

**ГО “Українська асоціація маркетингу”
за підтримки ЄС та Міжнародного фонду “Відродження”**

КОНФЕРЕНЦІЯ
“СТРАТЕГІЧНІ ВЕКТОРИ НАБЛИЖЕННЯ УКРАЇНИ ДО
ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРАКТИК ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ:
ЗАХИСТ ПРАВ ДІТЕЙ ВІД ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НЕЗДОРОВОЇ ЇЖІ”

19.11.2024

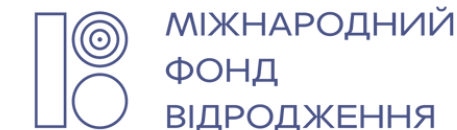
Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу.



ГО “Українська асоціація маркетингу” за підтримки ЄС та Міжнародного фонду “Відродження”

ГАРМОНІЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ РЕГУЛЮВАННЯ МАРКЕТИНГУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ З ЄВРОПЕЙСЬКОЮ ПРАКТИКОЮ ЗАХИСТУ ПРАВ ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ ВІД ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НЕЗДОРОВОЇ ЇЖИ

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу.

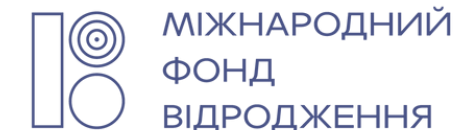


BEST FOOD MAR
CHILDREN

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

за підтримки Європейського Союзу та
Міжнародного фонду «Відродження»
в рамках спільної ініціативи
«Європейське Відродження України»

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу.



ПРОГРАМА КОНФЕРЕНЦІЇ

BEST FOOD MAR
CHILDREN

Програма	
11.00 – 11.10	Відкриття Ірина ЛИЛИК , президентка ГО «Українська Асоціація Маркетингу» Orla TWOMEY , голова Європейського Альянсу зі Стандартів Реклами, виконавчий директор Ради Стандартів Реклами Ірландія (Chairwoman, European Advertising Standards Alliance. Chief Executive, Advertising Standards Authority Ireland) Ольга КВАЩУК , Міжнародний Фонд Відродження
11.10 – 11.20	Презентація основних векторів проєкту Ірина ЛИЛИК
11.20 – 11.30	Дорожня карта наближення регулювання маркетингу харчових продуктів в Україні з європейською практикою захисту прав дітей та підлітків від впливу реклами нездорової їжі. Наталія САВИЦЬКА , зав. кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державний біотехнологічний університет, Олександр ГЛАДУНОВ , віце-президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу»
11.30 – 11.40	Презентація Рекомендацій для національної програми наближення регулювання маркетингу харчових продуктів в Україні з європейською практикою захисту прав дітей та підлітків від впливу реклами нездорової їжі. Олена АНДРІЄНКО , членкиня Наглядової ради ГО «Всеукраїнська рекламна коаліція», заступник директора з правових питань Publicis Groupe Ukraine
Експертне обговорення	
11.40-13.10	Ана-Елена НОНОFF , Associate Vice President (Світова Федерація Рекламодавців) Андрій СКІПАЛЬСЬКИЙ , національний координатор програм з неінфекційних захворювань Бюро ВООЗ в Україні Таїсія КЛОЧКО , Менеджер з питань стратегічного розвитку Американської торгівельної палати в Україні (American Chamber of Commerce Ukraine) Тетяна ГВОЗДЕЦЬКА , головний спеціаліст сектору контролю за рекламою та дотриманням антитютюнового законодавства Головного управління Держпродспоживслужби у Волинській області Олена ЗАПОРОЖСЬКА , Завідувачка відділу профілактики неінфекційних захворювань Центр громадського здоров'я МОЗ України Інна ПАНЧЕНКО керівниця відділу маркетингу ТОВ ТЕРРА Ольга КРАМЧАНІНОВА юрист, торговельна мережа супермаркетів КЛАСС
13.10-14.00	Дискусія
14.00 – 14.10	Підведення підсумків. Закриття заходу

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу».



