



## ÚRAD VEREJNÉHO ZDRAVOTNÍCTVA SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Trnavská cesta 52  
P.O.BOX 45  
826 45 Bratislava



Bratislava, 21.11.2016

### **Informácia o výsledkoch cieleného štátneho zdravotného dozoru, zameraného na monitoring prítomnosti marketingovej propagácie nezdravých potravín, adresovanej deťom a mládeži**

V nadväznosti na povinnosti vyplývajúce orgánom verejného zdravotníctva podľa § 5 ods. 4 písm. j) zákona č. 355/2007 Z. z. o ochrane, podpore a rozvoji verejného zdravia a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov v spolupráci s Ministerstvom školstva, vedy, výskumu a športu SR v rámci plnenia úlohy č. 3.4. aktivít Národného akčného plánu v prevencii obezity na roky 2015 – 2025 v súlade s EÚ Akčným plánom detskej obezity 2014 – 2020 vo veci výkonu štátneho zdravotného dozoru, vykonali RÚVZ v SR mimoriadne cielené kontroly, zamerané na monitoring prítomnosti marketingu a reklamy, adresovaných deťom a mládeži.

Kontrola prebiehala v období **od 24.10.2016 do 8.11.2016**.

#### **Cieľ**

V posledných rokoch je segment detského marketingu viac než neúmerný. Deti sa stali veľmi výnosným biznisom. Marketingová stratégia je v dnešnej dobe čoraz viac podrobnejšia a zásah presnejší. Deti sú voči reklame viac menej bezbranné a keďže sa v nich využíva psychologický aspekt detskej túžby, sú veľmi ľahko ovplyvniteľné. Keďže sa makléri snažia čo najefektívnejšie deti osloviť je samozrejmé, že reklamnými správami infiltrujú také prostredie, kde deti trávajú značnú časť svojho detstva – školu. Neprimerané množstvo reklamných správ, podporujúcich nezdravé potraviny a nápoje, bolo zaznamenaných nielen na chodbách školy a iných miestach pre deti, napríklad v športových kluboch/halách, rekreačných miestach, ale aj vo forme reklamných odkazov, umiestnených na učebných pomôckach, zošitoch a ostatnom vybavení školy.

Cieľom tejto úlohy je zabezpečiť ochranu detí pred negatívnym vplyvom marketingových praktík, podporujúcich nezdravú životosprávu a zaistiť, aby sa zariadenia pre deti a mládež stali bezpečným prostredím.

#### **Metodika**

V rámci výkonu cieleného štátneho zdravotného dozoru bola pozornosť zameraná na všetky formy marketingovej propagácie nezdravých potravín (letáky, propagačné

materiály, nástenky, upútavky, reklamné predmety a pod.), najmä potravín s vysokým obsahom soli, tukov, cukrov, sladených nápojov a pod. Kontrolované objekty boli najmä bufety, automaty a všetky ostatné formy ambulatného predaja na základných a stredných školách, prípadne priestory určené na športové aktivity v rámci mimoškolskej záujmovej činnosti (športové krúžky). Merateľným ukazovateľom tejto úlohy je % zariadení pre deti a mládež, v ktorých bude dokázaná prítomnosť marketingu a reklamy nezdravých potravín a nápojov.

