



Vodič kroz Prijedlog Zakona o zaštiti djece od pretilosti

Zašto je potreban, što donosi i kako će se primjenjivati

Dražen Gorjanski, Sonja Njunjić
Osijek - Zagreb, srpanj 2026.

Deset najvažnijih poruka ovoga Zakona

1. Zakon ne zabranjuje nijedan prehrambeni proizvod.
2. Zakon ne ograničava slobodu izbora građana.
3. Cilj Zakona je zaštita zdravlja djece.
4. Roditelji zadržavaju pravo odlučivanja o prehrani svoje djece.
5. Zakon uvodi jasnije informacije o prehrambenim proizvodima.
6. Ograničava se marketing usmjeren prema djeci.
7. Potiče se dostupnost zdravijih izbora.
8. Društveno odgovorno poslovanje ostaje moguće, ali bez promidžbe proizvoda djeci.
9. Učinci Zakona pratit će se i vrednovati.
10. Zakon se može nadograđivati na temelju rezultata.

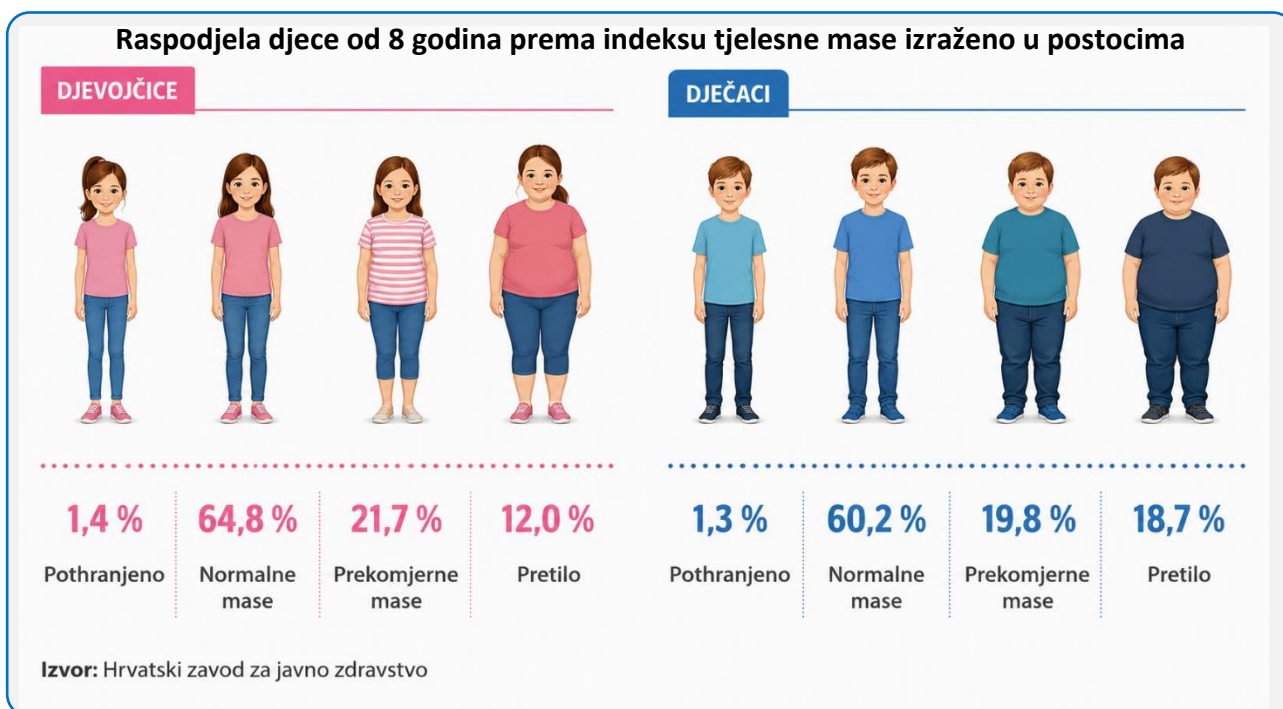
Sadržaj

I. Zašto je ovaj Zakon potreban?	4
1. Dječja pretilost kao jedan od najvećih javnozdravstvenih izazova u Hrvatskoj	4
2. Zašto dosadašnje mjere nisu bile dovoljne?	4
3. Međunarodna iskustva	5
II. Je li debljina povezana sa školskim uspjehom?	6
III. Koja je osnovna namjera Zakona?	7
IV. Što ovaj Zakon jest, a što nije?	8
V. Zašto su odabrane upravo ove mjere?	9
4.1. Zdravstveno označavanje prehrambenih proizvoda	9
4.2. Ograničavanje marketinga usmjerenog prema djeci	9
4.3. Škole i druge odgojno-obrazovne ustanove	10
4.4. Javne ustanove u kojima djeca redovito borave	10
4.5. Dostupnost zdrave hrane	10
4.6. Pitka voda	11
4.7. Praćenje učinaka Zakona	11
VI. Najčešća pitanja o Prijedlogu Zakona	12
1. Zabranjuje li ovaj Zakon čokoladu, gazirana pića ili drugu hranu?	12
2. Hoće li pojedini proizvodi nestati iz trgovina?	12
3. Oduzima li ovaj Zakon roditeljima pravo odlučivanja o prehrani njihove djece?	12
4. Zašto se uređuje marketing usmjeren prema djeci?	12
5. Smije li prehrambena industrija i dalje sponzorirati dječje aktivnosti?	12
6. Zašto se ovim Zakonom ne uvodi porez na prehrambene proizvode?	12
7. Zašto se uvodi upozoravajuće označavanje proizvoda?	13
8. Zašto se ne koristi Nutri-Score?	13
9. Zašto se ograničenja odnose samo na određene proizvode?	13
10. Zašto se Zakon ne bavi tjelesnom aktivnošću djece?	13
11. Hoće li ovaj Zakon riješiti problem dječje pretilosti?	13
VII. Zašto su mjere iz ovoga Zakona razmjerne?	14
VIII. Što možemo očekivati?	16
IX. Kako je reagirala prehrambena industrija?	17
X. Završna poruka	18

I. Zašto je ovaj Zakon potreban?

1. Dječja pretilost kao jedan od najvećih javnozdravstvenih izazova u Hrvatskoj

Prije četrdesetak godina približno je svako peto dijete u Hrvatskoj imalo prekomjernu tjelesnu masu ili debljinu. Danas taj problem ima **36,1 % djece**. U samo jednoj generaciji učestalost se povećala za više od **60 %**.