МІЖНАРОДНИЙ
ФОНД
ВІДРОДЖЕННЯ



ПРЯМУЄМО
РАЗОМ

Місія проєкту

BEST FOOD MAR
CHILDREN

сприяти вступу України в ЄС і входженню до Єдиного ринку

Мета проєкту

BEST FOOD
CHILDREN MARK

сприяння усуненню перепон на шляху України до Єдиного ринку ЄС через гармонізацію української політики регулювання маркетингу харчових продуктів з європейською практикою захисту прав дітей та підлітків від впливу реклами нездорової їжі

ЕКСПЕРТИ ПРОЄКТУ



Ірина ЛИЛИК



**Олександр
ГЛАДУНОВ**



**Наталія
САВИЦЬКА**



Вікторія ЕВЛАШ



Олена АНДРІЄНКО

ПАРТНЕРИ ПРОЄКТУ:

BEST FOOD MAR
CHILDREN



ПРОСУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ, НАДАЮЧИ ДОКЛАДНІ ІНСТРУКЦІЇ ПРО ТЕ, ЯК ЗДІЙСНЮВАТИ САМОРЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМИ НА БЛАГО СПОЖИВАЧІВ ТА БІЗНЕСУ



ГО “ХАРЧУВАННЯ ТА ЯКІСТЬ ЖИТТЯ”

ПРОСУВАННЯ ІДЕЙ, ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ РІШЕНЬ ТА КУЛЬТУРИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА І СПОЖИВАННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЗАРАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СЬОГОДНІЙШНИХ І МАЙБУТНІХ ПОКОЛІНЬ

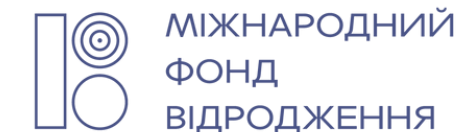


Є ЦЕНТРАЛЬНИМ ОРГАНОМ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ, ЯКИЙ РЕАЛІЗУЄ ДЕРЖАВНУ ПОЛІТИКУ У ПИТАННЯХ БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ЗАХИСТУ СПОЖИВАЧІВ, ЗОКРЕМА ДЕРЖАВНОГО РИНКОВОГО НАГЛЯДУ, ДОТРИМАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ І РЕКЛАМУ.

