



Європейське бюро Всесвітньої організації охорони здоров'я (World Health Organization, WHO) закликає заборонити рекламу нездорової їжі. У першу чергу це відноситься до агресивного просування продуктів з високим вмістом жирів, цукру і солі. Основні претензії - до телевізійної реклами, так як відомо, що вона відчутно впливає на харчові уподобання дітей і на якісний склад продуктів, придбаних їхніми батьками.

Наслідком цього, на думку WHO, є епідемія ожиріння, яка зачіпає в тому числі і Європу. У світі надмірною вагою страждає 22 мільйони дітей, в ЄС - це кожен четвертий школяр у віці від 6 до 9 років.

І саме на захист дітей від подібної реклами WHO пропонує спрямувати основні зусилля. Відомо, що маркетологи знаходять нові форми і методи донесення рекламної інформації до дитячої аудиторії. Зокрема, активно освоюється інтернет-простір, розвиваються яскраві та привабливі рекламні онлайн-ігри. Для зйомок рекламних роликів залучаються знаменитості, використовуються образи кіно-та мультиплікаційних героїв, нездорова їжа упаковується в помітну барвисту упаковку.

Американські дослідники виявили, що реклама в останні кілька років перебудувалася від спонукання до разового вживання рекламованого продукту до формування харчової поведінки. І в основному в якості такого базового продукту пропонується фаст-фуд. При цьому лише у 5 відсотках випадків готові дитячі сніданки і страви в ресторанах швидкого обслуговування відповідають критеріям здорового харчування.

Цікава інформація з цього питання представлена в [Тематичному дайджесті «Маркетинг продуктів харчування та безалкогольних напоїв для дітей»](#)