Hrvatska se zbog toga ubraja među europske zemlje s najvećim udjelom djece koja žive s prekomjernom tjelesnom masom ili debljinom.

Zbog toga dječja pretilost više nije samo pitanje pojedinačnih prehrambenih navika nego ozbiljan javnozdravstveni problem koji zahtijeva sustavan odgovor društva.

2. Zašto dosadašnje mjere nisu bile dovoljne?

Ovaj Prijedlog Zakona nije nastao zato što u Hrvatskoj nije bilo nikakvih aktivnosti na području prevencije debljine. Naprotiv, posljednjih godina doneseni su važni strateški i fiskalni dokumenti i mjere. Ovaj Prijedlog Zakona predstavlja njihov logičan nastavak i nadopunu uspostavljanjem cjelovitog zakonodavnog okvira za stvaranje zdravijeg prehrambenog okruženja djece.

Jedan od razloga jest činjenica da prehrambene odluke djece i njihovih roditelja ne ovise isključivo o znanju ili dobroj volji. Na njih svakodnevno utječu **dostupnost hrane, način**

Pretilost u dječjoj dobi povezana je s povećanim rizikom razvoja šećerne bolesti tipa 2, visokog tlaka, poremećaja metabolizma masti, masne bolesti jetre i bolesti mišićno koštanog sustava. Pretilost može značajno utjecati na psihičko zdravlje djece, njihovo samopouzdanje, društvene odnose i kvalitetu života.

označavanja proizvoda, intenzitet marketinga, cijena, raspored proizvoda u prodaji, društvene norme i brojni drugi čimbenici koji zajedno čine prehrambeno okruženje.

Zbog toga suvremene javnozdravstvene politike sve manje odgovornost stavljaju isključivo na pojedinca, a sve više nastoje **stvoriti okruženje u kojemu je zdrav izbor jednostavniji i lakši.**

3. Međunarodna iskustva

Posljednjih desetak godina sve veći broj država počeo je uvoditi zakonodavne mjere kojima nastoji poboljšati prehrambeno okruženje djece.

Takve mjere uključuju, među ostalim, jasno označavanje prehrambenih proizvoda na prednjoj strani ambalaže, ograničavanje marketinga usmjerenog prema djeci, unapređenje prehrambenog okruženja u školama i drugim javnim ustanovama, poticanje reformulacije prehrambenih proizvoda te, u pojedinim državama, porezne mjere usmjerene na smanjenje potrošnje proizvoda s visokim udjelom šećera.

Čile je 2016. postao prva zemlja koja je istodobno uredila upozoravajuće označavanje prehrambenih proizvoda, marketing usmjeren prema djeci i prehrambeno okruženje u školama. Danas se čileanski model smatra jednim od najutjecajnijih primjera suvremene javnozdravstvene politike u području prevencije dječje pretilosti.

Prijedlog ovoga Zakona slijedi upravo takav pristup. Njegov cilj nije zabraniti pojedine prehrambene proizvode niti ograničiti slobodu izbora građana, nego uspostaviti uravnotežen sustav mjera kojima će se roditeljima i djeci **omogućiti donošenje informiranijih prehrambenih odluka te postupno stvoriti zdravije prehrambeno okruženje.**

Dječja pretilost ne može se riješiti jednom mjerom niti jednim zakonom. Međutim, iskustva brojnih država pokazuju da je stvaranje zdravijeg prehrambenog okruženja jedan od važnih preduvjeta uspješne prevencije. Upravo je to osnovni cilj ovoga Prijedloga Zakona.

II. Je li debljina povezana sa školskim uspjehom?

Postoji jasna i dokazana povezanost između dječje debljine i slabijeg školskog uspjeha. Brojna velika istraživanja, uključujući opsežne analize organizacija poput OECD i europske inicijative za praćenje debljine CroCOSI (HZJZ), potvrđuju da djeca s prekomjernom tjelesnom masom u prosjeku postižu lošije rezultate u školi od svojih vršnjaka s normalnom masom.

Znanstvenici naglašavaju da pretilost ne utječe na djetetovu urođenu inteligenciju, već stvara niz bioloških, psiholoških i socijalnih **prepreka koje ometaju učenje**. Ova se povezanost u stručnoj literaturi objašnjava kroz četiri ključna faktora:

1. Psihološki pritisak i vršnjačko nasilje

- Nisko samopouzdanje: Djeca s debljinom češće pate od loše slike o vlastitom tijelu, tjeskobe i depresije, što izravno smanjuje njihovu motivaciju za sudjelovanje u nastavi.
- Izloženost bullyingu: Prema podacima OECD istraživanja, djeca s pretilošću (posebice djevojčice) znatno su češće meta zadirkivanja i maltretiranja u školi, što dovodi do emocionalnog stresa i slabije usmjerenosti na gradivo.

2. Česti izostanci s nastave (apsentizam)

- Zdravstveni problemi: Djeca s pretilošću češće izbjavaju iz škole zbog pregleda, bolesti ili opće slabosti.
- Izbjegavanje škole: Zbog straha od stigmatizacije ili srama (ponajviše u danima kada imaju nastavu tjelesnog odgoja), ova djeca češće izbjegavaju nastavu, čime propuštaju važne lekcije.