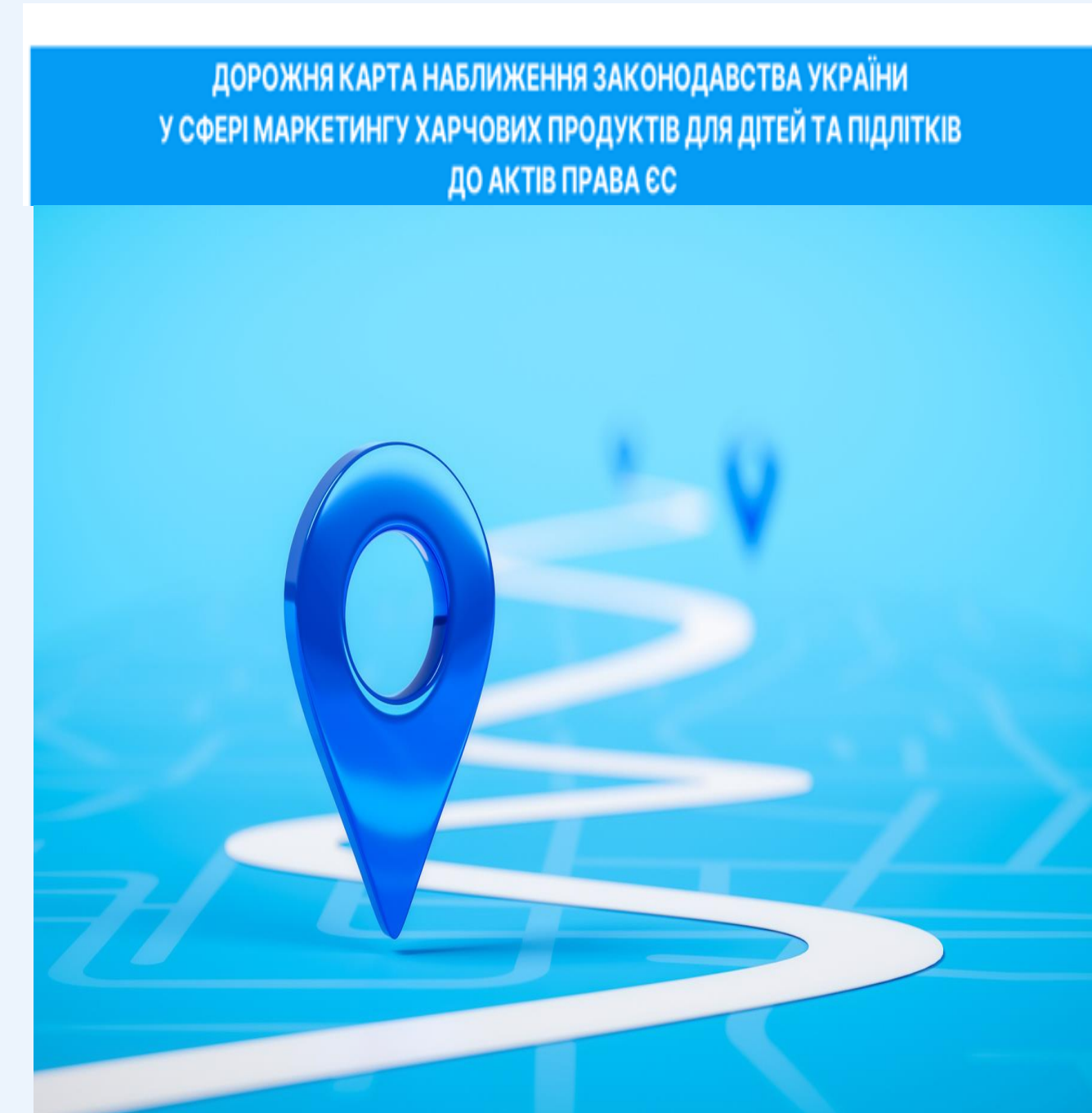
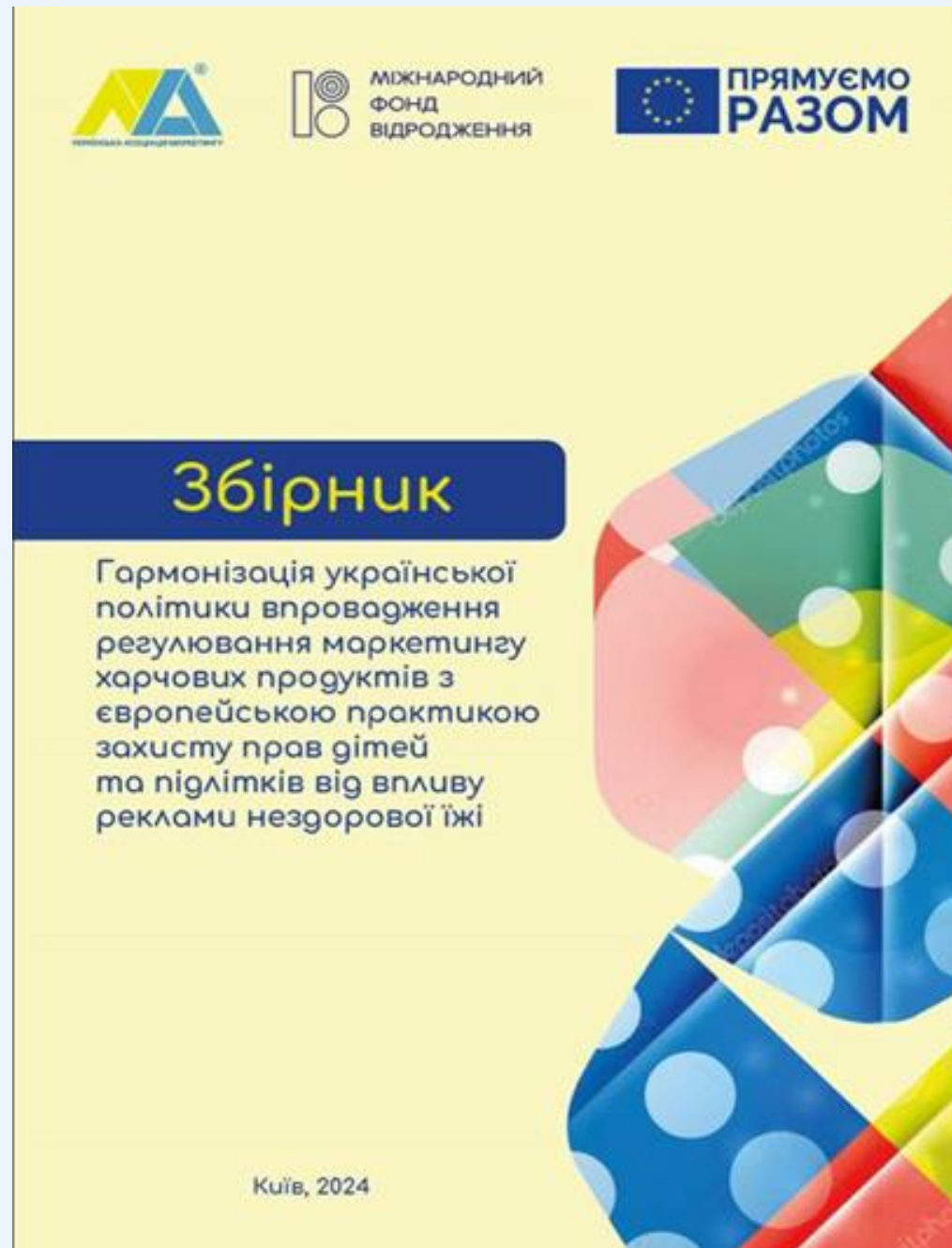
РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЄКТУ



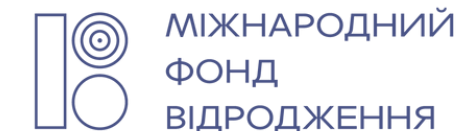
Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу».



РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЄКТУ



Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу».





Здорові діти



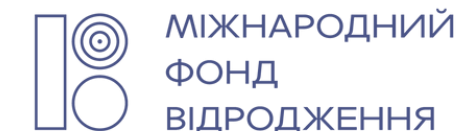
здорове суспільство



здорова планета



Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу.



СВІТОВІ ІНІЦІАТИВИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ



МОДЕЛЬ ПРОФІЛЮ ПОЖИВНИХ РЕЧОВИН

Інструмент для класифікації продуктів харчування відповідно до їхнього поживного складу з метою профілактики захворювань, зміцнення здоров'я, маркування продукції та моніторингу маркетингових практик.

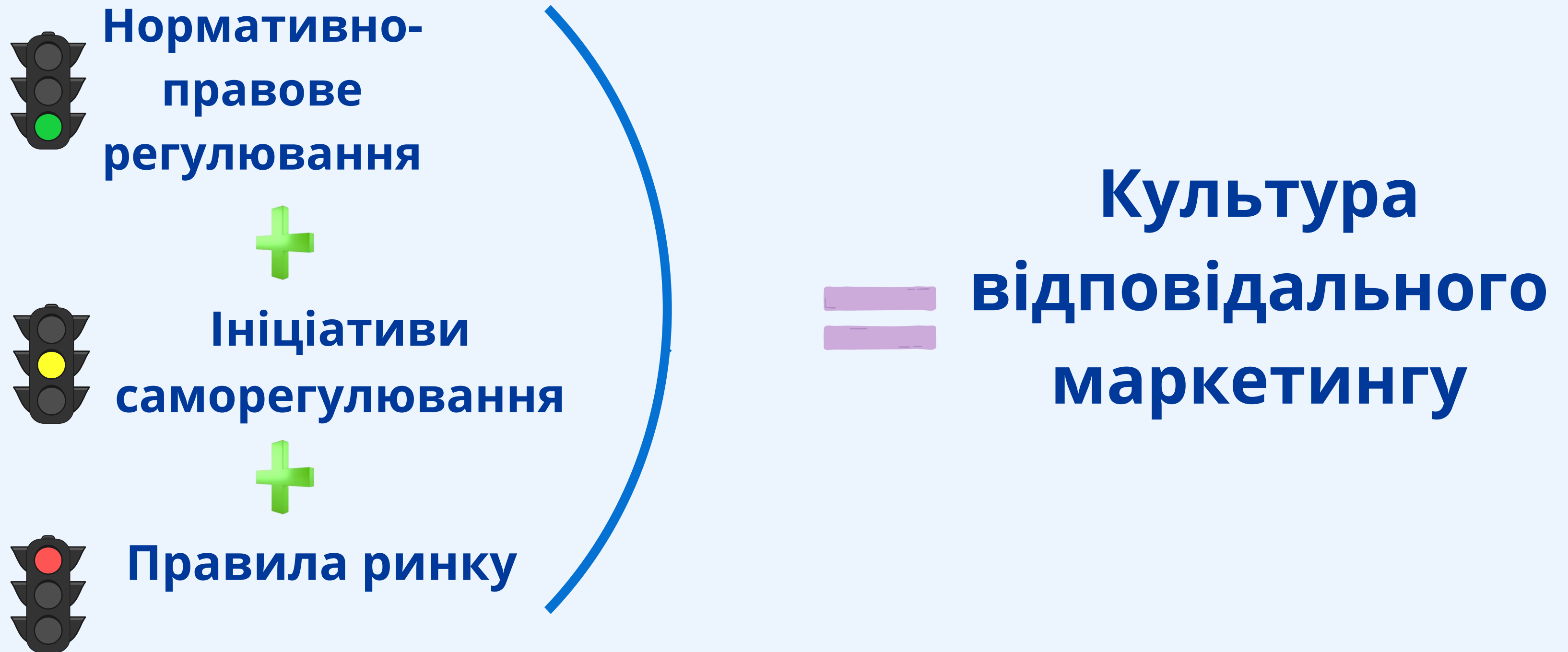


Інші моделі...