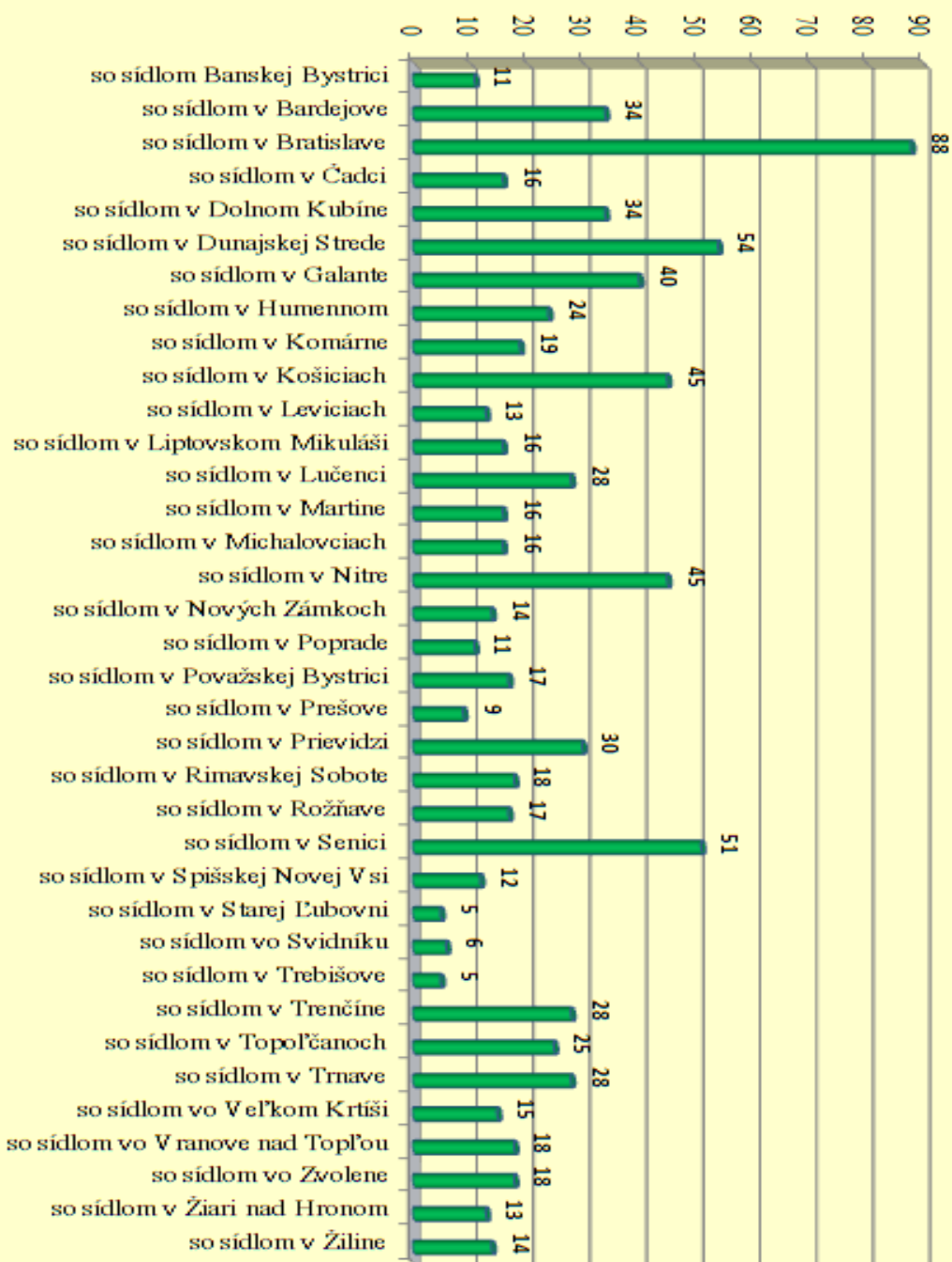
## VÝSLEDKY

*Tabuľka 1* Výsledky cieľného štátneho zdravotného dozoru so zameraním na monitoring prítomnosti marketingovej propagácie nezdravých potravín, adresovaných deťom a mládeži