Nakon uvođenja zakona u Čileu došlo je do statistički značajnog pada konzumacije ključnih štetnih nutrijenata. Kod mlađe školske djece, **udio šećera u ukupnom dnevnom energetske unosu pao je s 27,2% na 15,4%** (pad za čak 11,8 postotnih bodova). Kod adolescenata je udio šećera pao za **5,3** postotna boda

3. Biološki faktori i poremećaji spavanja

- Apneja i umor: Pretilost je usko povezana s poremećajima spavanja, poput opstruktivne apneje (kratkotrajnog prekida disanja u snu). Zbog loše kvalitete sna, djeca na nastavu dolaze kronično umorna, što smanjuje njihovu koncentraciju, radnu memoriju i izvršne funkcije mozga.

4. Nesvjesna pristranost nastavnika

- Niža očekivanja: Neke su studije otkrile prisutnost podsvjesnih predrasuda kod pojedinih pedagoga. Djeca s pretilošću ponekad se pogrešno doživljavaju kao "manje motivirana" ili "lijenija", zbog čega im se nesvjesno daju niže ocjene ili manja podrška.

Statistike pokazuju da djeca s normalnom težinom imaju oko 13 % veću vjerojatnost da će prijaviti odličan školski uspjeh u usporedbi s vršnjacima koji se bore s pretilošću.

III. Koja je osnovna namjera Zakona?

Prilikom izrade ovoga Prijedloga Zakona postavljeno je jedno temeljno pitanje: na koji se način može učinkovito pridonijeti smanjenju dječje pretilosti, a da se pritom ne ograničavaju osobne slobode građana niti zabranjuju pojedini prehrambeni proizvodi?

Odgovor na to pitanje predstavlja i osnovnu namjeru ovoga Zakona.

Prijedlog Zakona ne zabranjuje proizvodnju, prodaju niti konzumaciju bilo kojeg prehrambenog proizvoda. Nijedan proizvod neće nestati s polica trgovina, niti će građanima biti uskraćena mogućnost odlučivanja o vlastitoj prehrani ili prehrani svoje djece.

Jednako tako, ovaj Zakon ne propisuje što građani smiju, a što ne smiju jesti. Izbor prehrane ostaje osobna odgovornost svakog pojedinca i svake obitelji. Roditelji i dalje samostalno odlučuju o prehrani svoje djece, a država tom odlukom ne upravlja niti je zamjenjuje.

Temeljna svrha ovoga Zakona nije ograničavanje slobode izbora, **nego stvaranje okruženja u kojemu će zdraviji izbor biti jednostavniji, dostupniji i bolje informiran.**

Utvrđeno je da je nakon uvođenje zakona u Čileu izloženost predškolske djece i adolescenata reklamama za proizvode s visokim udjelom kalorija, zasićenih masti, šećera ili soli **značajno pala**. Posebno je zabilježen pad od **35% do 52% u oglasima koji koriste crtan likova i maskote**.

Drugim riječima, ovim se Zakonom ne nastoji mijenjati ponašanje građana zabranama, nego **stvaranjem uvjeta koji će olakšati donošenje informiranih i zdravijih prehrambenih odluka.**

Takav pristup danas predstavlja jedno od temeljnih načela suvremenih javnozdravstvenih politika. Umjesto da odgovornost za prehranu u cijelosti prebacuje na pojedinca, suvremena javnozdravstvena politika nastoji oblikovati okruženje u kojemu će zdrav izbor biti lakši, a izloženost djece čimbenicima koji potiču nezdravu prehranu manja.

Upravo zbog toga ovaj Prijedlog Zakona uređuje područja koja značajno utječu na prehrambene odluke djece i njihovih roditelja, kao što su:

- jasno i razumljivo označavanje prehrambenih proizvoda,
- marketing usmjeren prema djeci,
- sponzorstva i promotivne aktivnosti,
- prehrambeno okruženje u javnim ustanovama u kojima djeca redovito borave,
- dostupnost pitke vode i zdravijih prehrambenih izbora,
- praćenje provedbe mjera i njihovih učinaka.

Nijedna od navedenih mjera sama po sebi ne može riješiti problem dječje pretilosti. Međutim, njihova istodobna primjena može postupno pridonijeti stvaranju zdravijeg prehrambenog okruženja i smanjenju čimbenika koji povećavaju rizik razvoja debljine među djecom.

Ovaj Prijedlog Zakona stoga nije usmjeren protiv pojedinih proizvođača niti protiv pojedinih prehrambenih proizvoda. Njegov je cilj uspostaviti uravnotežen zakonodavni okvir koji će **istodobno štiti javno zdravlje, omogućiti informirani izbor potrošača i očuvati slobodu tržišta u granicama zaštite najboljeg interesa djeteta.**

IV. Što ovaj Zakon jest, a što nije?

Ovaj Zakon jest	Ovaj Zakon nije
Zakon o zaštiti zdravlja djece	Zakon koji zabranjuje hranu
Zakon koji poboljšava informiranost potrošača	Zakon koji određuje što građani smiju jesti
Zakon koji uređuje marketing usmjeren prema djeci	Zakon protiv prehrambene industrije
Zakon koji stvara zdravije prehrambeno okruženje	Zakon koji roditeljima oduzima pravo odlučivanja
Zakon koji potiče zdravije izbore	Zakon koji ograničava slobodu izbora odraslih građana

V. Zašto su odabrane upravo ove mjere?

Nijedna pojedinačna mjera ne može sama riješiti problem dječje pretilosti. Upravo zato ovaj Prijedlog Zakona ne temelji se na jednom rješenju, nego na međusobno povezanim mjerama koje zajedno doprinose stvaranju zdravijeg prehranbenog okruženja.

1. Zdravstveno označavanje prehrambenih proizvoda

Većina potrošača prehrambene odluke donosi u vrlo kratkom vremenu. Iako su podaci o nutritivnom sastavu proizvoda već danas obvezni na ambalaži, oni su često napisani sitnim slovima, prikazani u tabličnom obliku i mnogim građanima teško razumljivi.