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу.



ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОГО FOOD-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ



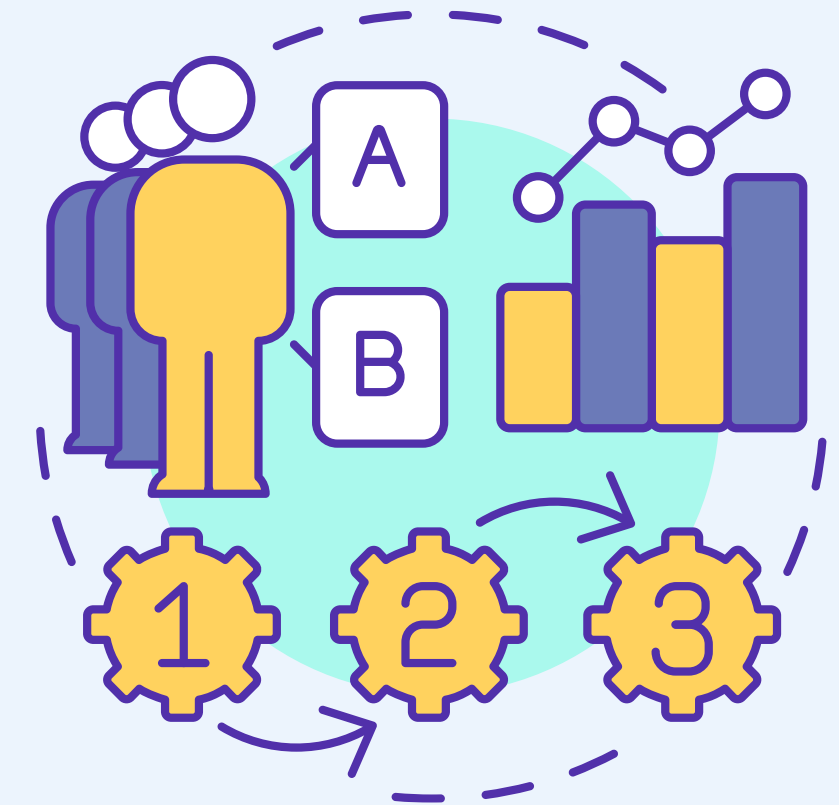
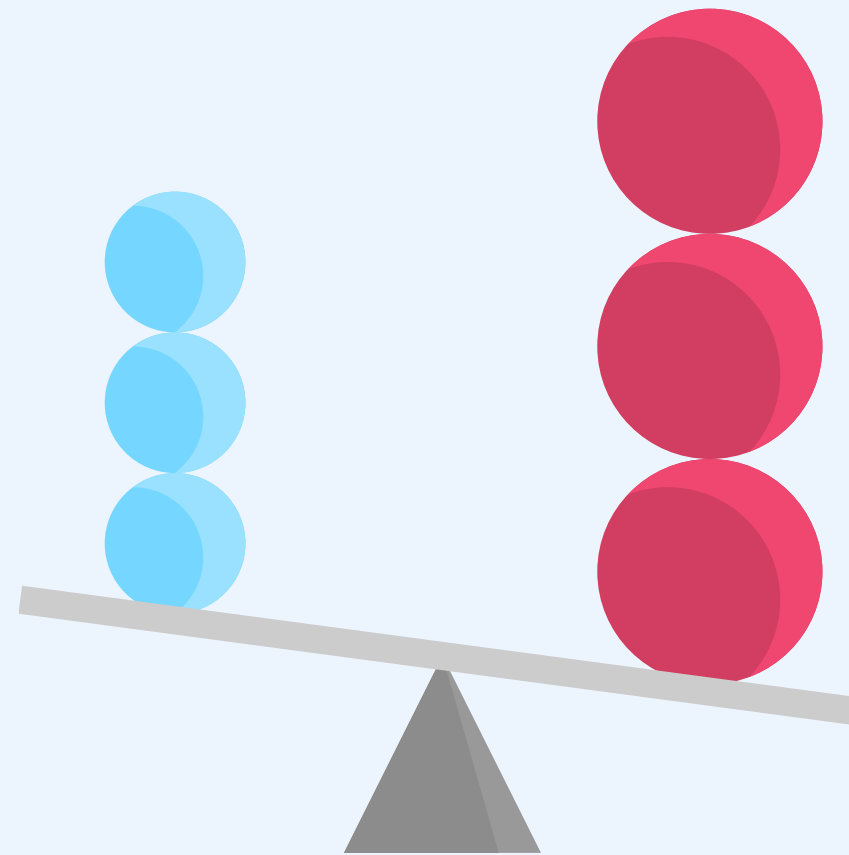
КЛЮЧОВІ СЕНСИ ПРОЄКТУ