RÚVZ v SR	Počet zariadení, v ktorých bol vykonaný cieľný ŠZD	Počet zariadení s dokázanou prítomnosťou marketingu a reklamy
so sídlom v Banskej Bystrici	11	6
so sídlom v Bardejove	34	0
so sídlom v Bratislave	88	0
so sídlom v Čadci	16	0
so sídlom v Dolnom Kubíne	34	4
so sídlom v Dunajskej Strede	54	1
so sídlom v Galante	40	7
so sídlom v Humennom	24	0
so sídlom v Komárne	19	10
so sídlom v Košiciach	45	32
so sídlom v Leviciach	13	2
so sídlom v Liptovskom Mikuláši	16	2
so sídlom v Lučenci	28	5
so sídlom v Martine	16	3
so sídlom v Michalovciach	16	9
so sídlom v Nitre	45	10
so sídlom v Nových Zámkoch	14	13
so sídlom v Poprade	11	2
so sídlom v Považskej Bystrici	17	4
so sídlom v Prešove	9	0
so sídlom v Prievidzi	30	6
so sídlom v Rimavskej Sobote	18	9
so sídlom v Rožňave	17	4
so sídlom v Senici	51	0
so sídlom v Spišskej Novej Vsi	12	5
so sídlom v Starej Ľubovni	5	0
so sídlom vo Svidníku	6	0
so sídlom v Trebišove	5	0
so sídlom v Trenčíne	28	6
so sídlom v Topoľčanoch	25	1

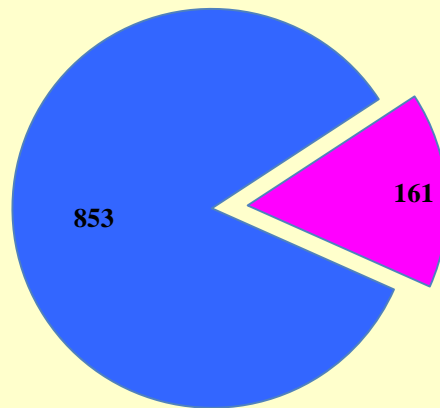
so sídlom v Trnave	28	6
so sídlom vo Veľkom Krtíši	15	0
so sídlom vo Vranove nad Topľou	18	0
so sídlom vo Zvolene	18	1
so sídlom v Žiari nad Hronom	13	3
so sídlom v Žiline	14	10

**Graf č. 1 Počet zariadení, v ktorých bol vykonaný cieľový ŠZD príslušným RÚVZ SR**



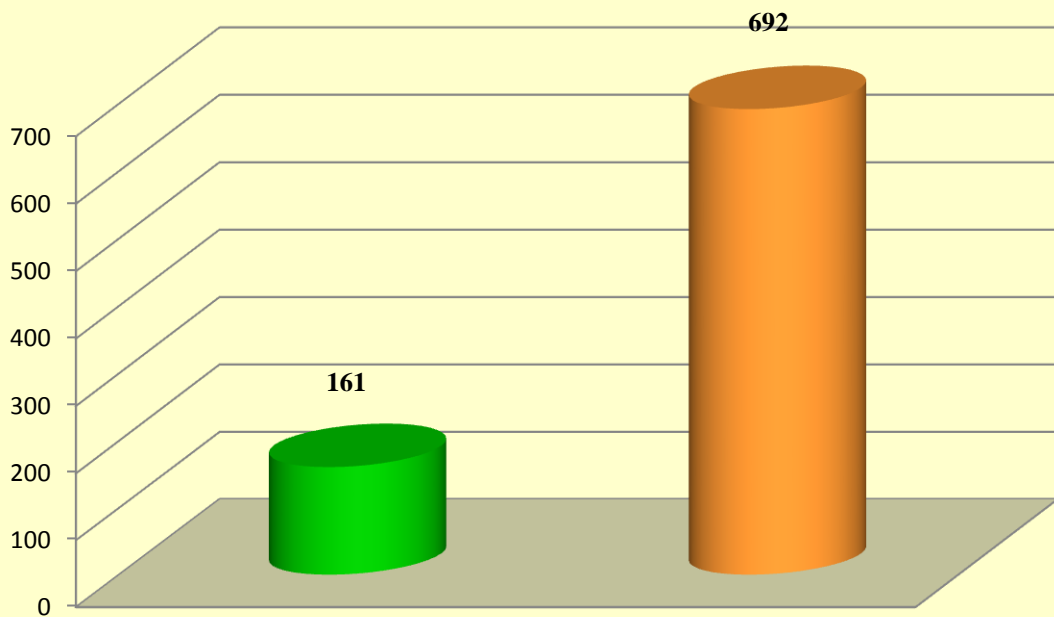
**Graf č. 2 Porovnanie počtu zariadení, v ktorých bol vykonaný ŠZD s počtom zariadení v ktorých bola prítomná marketingová propagácia**