Zbog toga ovaj Prijedlog Zakona predviđa uvođenje jednostavnog upozoravajućeg označavanja na prednjoj strani ambalaže za proizvode koji sadrže povećane količine šećera, soli ili zasićenih masti.

Cilj ove mjere nije označiti pojedine proizvode kao „zabranjene“ ili „nezdrave“, nego potrošačima omogućiti da **već pri prvom pogledu** na proizvod dobiju jasnu i razumljivu informaciju koja će im pomoći pri donošenju informirane odluke.



2. Ograničavanje marketinga usmjerenog prema djeci

Djeca predstavljaju jednu od najosjetljivijih skupina potrošača. Brojna istraživanja pokazuju da su djeca posebno podložna utjecaju televizijskog oglašavanja, digitalnog marketinga, društvenih mreža, promotivnih igara, maskota, influencera i drugih oblika komercijalne komunikacije.

Zbog toga ovaj Prijedlog Zakona ne ograničava marketing općenito, nego samo marketing prehrambenih proizvoda koji ne zadovoljavaju propisane prehrambene kriterije kada je usmjeren prema djeci.

Primjer iz prakse

Sportska natjecanja za djecu često imaju komercijalne sponzore iz prehrambene industrije. Ovaj Zakon ne zabranjuje financiranje dječjeg sporta. Njegov je cilj spriječiti da sportska natjecanja postanu sredstvo promidžbe prehrambenih proizvoda djeci.

Primjer: [Fotogalerija Coca-Cola Cupa \(Sportske igre mladih\)](#)

Cilj nije ograničiti slobodu tržišnog natjecanja, nego **smanjiti izloženost djece marketinškim porukama** koje mogu utjecati na njihove prehrambene navike u dobi kada još nemaju razvijenu sposobnost kritičkog procjenjivanja komercijalnih sadržaja.

3. Škole i druge odgojno-obrazovne ustanove

Škole i predškolske ustanove imaju važnu ulogu u promicanju zdravih životnih navika. Djeca u njima provode značajan dio dana, zbog čega upravo ta okruženja trebaju biti mjesta u kojima prevladavaju obrazovni i zdravstveni interesi.

Zbog toga Prijedlog Zakona uređuje prehrambeno okruženje u odgojno-obrazovnim ustanovama i ograničava komercijalnu komunikaciju za prehrambene proizvode obuhvaćene ovim Zakonom.

Time se ne ograničava obrazovni rad niti suradnja škola s različitim partnerima, već se osigurava da djeca u obrazovnim ustanovama **ne budu izložena promidžbi proizvoda koji nisu u skladu s ciljevima zaštite njihova zdravlja.**



Školski prostor s istaknutim logotipom prehrambenog brenda. Fotografija prikazuje primjer komercijalnog brendiranja u okruženju koje svakodnevno koriste djeca. Foto: J. Gorjanski (objavljeno uz dopuštenje autora).

4. Javne ustanove u kojima djeca redovito borave

Zaštita djece ne završava izlaskom iz škole. Djeca redovito borave u sportskim objektima, kulturnim ustanovama, zdravstvenim ustanovama, ustanovama socijalne skrbi i drugim javnim prostorima.

Iz toga razloga pojedine zaštitne mjere proširuju se i na ta okruženja kako bi se osigurala dosljedna razina zaštite bez obzira na mjesto na kojem se dijete nalazi.

Takav pristup odražava načelo da **javne ustanove trebaju svojim djelovanjem promicati zdravlje** i biti usklađene s javnozdravstvenim ciljevima Republike Hrvatske.



Marketing nije samo reklama na televiziji.

Djeca se s komercijalnim porukama susreću u parkovima, školama, sportskim terenima, na događanjima i u digitalnom okruženju. Upravo zbog toga suvremeni zakoni uređuju različite oblike marketinga, a ne samo televizijske oglase. Foto: J. Gorjanski (objavljeno uz dopuštenje)

5. Dostupnost zdrave hrane

Na prehrambene navike ne utječu samo osobne odluke nego i ponuda hrane koja je svakodnevno dostupna.

Zbog toga Prijedlog Zakona predviđa mjere kojima se osigurava dostupnost nutritivno povoljnijih prehrambenih proizvoda.

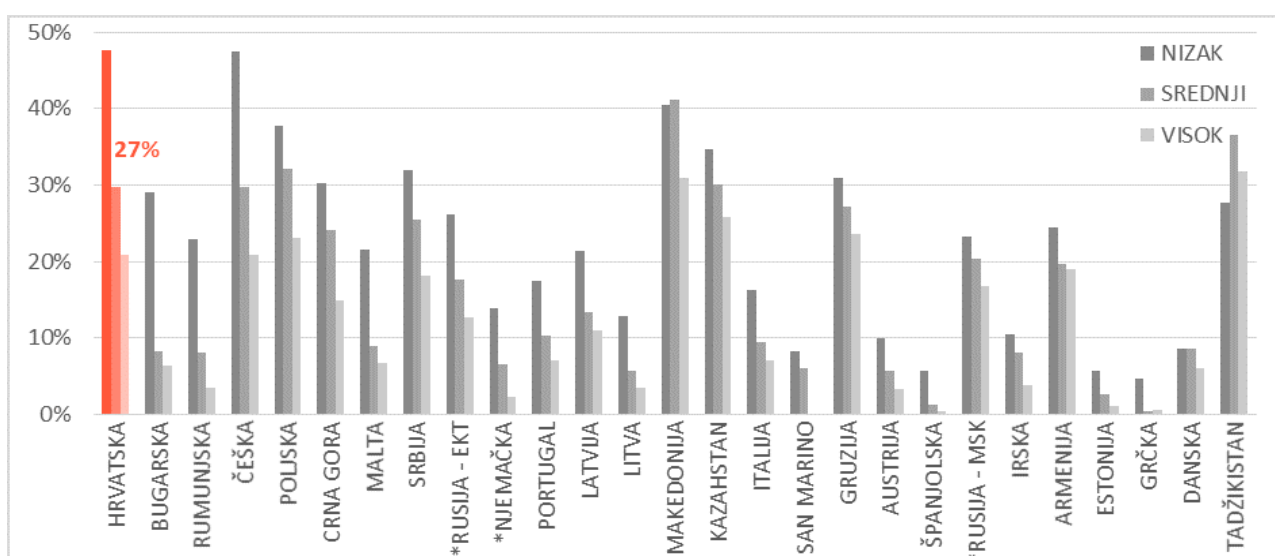
Time se građanima ništa ne zabranjuje niti nameće, već se nastoji osigurati da zdraviji izbor bude jednako dostupan kao i ostale mogućnosti.

