

Маркетинг пищевых продуктов и безалкогольных напитков, ориентированный на детей

Шестьдесят третья сессия Всемирной ассамблеи здравоохранения,

рассмотрев доклад о профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними: осуществление глобальной стратегии, а также приложенный к нему свод рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей¹;

напоминая резолюции WHA53.17 о профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними и WHA60.23 о профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними: осуществление глобальной стратегии;

вновь подтверждая свою приверженность воздействию на два основных фактора риска неинфекционных заболеваний, а именно нездоровое питание и отсутствие физической активности, посредством выполнения Глобальной стратегии по питанию, физической активности и здоровью, одобренной Ассамблеей здравоохранения в 2004 г. (резолюция WHA57.17), и плана действий по осуществлению глобальной стратегии по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними², одобренного Ассамблеей здравоохранения в 2008 г. (резолюция WHA61.14);

глубоко обеспокоенная высокой и растущей распространенностью неинфекционных заболеваний в странах с низким и средним уровнями доходов, которые, наряду с инфекционными заболеваниями, продолжают поражать малоимущие слои населения, содействуют двойному бремени болезней, создающему серьезные последствия для сокращения масштабов нищеты и обеспечения экономического развития и увеличивающему различия в показателях здоровья между странами и внутри стран;

глубоко обеспокоенная тем, что в 2010 г., согласно оценкам, более 42 миллионов детей в возрасте до пяти лет будут иметь избыточную массу тела или ожирение, из которых почти 35 миллионов проживают в развивающихся странах, а также обеспокоенная тем, что в большинстве частей мира распространенность детского ожирения быстро увеличивается;

¹ Документ A63/12.

² Документ A61/2008/REC/1, Приложение 3.

признавая, что нездоровое питание является одним из основных факторов риска неинфекционных заболеваний и что риски, создаваемые нездоровым питанием, формируются в детстве и увеличиваются на протяжении всей жизни;

признавая, что нездоровое питание связано с избыточной массой тела и ожирением и что детям необходимо поддерживать необходимую для здоровья массу тела и потреблять продукты с низким содержанием насыщенных жиров, трансжирных кислот, свободных сахаров или соли, чтобы снизить будущий риск неинфекционных заболеваний;

будучи осведомленной об исследованиях, которые показывают, что ориентированная на детей реклама продуктов питания является широкой и что во всем мире широко распространены другие формы маркетинга продуктов, ориентированного на детей;

признавая, что значительную долю этого маркетинга составляют продукты с высоким содержанием жира, сахара или соли и что телевизионная реклама влияет на пищевые предпочтения детей, их покупательские запросы и структуры потребления;

признавая шаги, предпринятые до настоящего времени сегментами частного сектора для уменьшения маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей, и отмечая при этом значение независимого и транспарентного мониторинга обязательств, взятых частным сектором на национальном и глобальном уровнях;

признавая, что некоторые государства-члены уже приняли законодательство и национальную политику в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей,

1. ОДОБРЯЕТ свод рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей¹;

2. НАСТОЯТЕЛЬНО ПРИЗЫВАЕТ государства-члены:

(1) принять необходимые меры для выполнения рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей, учитывая надлежащим образом существующее законодательство и политику;

(2) определить наиболее подходящий политический подход, учитывающий национальные обстоятельства, и разработать новые и/или укрепить существующие политические меры, направленные на сокращение воздействия на детей маркетинга продуктов с высоким содержанием насыщенных жиров, трансжирных кислот, свободных сахаров или соли;

(3) создать систему мониторинга и оценки выполнения рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей;

¹ Документ A63/12, Приложение.

(4) принять активные меры по созданию межправительственного сотрудничества для уменьшения воздействия трансграничного маркетинга;

(5) сотрудничать с гражданским обществом, а также с государственными и частными заинтересованными сторонами в выполнении свода рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей, чтобы уменьшить воздействие такого маркетинга, обеспечивая при этом предотвращение потенциального конфликта интересов;

3. ПРЕДЛАГАЕТ Генеральному директору:

(1) оказывать техническую поддержку государствам-членам, по их просьбе, в выполнении свода рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей, а также в мониторинге и оценке их выполнения;

(2) поддерживать существующие региональные сети и, в случае необходимости, содействовать созданию новых, с тем чтобы укреплять международное сотрудничество для уменьшения воздействия на детей маркетинга продуктов с высоким содержанием насыщенных жиров, трансжирных кислот, свободных сахаров или соли;

(3) сотрудничать с гражданским обществом, а также с государственными и частными заинтересованными сторонами в выполнении свода рекомендаций для уменьшения воздействия на детей маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, обеспечивая при этом предотвращение потенциального конфликта интересов;

(4) укреплять международное сотрудничество с другими международными межправительственными организациями и органами в содействии выполнению государствами-членами рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей;

(5) использовать существующие методологии при оценке плана действий для глобальной стратегии по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними в целях мониторинга политики в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей;

(6) представить информацию о выполнении свода рекомендаций в отношении маркетинга продуктов и безалкогольных напитков, ориентированного на детей, в качестве части доклада о ходе осуществления глобальной стратегии по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними и плана действий по осуществлению глобальной стратегии по профилактике неинфекционных заболеваний и борьбе с ними, который будет представлен Шестидесятой пятой сессии Всемирной ассамблеи здравоохранения через Исполнительный комитет на его Сто тридцатой сессии.

Восьмое пленарное заседание, 21 мая 2010 г.

A63/VR/8

= = =