Права дітей на:

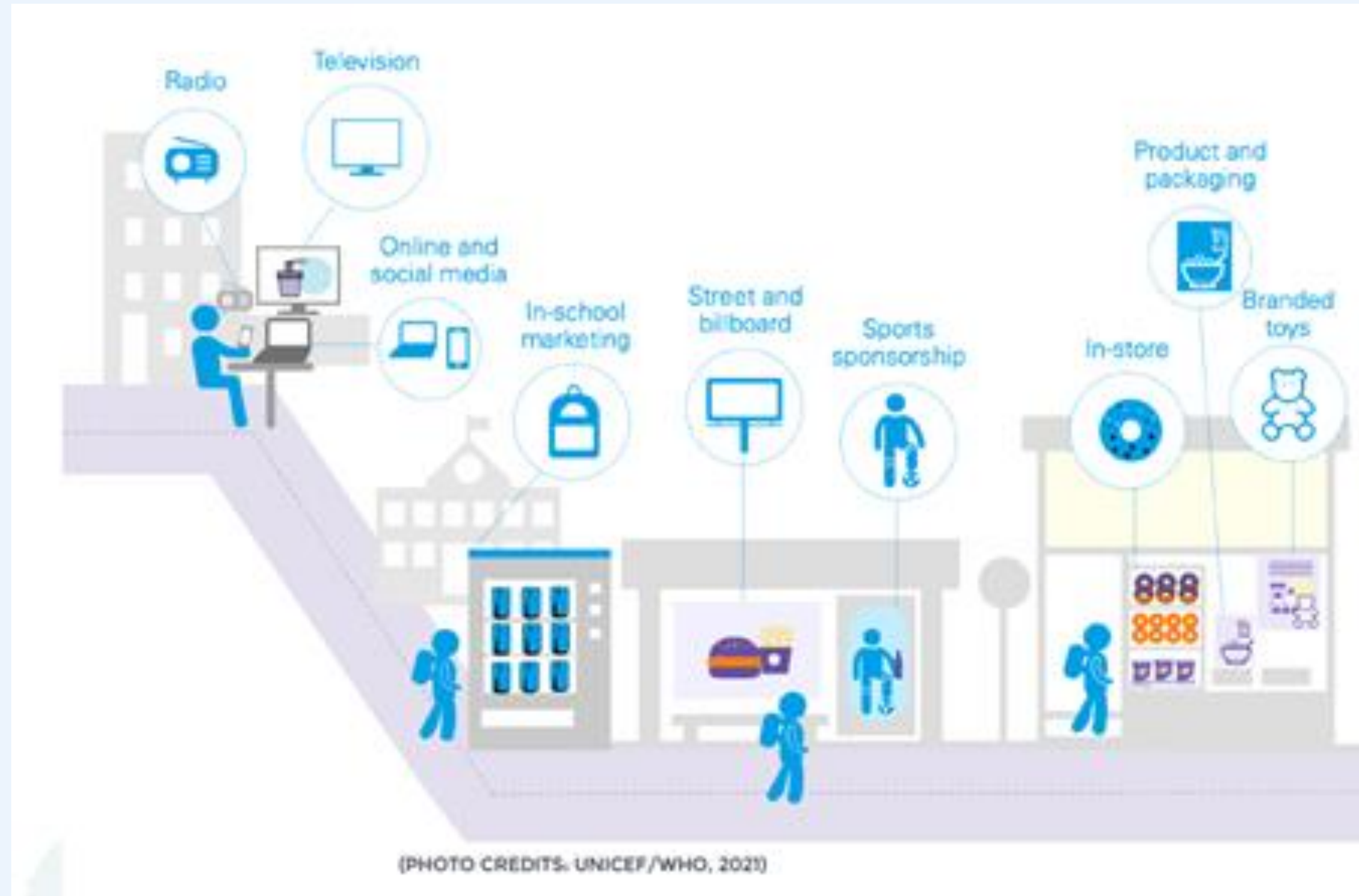
- здорову їжу
- захист від інформації, що шкодить її благополуччю

Інформаційна асиметрія
на емерджентних ринках:
F&B VS Advert.Market

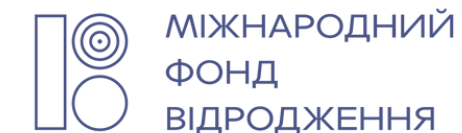


Вибір споживача
залежить від
“здоров’я” харчового
середовища

ЗДОРОВЕ ХАРЧОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ



Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного Фонду «Відродження». Матеріал відображає позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу.



