

УДК 006.35

С.А. Криськова, Т.О. Лісовська, к.т.н., доцент, Л.П. Криськова
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СВІТ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ У РЕКЛАМІ

S. Kryskova, T. Lisovska, Ph.D., Assoc. Prof., L. Kryskova
THE WORLD OF FOOD PRODUCTS IN ADVERTISING

На даний час, час пандемії COVID-19 та умов воєнного часу, мережа інтернет переповнена рекламою харчових продуктів. Сама реклама містить наукові факти і докази, переконливі слова, результати останніх наукових досліджень, підтвердження безперечної якості та користі харчового продукту. З розвитком маркетингової стратегії виробникам харчових продуктів стає все важче і важче вразити потенційних споживачів, зацікавити їх та виділитися між конкурентами. Адже реклама продуктів харчування суттєво впливає на вибір споживачів. І тому виробники використовують креативну концепцію, привабливу та зрозумілу пропозицію, щоб отримати прибуток. Втім, часто реклама спонукає споживача до придбання невідповідного рекламованій якості товару, в тому числі і харчових продуктів.

Тому, важливо пам'ятати, що окрім якісного оформлення, реклама повинна відповідати нормам чинного законодавства.

Закон «Про рекламу» визначає рекламу як інформацію про товар, яка розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб, і призначену сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо того чи іншого товару. Згідно статті 7 цього закону **принципами реклами є:**

1. Основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди.
2. Реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції.
3. Реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності.
4. Реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди [1].

Крім того, виробник повинен надавати всю інформацію про той чи інший харчовий продукт.

Саме законодавство України щодо надання споживачам інформації про харчові продукти базується на положеннях Конституції України, Закону «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», законів України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин», «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації» та інших актів законодавства, що містять положення щодо надання споживачам інформації про харчові продукти [2].

Слід виділити закон «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», основною метою якого є забезпечення належної поінформованості споживачів про харчові продукти. Його дія поширюється на рекламу харчових продуктів. Він покликаний привести українське законодавство у відповідність до норм ЄС, а також підвищує рівень поваги до споживача [3].

Згідно цього Закону, інформація про харчовий продукт не повинна вводити в оману споживача, зокрема щодо:

1) характеристик харчового продукту, у тому числі його категорії, характерних ознак, властивостей, складу, кількості, мінімального терміну придатності або дати «вжити до», країни походження або місця походження, способу виробництва (виготовлення);

2) приписування харчовому продукту непритаманних йому властивостей або наслідків споживання;

3) особливих характеристик харчового продукту, якщо аналогічні харчові продукти мають такі самі характеристики, зокрема шляхом підкреслення факту наявності або відсутності певних інгредієнтів та/або поживних речовин;

4) припущення за допомогою зовнішнього вигляду продукту, опису або графічних зображень про наявність у харчовому продукті певного компонента або інгредієнта, якщо насправді компонент або інгредієнт, який зазвичай присутній або використовується у даному харчовому продукті, замінено іншим компонентом або інгредієнтом [4].

Згідно статті 6 «Перелік обов'язкової інформації про харчові продукти» названого закону обов'язковою для надання є така інформація: назва харчового продукту; перелік інгредієнтів; будь-які інгредієнти або допоміжні матеріали для переробки; кількість певних інгредієнтів або категорій інгредієнтів у випадках, передбачених цим Законом; кількість харчового продукту в установлених одиницях вимірювання; мінімальний термін придатності або дата "вжити до"; будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання (за потреби); найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, відповідального за інформацію про харчовий продукт, а для імпортованих харчових продуктів - найменування та місцезнаходження імпортера; країна походження або місце походження; інструкції з використання - у разі якщо відсутність таких інструкцій ускладнює належне використання харчового продукту; для напоїв із вмістом спирту етилового понад 1,2 відсотка об'ємних одиниць - фактичний вміст спирту у напої (крім продукції за кодом 2204 згідно з УКТ ЗЕД); інформація про поживну цінність харчового продукту [2].

Виходячи з цього, споживач продуктів харчування, переглядаючи рекламу, повинен бути належним чином проінформований про якість та властивості харчового продукту, який споживає [5]. При цьому виробник повинен пам'ятати про відповідальність за недотримання вимог закону, що тягне за собою накладення штрафу.

Література

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР (Чинний) <https://ips.ligazakon.net/document/Z960270?an=1>

2. Закон України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» від 06.12.2018 № 2639-VIII (Чинний) <https://ips.ligazakon.net/document/t182639?an=1>

3. В Україні запровадять нові правила реклами та маркування харчових продуктів <https://hromadske.ua/posts/v-ukrayini-zaprovadyat-novi-pravila-reklami-ta-markuvannya-harchovih-produktiv>

4. Реклама харчових продуктів у світлі нового законодавства https://jurliga.ligazakon.net/analitics/187263_reklama-kharchovikh-produktiv-u-svtl-novogo-zakonodavstva

5. Реклама харчових продуктів – зміни в законодавстві <https://advocate.lutsk.ua/reklama-kharchovykh-produktiv-zminy-do-z/>