
COMUNICAT DE PRESĂ

10 Octombrie 2008

Pas decisiv în adoptarea Codului etic pentru publicitatea produselor alimentare destinate copiilor

Reprezentanții industriei alimentare din UE și cei ai Federației Mondiale a Advertiserilor au apreciat pozitiv, ieri la Bruxelles, prevederile Codului etic pentru publicitatea produselor alimentare destinate copiilor. Inițiativa lansată de europarlamentarul liberal Magor Csibi dorește să protejeze copii sub 12 ani de practicile de publicitate înșelătoare.

"Majoritatea companiilor producătoare de alimente au apreciat această inițiativă și am convenit să lucrăm împreună pentru crearea unui cod etic, unanim acceptat la nivelul întregii Uniuni. Acordul este un pas înainte, prin care se garantează valabilitatea și aplicarea codul etic pe termen lung", a declarat Magor Csibi.

Eurodeputatul liberal s-a declarat încrezător că va ajunge la un acord și cu reprezentanții industriei alimentare românești, cu care va avea astăzi o nouă rundă de discuții. Întâlnirea este a doua din ciclul consultărilor pe această temă. În urma primei întâlniri, reprezentanții industriei alimentare s-au arătat deschiși spre adoptarea codului etic.

„Odată cu adoptarea în România a noului sistem de etichetare (CZE - cantitate zilnică estimată) am arătat că putem să fim la fel de inovativi ca și ceilalți actori europeni. Cred că liderii industriei românești sunt pregătiți să gândească la fel de progresist și să accepte Codul etic. Am fi primul stat membru care adoptă o reglementare de acest gen. Cu alte cuvinte noi am da tonul în Europa!” a mai susținut vicepreședintele Comisiei de Mediu, Sănătate Publică și Siguranță Alimentară din PE .

Codul etic, redactat împreună cu Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor, a fost inițiat ca reacție la creșterea gradului de obezitate în rândul copiilor- la nivelul UE existând aproximativ 22 de milioane de copii supraponderali, dintre aceștia 5 milioane fiind obezi.