6. Pitka voda

Redovita dostupnost zdravstveno ispravne pitke vode predstavlja jedan od najjednostavnijih i najučinkovitijih načina poticanja zdravijih prehrambenih navika.

Osiguravanjem lako dostupne pitke vode u ustanovama u kojima djeca borave smanjuje se potreba za konzumacijom zaslađenih napitaka te se djeci omogućuje zdraviji izbor bez dodatnih troškova.

Ova mjera ima preventivni karakter i **predstavlja standard koji je u brojnim državama već prihvaćen** kao sastavni dio promicanja zdravlja djece.



Konzumacija zaslađenih pića više od tri puta tjedno u djece u odnosu na stupanj obrazovanja roditelja

Izvor: HZJZ <https://www.hzjz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/objavljeni-rezultati-petog-kruga-europske-inicijative-za-pracenje-debljine-u-djece-2018-2022/>

7 Praćenje učinaka Zakona

Svaka javnozdravstvena mjera mora biti podložna vrednovanju.

Zbog toga Prijedlog Zakona predviđa sustavno praćenje njegove provedbe i učinaka na prehrambene navike, prehrambeno okruženje i pokazatelje uhranjenosti djece.

Praćenje rezultata omogućit će **procjenu učinkovitosti pojedinih mjera, njihovo unaprjeđenje kada je potrebno te transparentno izvještavanje javnosti** o postignutim rezultatima.

Svaka pojedina mjera iz ovoga Prijedloga Zakona ima ograničen učinak ako se promatra zasebno. Međutim, njihova snaga proizlazi iz međusobne povezanosti. Jasnije označavanje proizvoda, odgovorniji marketing, zdravije okruženje u školama i javnim ustanovama, dostupnost pitke vode i zdravijih prehrambenih izbora te kontinuirano praćenje učinaka čine jedinstven sustav mjera usmjerenih na stvaranje okruženja koje djeci i njihovim obiteljima olakšava donošenje zdravijih prehrambenih odluka. Upravo u toj cjelovitosti nalazi se temeljna vrijednost ovoga Prijedloga Zakona.

VI. Najčešća pitanja o Prijedlogu Zakona

1. Zabranjuje li ovaj Zakon čokoladu, gazirana pića ili drugu hranu?

Ne. Prijedlog Zakona ne zabranjuje proizvodnju, prodaju niti konzumaciju bilo kojeg prehrambenog proizvoda.

Građani će i dalje moći kupovati sve proizvode koji su danas dostupni na tržištu. Cilj Zakona nije zabraniti određenu hranu, nego omogućiti jasnije informiranje potrošača i smanjiti izloženost djece porukama za proizvode koji ne zadovoljavaju propisane prehrambene kriterije.

2. Hoće li pojedini proizvodi nestati iz trgovina?

Ne. Nijedan proizvod neće biti povučen s tržišta zbog ovoga Zakona.

Proizvođači će i dalje slobodno proizvoditi i prodavati svoje proizvode u skladu s važećim propisima. Zakon uređuje način označavanja određenih proizvoda i pojedine oblike njihova oglašavanja, ali ne zabranjuje njihovu prodaju.

3. Oduzima li ovaj Zakon roditeljima pravo odlučivanja o prehrani njihove djece?

Ne. Roditelji i dalje samostalno odlučuju što će njihova djeca jesti.

Zakon ne zamjenjuje roditeljsku odgovornost niti propisuje prehranu u obitelji. Njegov je cilj omogućiti roditeljima jasnije informacije i smanjiti izloženost djece agresivnom marketingu prehrambenih proizvoda.

4. Zašto se uređuje marketing usmjeren prema djeci?

Djeca nisu prosječni potrošači.

Zbog svoje dobi i stupnja razvoja još nemaju potpuno razvijenu sposobnost kritičkog procjenjivanja komercijalnih poruka. Upravo zato međunarodne organizacije i brojne države smatraju da djeca zaslužuju višu razinu zaštite od marketinga prehrambenih proizvoda koji mogu nepovoljno utjecati na njihove prehrambene navike.

Ovaj Zakon ne zabranjuje marketing općenito. Ograničenja se odnose samo na marketing određenih proizvoda kada je usmjeren prema djeci.

5. Smije li prehrambena industrija i dalje sponzorirati dječje aktivnosti?

Da. Prijedlog Zakona ne zabranjuje donacije niti društveno odgovorno poslovanje.

Primjerice, prehrambena tvrtka može financirati obnovu školskog igrališta, izgradnju vanjske učionice ili sportski turnir.

Međutim, takve aktivnosti **ne smiju služiti kao sredstvo promidžbe** proizvoda prema djeci. Drugim riječima, donacija je dopuštena, ali se ne smije koristiti za reklamiranje proizvoda ili proizvođača.

6. Zašto se ovim Zakonom ne uvodi porez na prehrambene proizvode?

Porezne mjere predstavljaju samo jedan od mogućih instrumenata javnozdravstvene politike.

Republika Hrvatska već primjenjuje posebni porez na određene bezalkoholne napitke.