- Počet zariadení, v ktorých bol vykonaný cieľový ŠZD
- Počet zariadení s prítomnosťou marketingu a reklamy



**Graf č. 3 Porovnanie počtu zariadení s dokázanou prítomnosťou marketingu s počtom zariadení bez prítomnosti marketingu**

- Počet zariadení s prítomnosťou marketingu a reklamy
- Počet zariadení bez prítomnosti marketingu a reklamy



## Záver

V rámci cieleného štátneho zdravotného dozoru, zameraného na **monitoring prítomnosti marketingu a reklamy adresovaných deťom a mládeži (24.10.2016 - 8.11.2016)**, bolo odbornými pracovníkmi všetkých RÚVZ v SR vykonaných **853** kontrol v zariadeniach pre deti a mládež (Tab.1 a Graf č. 1). Mimoriadne kontroly sa vykonávali najmä v zariadeniach s ambulantnou formou predaja na základných a stredných školách a v priestoroch, určených na športové aktivity v rámci mimoškolskej záujmovej činnosti.

**Dokázaná prítomnosť** marketingu a reklamy na nezdravé potraviny a nápoje, adresovaná deťom, bola v 161 zariadeniach, čo je **18,87 %** (Graf č.2). Propagačné materiály a reklamy v rámci vybavenosti prevádzky boli hlavne od firiem Coca - Cola, Kofola, Chips, Algida, Pepsi-cola, Twix, Orion, Nestea a JACOBS vo forme letákov, plagátov a nálepiek.

Počet zariadení **bez prítomnosti** marketingu a reklamy bolo 692, čo tvorí **81,13 %** (Graf č.3).

Pracovníci RÚVZ na oddeleniach hygieny detí a mládeže upozorňujú na problémy v našich školských zariadeniach. Je dôležité vyzdvihnúť, že skoro všetky školy iniciatívne realizujú veľké množstvo zdravotno-výchovných aktivít na podporu zdravého životného štýlu a zdravie podporujúcej výživy. Avšak prevádzkovatelia bufetov (prevádzkovaných fyzickými osobami – podnikateľmi alebo právnickými osobami) aj napriek intervenciám znížiť predaj nezdravých potravín s vysokým obsahom soli, tukov a cukrov, zásobujú naďalej takýmito potravinami svoje bufety. V takýchto bufetoch bol zaznamenaný minimálny predaj cereálnych tyčínok a iných cereálnych výrobkov, ovocia, zeleniny a jogurtov.