ВІДПОВІДАЛЬНІ МАРКЕТИНГОВІ ПРАКТИКИ В ЕКОСИСТЕМІ РЕКЛАМНОГО РИНКУ

Чіткі правила
маркетингових
комунікацій

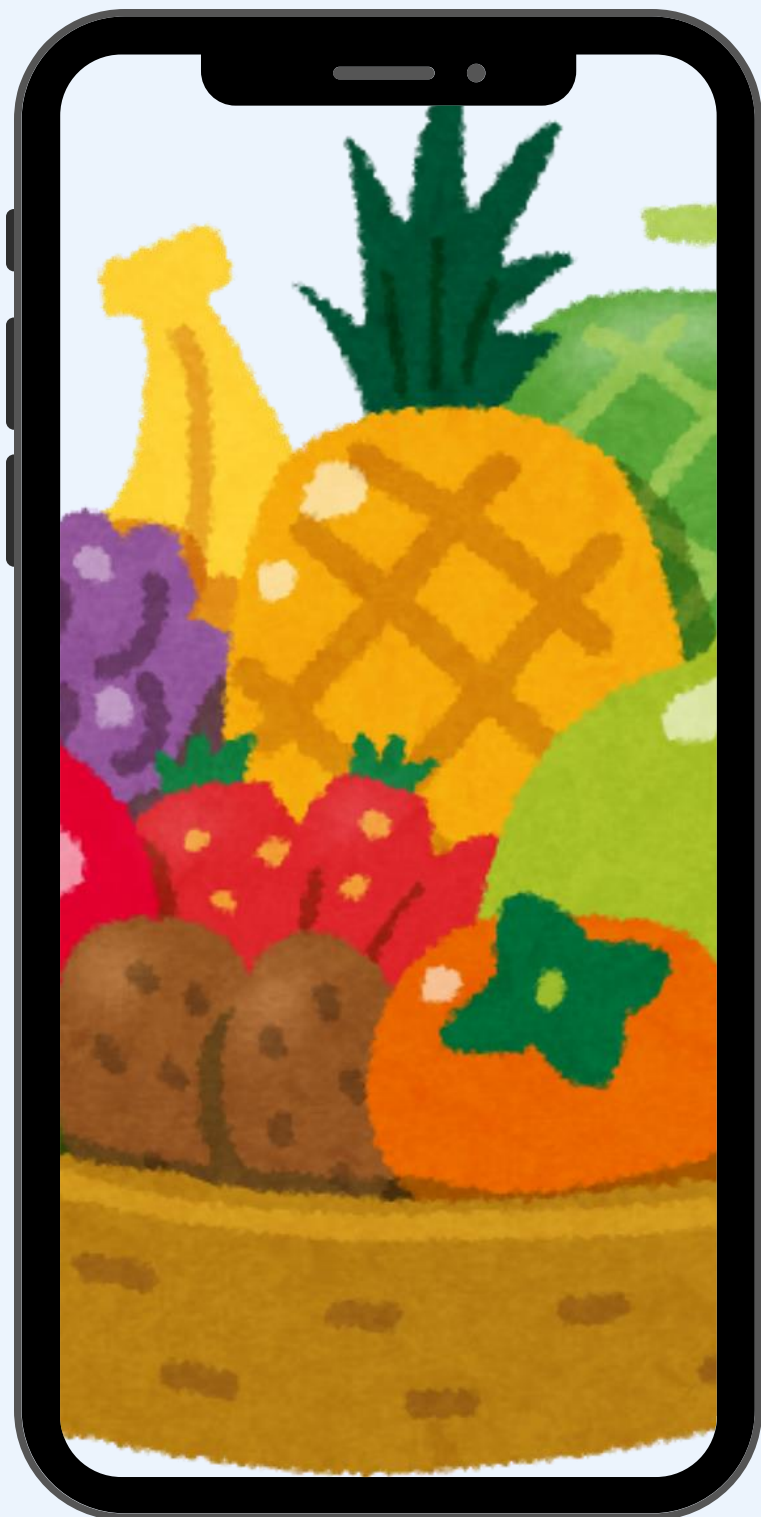
Законодавчі
ініціативи та
акти

Саморегулівна
організація



Підтримка
рекламної
індустрії

Обізнаність
споживача



ЗАХИСТ ПРАВ ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ ВІД ВПЛИВУ РЕКЛАМИ НЕЗДОРОВОЇ ЇЖІ

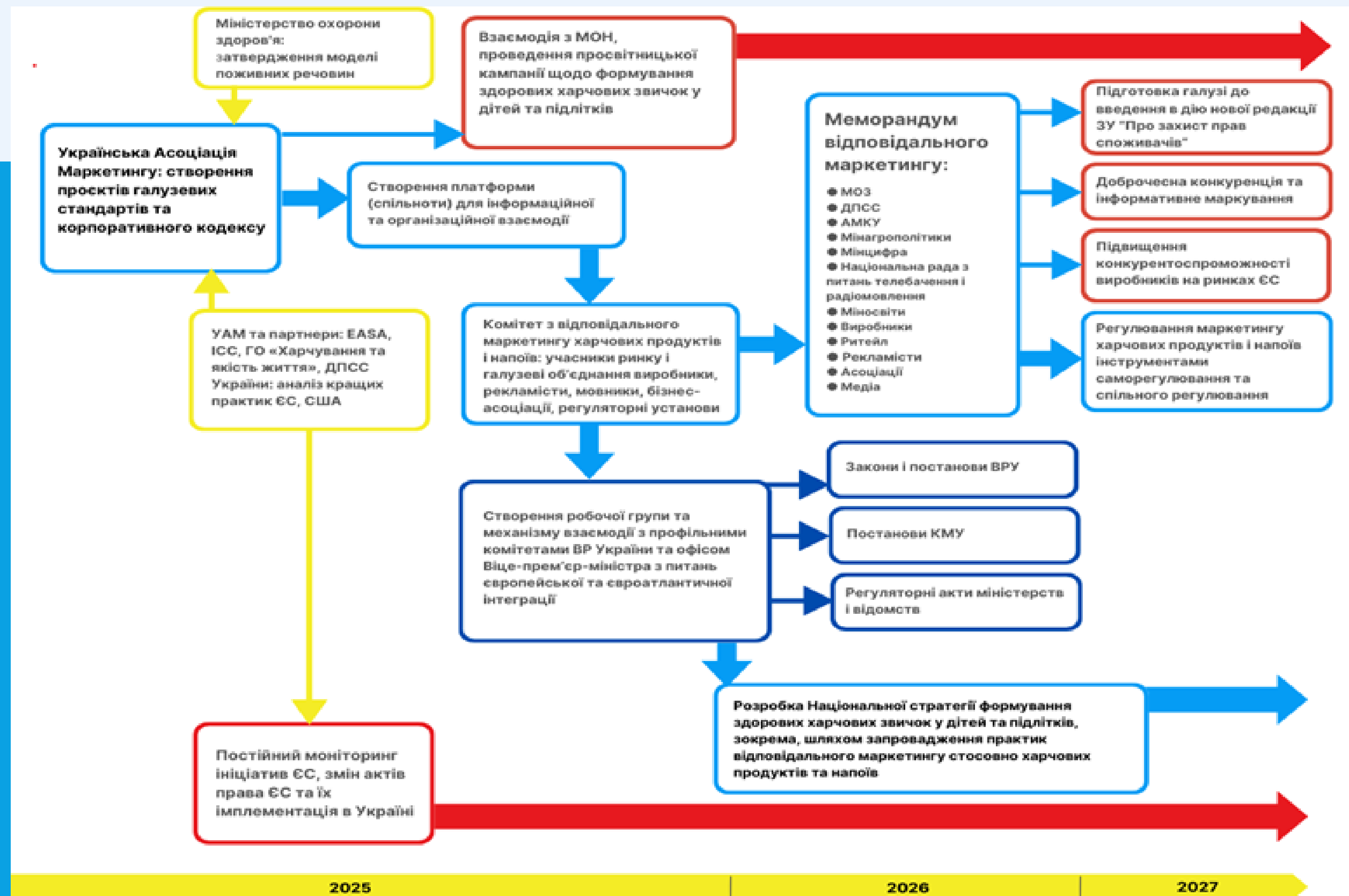
саморегулівні практики на основі європейських правил

моніторинг рецептури харчових продуктів

моніторинг маркетингу нездорових харчових продуктів та напоїв для створення сприятливого харчового середовища

моніторинг та обмеження цифрового маркетингу харчових продуктів HSSF для дітей та підлітків

ДОРОЖНЯ КАРТА З РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАХОДІВ НАБЛИЖЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ ДО АКТІВ ПРАВА ЄС



BEST FOOD MAR
CHILDREN