Prijedlog ovoga Zakona usmjeren je na druga područja koja dosad nisu bila sustavno uređena, poput označavanja proizvoda, marketinga usmjerenog prema djeci, prehrambenog okruženja u javnim ustanovama i dostupnosti zdravijih izbora hrane.

7. Zašto se uvodi upozoravajuće označavanje proizvoda?

Potrošači često donose odluke u svega nekoliko sekundi. Nutritivne tablice na poledini ambalaže sadrže korisne informacije, ali ih mnogi građani teško uočavaju ili razumiju.

Jednostavno upozorenje na prednjoj strani ambalaže omogućuje potrošaču da odmah uoči sadrži li proizvod povećane količine šećera, soli ili zasićenih masti te da tu informaciju uzme u obzir pri donošenju odluke.

8. Zašto se ne koristi Nutri-Score?

Prilikom izrade Prijedloga Zakona razmatrani su različiti modeli označavanja.

Odabran je sustav upozoravajućih oznaka jer jasno upozorava na povećani sadržaj pojedinih hranjivih tvari od javnozdravstvenog interesa. Takav pristup izbjegava svrstavanje proizvoda u ukupne kategorije kvalitete te potrošaču pruža jednostavnu i lako razumljivu informaciju.

Nutri-Score je dobrovoljni sustav označavanja prehrambenih proizvoda koji ih svrstava u pet kategorija, od **A (tamnozeleno)** do **E (crveno)**, na temelju ukupnog nutritivnog sastava proizvoda. Pri ocjenjivanju uzima u obzir i povoljne sastojke (npr. vlakna, voće i povrće) i one koje treba ograničiti (šećer, sol, zasićene masti i energiju).

9. Zašto se ograničenja odnose samo na određene proizvode?

Ovaj Zakon ne uređuje svu hranu. Mjere se primjenjuju samo na proizvode koji prema unaprijed propisanim prehrambenim kriterijima sadrže povećane količine hranjivih tvari čiji je prekomjerni unos povezan s povećanim rizikom razvoja debljine i drugih kroničnih bolesti.

Time se osigurava da ograničenja budu razmjerna i utemeljena na objektivnim kriterijima.

10. Zašto se Zakon ne bavi tjelesnom aktivnošću djece?

Tjelesna aktivnost važan je dio prevencije debljine. Međutim, ovim Zakonom uređuje se prehrambeno okruženje i čimbenici povezani s prehranom. Pitanja školskog kurikula, nastavnih planova i organizacije tjelesne i zdravstvene kulture uređuju se drugim propisima.

11. Hoće li ovaj Zakon riješiti problem dječje pretilosti?

Sam po sebi neće riješiti dječju pretilost, ali može dati značajan doprinos ako se mjere dosljedno provode zajedno s drugim javnozdravstvenim politikama. Dječja pretilost složen je javnozdravstveni problem na koji utječu prehrana, tjelesna aktivnost, obiteljske navike, socioekonomski čimbenici i brojni drugi elementi.

Ovaj Prijedlog Zakona predstavlja jedan dio šire javnozdravstvene politike usmjerene na stvaranje zdravijeg prehrambenog okruženja za djecu.

VII. Zašto su mjere iz ovoga Zakona razmjerne?

Jedno od temeljnih načela svakog suvremenog zakonodavstva jest načelo razmjernosti. Ono podrazumijeva da svako ograničenje određenih prava ili interesa mora biti opravdano legitimnim ciljem, prikladno za njegovo ostvarenje te ne smije biti strože nego što je nužno za postizanje tog cilja.

Prilikom izrade ovoga Prijedloga Zakona upravo je načelo razmjernosti predstavljalo jedno od njegovih temeljnih polazišta.

Cilj Zakona jest zaštita zdravlja djece, što predstavlja jednu od najviših ustavnih i društvenih vrijednosti. Međutim, ostvarivanje toga cilja ne smije dovesti do neopravdanog ograničavanja slobode izbora građana, poduzetničkih sloboda ili tržišnog natjecanja.

Zbog toga su sva rješenja sadržana u ovom Prijedlogu Zakona oblikovana tako da predstavljaju najmanju moguću intervenciju potrebnu za ostvarivanje njegova javnozdravstvenog cilja.

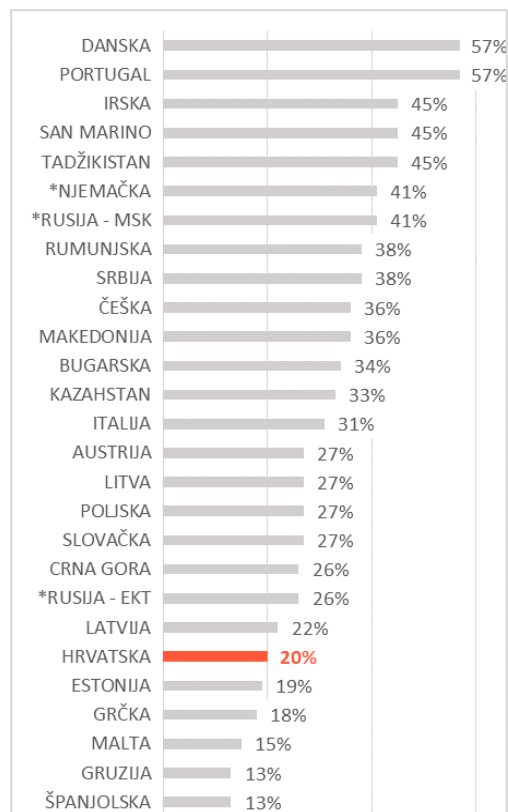
Prije svega, **ovaj Zakon ne zabranjuje proizvodnju, prodaju niti konzumaciju bilo kojeg prehrambenog proizvoda.** Nijedan proizvod neće biti uklonjen s tržišta niti će građanima biti uskraćena mogućnost da sami odlučuju o vlastitoj prehrani ili prehrani svoje djece.

