akustično ali vizualno priporočilo se glasi: **»Otrokom priporočamo uravnoteženo prehrano in vsaj pol ure telesne vadbe dnevno.«**

5. člen

Za druga živila iz priloge Smernic, ki presegajo vrednosti glede skupnih maščob, nasičenih maščob, soli ali energijske vrednosti, se avdiovizualna komercialna sporočila predvaja z akustičnim ali vizualnim priporočilom iz prejšnjega člena teh pravil na način, določen v 2. odst. 2. čl. teh Pravil.

6. člen

Ta pravila pričnejo veljati z dnem 19.1.2017. S predvajanjem akustičnega ali vizualnega priporočila iz 4. čl. teh Pravil se prične najkasneje v roku treh mesecev od začetka veljavnosti Pravil.