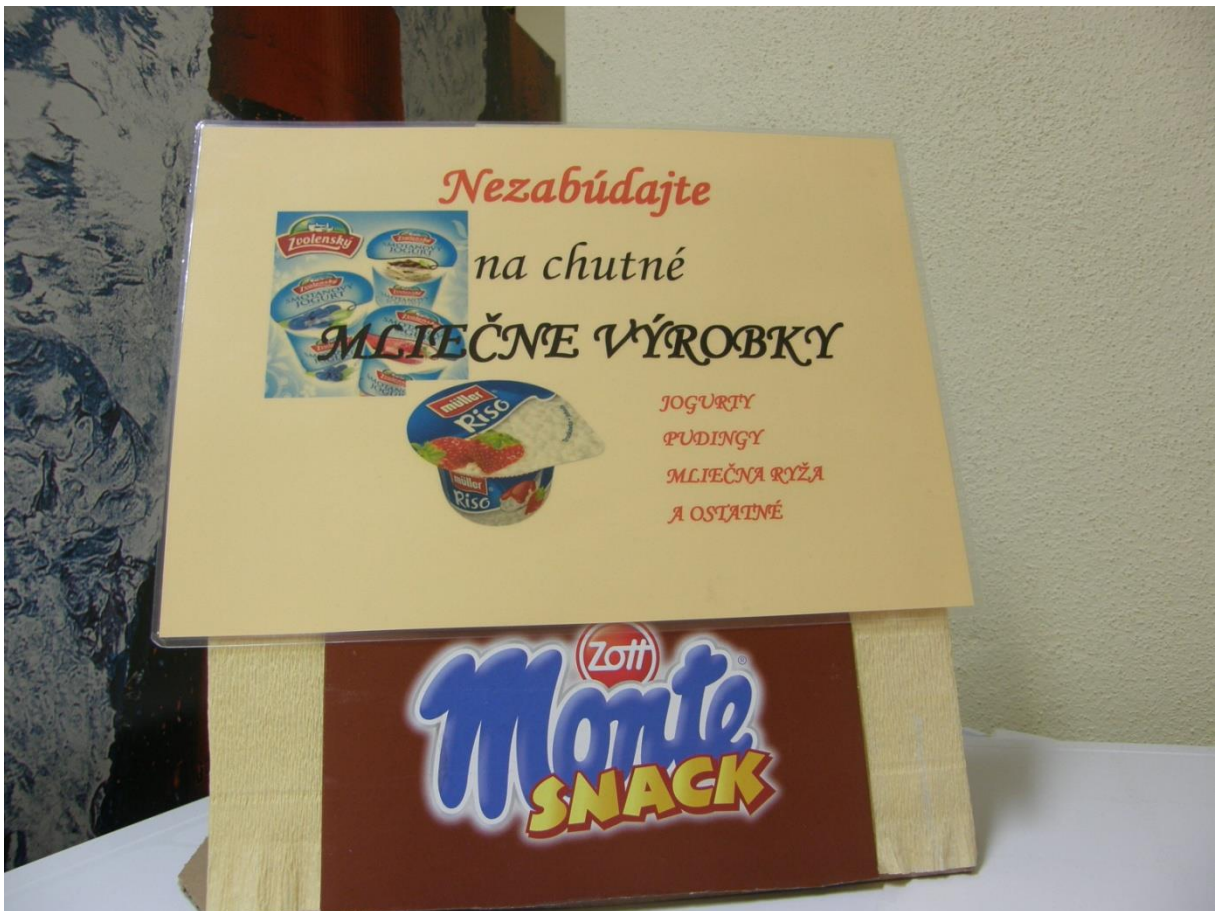
Svetová zdravotnícka organizácia čoraz viac varuje spoločnosť pred škodlivosťou a dôsledkami pôsobenia marketingu, cieleného na deti. Komerčný marketing má stále čoraz väčší negatívny dopad na detskú obezitu, nezdravé stravovanie, zlý fyzický stav, psychiku a materialistický prístup. Reklama sa dnes nachádza všade a nie je možné úplne chrániť deti pred jej vplyvom. Na druhej strane by deti nemali byť zneužívané pre komerčné účely. Deti by mali mať právo na ochranu pred rizikami a nebezpečenstvom, ktorému nemajú možnosť dokonale porozumieť jej obsahu a posúdiť jej pravdivosť, preto jej nemôžu byť vystavené v takej miere ako dospelí. Postupne začínajú vznikať návrhy opatrení, akým spôsobom možno reklamu cielenú na deti regulovať a jej negatívny dopad na deti znížiť.

Príloha - Fotodokumentácia

















Mgr. RNDr. MUDr. Ján Mikas, PhD., MPH, MHA  
hlavný hygienik Slovenskej republiky