Nadalje, **Zakon ne ograničava slobodu tržišnog natjecanja više nego što je potrebno za zaštitu djece.**

Proizvođači mogu i dalje razvijati, proizvoditi, oglašavati i prodavati svoje proizvode u skladu s propisanim pravilima. Ograničenja se odnose samo na jasno određene oblike komercijalne komunikacije usmjerene prema djeci i samo za proizvode koji prema propisanim prehrambenim kriterijima sadrže povećane količine hranjivih tvari od javnozdravstvenog interesa.

Jednako tako, **ovaj Zakon ne zabranjuje društveno odgovorno poslovanje.** Prehrambena industrija i dalje može financirati projekte od javnog interesa, podupirati sportske, obrazovne ili humanitarne aktivnosti te sudjelovati u različitim oblicima suradnje sa zajednicom. Ograničenje se odnosi isključivo na korištenje takvih aktivnosti kao sredstva promidžbe proizvoda ili proizvođača prema djeci.

Prijedlog Zakona također ne uvodi zabrane koje bi zahtijevale trenutačnu prilagodbu. Za pojedine mjere predviđena su prijelazna razdoblja kako bi proizvođači, trgovci, ustanove i druge obvezne osobe imali dovoljno vremena za usklađivanje svog poslovanja s novim pravilima.



Svakodnevna konzumacija povrća

Izvor: HZJZ <https://www.hzjz.hr/sluzba-promicanje-zdravlja/objavljeni-rezultati-petog-kruga-europske-inicijative-za-pracenje-debljine-u-djece-2018-2022/>

Posebna je pozornost posvećena i pravnoj sigurnosti. Primjena pojedinih mjera temelji se na unaprijed propisanim, objektivnim i transparentnim kriterijima, čime se izbjegava proizvoljno odlučivanje i osigurava jednaka primjena Zakona na sve sudionike na tržištu.

Važno je naglasiti da se ovim Zakonom ne pokušava riješiti svaki čimbenik koji pridonosi razvoju dječje pretilosti. Njime se uređuju samo ona područja za koja postoje znanstveni dokazi da mogu značajno utjecati na prehrambene navike djece te u kojima zakonodavne mjere mogu imati stvarni preventivni učinak.

Upravo zato ovaj Prijedlog Zakona ne predstavlja zabranu određenih proizvoda niti ograničavanje osobnih sloboda građana. On predstavlja uravnotežen pokušaj usklađivanja dviju legitimnih vrijednosti: **zaštite zdravlja djece** s jedne strane te **poštovanja slobode izbora, poduzetničkih sloboda i tržišnog gospodarstva** s druge.

Drugim riječima, cilj ovoga Zakona nije učiniti sve što je moguće, nego učiniti ono što je razumno, potrebno i razmjerno kako bi se djeci omogućilo zdravije prehrambeno okruženje.

Što je pokazalo iskustvo Čilea?

U Čileu su 2016. uvedene upozoravajuće oznake na prednjoj strani ambalaže, ograničenja marketinga usmjerenog prema djeci i zabrana prodaje određenih proizvoda u školama.

Istraživanja su pokazala smanjenje kupnje proizvoda s visokim sadržajem šećera, soli i zasićenih masti.

Izloženost djece televizijskom marketingu reguliranih proizvoda smanjila se za približno **73 %**.

U završnoj fazi provedbe čak je **94 % proizvoda** koji su morali imati upozoravajuću oznaku bilo pravilno označeno.

Izvor: Taillie LS i sur.; University of Chile; University of North Carolina; PLOS Medicine; American Journal of Public Health.

Svaka pojedina mjera sadržana u ovom Prijedlogu Zakona tijekom njegove izrade bila je predmet procjene njezine nužnosti, očekivane učinkovitosti i razmjernosti. Pojedine mjere koje bi predstavljale veće ograničenje prava ili sloboda građana, a za koje nije postojala jasna znanstvena potvrda njihove opravdanosti ili učinkovitosti, nisu uvrštene u ovaj Prijedlog Zakona. Time se nastojalo osigurati da Zakon bude ne samo **javnozdravstveno utemeljen, nego i pravno uravnotežen te društveno prihvatljiv.**

VIII. Što možemo očekivati?

Mnogo, ako budemo dosljedno provodili Zakon. Upravo objavljeno istraživanje u Lancetu¹ o utjecaju čileanskog zakona na njihovu djecu provedenog na preko **300 000 djece** pokazuje da su djeca izložena mjerama tijekom vrtića i prvog razreda (tj. 18 mjeseci izloženosti) imala najveće učinke. Djevojčice su imale **2,85% manju vjerojatnost** prekomjerne težine, dok su dječaci imali **2,40% manju vjerojatnost**.

Također su primijećeni i značajni učinci nakon samo 6 mjeseci (tj. samo prvi razred): **1,91 %** manju vjerojatnost za djevojčice i **2,24 %** manju vjerojatnost za dječake.

U Čileu je 2023. čak **50,9 %** školske djece mlađe od 14 godina imalo prekomjernu težinu, a **23,9 %** je bilo pretilo.

Još o čileanskom zakonu:

- Proizvodi s upozoravajućom oznakom crnog osmerokuta ne smiju se oglašavati na televiziji ili u kinima između **6:00 ujutro i 22:00 sata navečer**, kao ni u programima koje prati više od 20% dječje publike.
- Unutar i u neposrednoj blizini čileanskih škola te vrtića zakonom je **zabranjena prodaja i besplatno dijeljenje** bilo kojeg proizvoda koji na sebi ima crni žig upozorenja. Time su automatski izbačena gazirana pića poput klasične Coca-Cole, čips, gumeni bomboni i brza hrana, a automati s grickalicama morali su biti preuređeni
- **Micanje maskota s kutija:** Kako bi se smanjila privlačnost proizvoda, zakon je zabranio korištenje dječjih likova, crtića i maskota na pakiranjima hrane. Kompanije su morale ukloniti likove poput tigra s kutija pahuljica ili medvjedića s čokolada ako su ti proizvodi imali previše šećera. Također je zabranjeno prilaganje igračaka uz nezdrave obroke (što je izravno utjecalo na lance brze hrane).
- **Dokazani rezultati:** Studija je pokazala statistički značajan pad konzumacije ključnih štetnih nutrijenata u školskom okruženju. Kod mlađe školske djece, **udio šećera u ukupnom dnevnom energetske unosu pao je s 27,2% na 15,4%** (pad za čak 11,8 postotnih bodova). Kod adolescenata je udio šećera pao za 5,3 postotna boda.
- **Obrazovanje majke kao najvažniji faktor.** Pad stope prekomjerne težine bio je daleko najizraženiji kod djece čije majke imaju višu ili visoku razinu obrazovanja. Istraživanja pokazuju da su visokoobrazovane majke brže usvojile vizualna upozorenja (crne oktogone) na proizvodima. One su imale veći "nutritivni kapacitet" – odnosno resurse, vrijeme i znanje da u kućanstvu odmah zamijene označene nezdrave proizvode zdravijim alternativama, čak i ako su te alternative bile nešto skuplje
- Zakon je postigao bolje rezultata **u gradovima** u odnosu na sela te u djece iz **bolje stojećih obitelji** u odnosu na siromašnije. Bogatije i obrazovanije obitelji prve reagiraju na zdravstvena upozorenja jer si to mogu priuštiti.

¹ The impact of Chile's multipronged food labelling and advertising law on children's excess weight.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0140673626006513>

IX. Kako je reagirala prehrambena industrija?

Prehrambena industrija u Čileu reagirala je na zakon masovnim i brzim valom **reformulacije proizvoda** (promjene recepata) kakav nikada ranije nije zabilježen u povijesti prehrambenog sektora.

Suočene s rizikom da im proizvodi dobiju crne oznake "Stop" – što je u očima kupaca postalo simbol za "nezdravo" – kompanije su u samo nekoliko godina prepravile tisuće recepata kako bi ostale ispod zakonskih granica štetnih tvari.

Znanstveni radovi i ekonomski izvještaji ističu nekoliko fascinantnih strategija i rezultata te reakcije:

1. Masovna promjena recepata u brojkama

Istraživanje objavljeno u časopisu *PLOS Medicine* pokazalo je da je **preko 65 % svih proizvoda koji su trebali dobiti crne naljepnice doživjelo promjenu recepta** prije nego što je zakon u potpunosti stupio na snagu.

- **Pad udjela šećera:** Najveći skok zabilježen je kod mliječnih napitaka (jogurti, aromatizirana mlijeka) i žitarica za doručak, gdje je udio šećera u prosjeku smanjen za **25 % do 30 %**.
- **Pad soli:** Slane grickalice i gotova jela smanjili su udio soli za oko **20 % do 25 %** kako bi izbjegli oznaku "VISOK UDIO SOLI".

2. Eksplozija umjetnih sladila i problem "Zero" proizvoda

Kako bi zadržale okus na koji su kupci (osobito oni u siromašnijim četvrtima) navikli, tvrtke su masovno počele mijenjati prirodni šećer umjetnim sladilima poput **sukraloze, stevije i aspartama**.

- **Čileanska specifičnost:** To je dovelo do situacije da danas u Čileu gotovo nema uobičajenih zašećerenih sokova na policama; čak i klasični brendovi često sadrže mješavinu šećera i sladila.
- **Nova reakcija države:** Svjesna ovog trenda, čileanska vlada je kasnije uvela dodatno pravilo – ako proizvod sadrži umjetna sladila, to mora biti jasno istaknuto na pakiranju, kako bi roditelji znali da djetetu daju kemijske zamjene za šećer.

3. Kako su se branili najveći

Ferrero (*Kinder jaje*): Nakon donošenja čileanskog zakona Ferrero je javno osporio zabranu prodaje *Kinder jaja*, ističući da je igračka sastavni dio proizvoda te najavio mogućnost pokretanja pravnih postupaka. Budući da proizvodi s upozoravajućim oznakama nisu smjeli sadržavati igračke ili druge poticaje usmjerene djeci, *Kinder jaje* u svom izvornom obliku više se nije mogao prodavati na čileanskom tržištu.

Inače, *Kinder jaje* je zabranjeno i u SAD-u, ali iz drugih razloga. Federal Food, Drug, and Cosmetic Act iz 1938. zabranio je prodaju slastica koje sadrže **ugrađeni nejestivi predmet** ("non-nutritive object"). Budući da se plastična kapsula i igračka nalaze unutar čokolade, klasično *Kinder jaje* potpada pod tu zabranu. Stoga se *Kinder jaje* u SAD-u prodaje u dva odvojena dijela – čokoladno jaje kao jedan dio i igračka (uz jaje) kao drugi.

4. McDonald's i "Happy Meal"

McDonald'sov Happy Meal (Cajita Feliz) bio je izravno pogođen čileanskim zakonom jer proizvodi s upozoravajućim oznakama nisu smjeli uključivati igračke ili druge promotivne poticaje namijenjene djeci. Kao odgovor, McDonald's je postupno prilagodio sastav dječjeg obroka kako bi zadovoljio propisane nutritivne kriterije. Današnja čileanska Cajita Feliz uključuje nutritivno povoljnije opcije, poput vode kao napitka, a igračka je zadržana kao dio obroka.

Iskustvo Čilea pokazuje da zakonodavne mjere ne potiču samo promjene ponašanja potrošača, nego i razvoj proizvoda s povoljnijim nutritivnim sastavom.

X. Završna poruka

Nijednim se zakonom ne može u potpunosti spriječiti dječja pretilost.

Međutim, zakoni mogu pomoći da djeca odrastaju u okruženju u kojemu je zdrav izbor lakši, informacije jasnije, a pritisak marketinga manji.

Ovaj Prijedlog Zakona predstavlja upravo takav pokušaj.