

Nealkoholické nápoje a vyvážený životný štýl

Priemysel nealkoholických nápojov podnikol výrazné kroky k tomu, aby podporil slobodný výber spotrebiteľov smerom k vyváženému životnému štýlu. Ponúka široký výber rozličných produktov a veľkosti balení, ktoré umožňujú každému vybrať si nápoj ktorý vyhovuje jeho osobným potrebám a životnému štýlu.



PREBERÁME SVOJU ZODPOVEDNOSŤ

Sektor nealkoholických nápojov si plne uvedomuje svoj záväzok správať sa zodpovedne pri predaji a marketingu svojich výrobkov, osobitne v prípadoch, ktoré sa týkajú detí do 12 rokov a pôsobenia na školách.

Samoregulačné opatrenia umožnili UNESDA a jej členom priniesť zmenu rýchlo a efektívne. Iniciatíva priemyslu dopĺňa platnú legislatívu a sústredí sa najmä na:

1



Záväzky k Platforme EÚ pre stravovanie telesnú aktivitu a zdravie

2



Dobrovoľné kódexy pre určité kategórie

3



Dobrovoľné národné iniciatívy po celej EÚ

1. Závazky k Platforme EÚ pre stravovanie telesnú aktivitu a zdravie

UNESDA je jedným zo zakladajúcich členov Platformy EÚ pre stravovanie, telesnú aktivitu a zdravie, platformy Európskej komisie mnohých zainteresovaných strán zaviazaných k podpore vyváženej stravy a aktívneho životného štýlu prostredníctvom samoregulácie.

V roku 2006 sa UNESDA zaviazala k platforme v oblasti reklamy a marketingovej komunikácie, informácií pre spotrebiteľa a možnosti výberu a dostupnosti v EÚ 28.

UNESDA ide nad rámec Platformy v oblasti monitorovania záväzkov, a to na ročnej báze a pravidelným menovaním nezávislých tretích strán vrátane PricewaterhouseCoopers na výkon auditu uskutočnených záväzkov.

Na základe výsledkov pri monitorovaní dodržiavania záväzkov, UNESDA dosiahla úspešnosť 82-100% pri jednotlivých záväzkoch.

Závazok: Žiadna reklama zameraná na deti do 12 rokov

2006

V roku 2006 sa priemysel zaviazal nezameriavať reklamu na deti do 12 rokov vo všetkých médiách (TV, print, online). Závazok zahŕňa prípady, kedy 50% a viac celkového publika tvoria deti do 12 rokov.



V roku 2010, s ohľadom na nové poznanky v oblasti vývoja digitálnych technológií, sa rozsah záväzkov rozšíril tak, aby zahŕňal aj sociálne médiá a webové stránky výrobcov. Závazok sa vzťahuje na prípady kedy 35% a viac celkového publika tvoria deti do 12 rokov.

2010

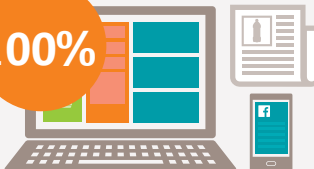


BOLA UNESDA ÚSPEŠNÁ?

VÝSLEDKY: Audit tretej strany

potvrdil dodržiavanie záväzku na:

100%



žiadna reklama na deti do 12 rokov v printových, online ani sociálnych médiách

99%



žiadna reklama na deti do 12 rokov v TV

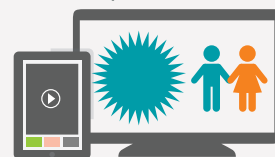
95%



žiadna reklama zameraná na deti do 12 rokov na webových stránkach výrobcov nápojov

*Zdroj: Xtreme Information

v r. 2014 deti v EÚ boli vystavené o



88% menej reklame v detských programoch od r. 2005

Závazok: Žiadny priamy predaj na ZŠ

Signatári záväzku UNESDA na základných školách neponúkajú na predaj sladené nealkoholické nápoje:

- Žiadny priamy predaj
- Žiadna reklama alebo marketing
- Žiadne komerčné aktivity



Výsledky:

95%

základných škôl v EÚ spĺňa prijatý záväzok

Zdroj: PriceWaterhouseCoopers

Závazok: Zodpovedné správanie na stredných školách

Na stredných školách signatári záväzku UNESDA:

Predajné automaty sú bez značky, loga alebo akejkoľvek komerčnej komunikácie



88%

stredných škôl v EÚ spĺňa prijatý záväzok

Je dostupná široká ponuka nápojov vrátane nekalorických a nízkalorických nápojov, ovocných štiav a balených vôd.



84%

stredných škôl v EÚ spĺňa prijatý záväzok

Rodičia a učelia sú zapojení do možnosti výberu dostupných nápojov.



82%

stredných škôl v EÚ spĺňa prijatý záväzok

Závazok: Poskytnúť možnosť výberu a rozmanitosť

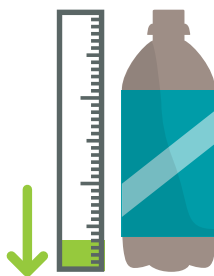
Signatári záväzku UNESDA ponúkajú:

Širokú možnosť výberu rôznych typov nápojov, s kalóriami alebo bez, tak aby si spotrebiteľ mohol vybrať nápoj, ktorý vyhovuje jeho životnému štýlu a potrebám.

Rôzne veľkosti a druhy obalov vhodné na rozličné príležitosti, vrátane jednorázových balení, ktoré obsahujú len jednu porciu nápoja.



3%



Nealko nápoje tvoria len **3%** z celkového denného príjmu kalórií

Nápoje s nízkym obsahom cukru a bez cukru sú široko dostupné a tvoria takmer

30% z nápojov predaných na niektorých trhoch EÚ*

Priemerný obsah kalórií v 100 ml nealkoholického nápoja sa v posledných rokoch znížil o 11,5 %.

11.5%*

30 rôznych druhov balení v rozličných typoch recyklovateľných obalových možností vrátane plechoviek, PET fliaš a kartónov.

v rokoch 2000-2013 sa dostupnosť veľkostí balenia menších ako 330ml sa zvýšila o

150%*

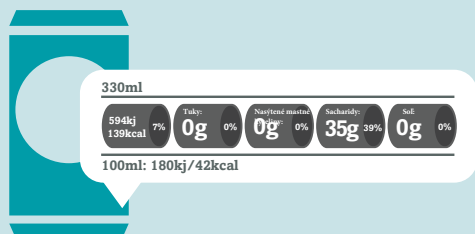
Zdroj: FAO Statistics: national intake survey data

*Zdroj: Canadian

"Geľom opatrení bolo znížiť obsah kalórií v našich produktoch a umožniť spotrebiteľovi vybrať si pre seba nápoj šitý na mieru, ktorý vyhovuje jeho životnému štýlu a potrebám."

Závazok: Informácie o obsahu kalórií na prednej časti obalu

Naše produkty idú nad rámec EÚ legislatívy a v prednej časti obalu popri označení energetickej hodnoty na 100ml obsahujú aj údaj na jednu porciu



Jasné a zrozumiteľné informácie sú na každom obale, aby sa spotrebiteľ mohol sám zodpovedne rozhodnúť aký nápoj si kúpi pre seba alebo svoju rodinu.



VÝŽIVOVÉ INFORMÁCIE, PRIEMERNÉ HODNOTY			
NA:	100ml	330ml	(%*)
Energia:	180kJ / 42kcal	594kJ / 139kcal	(7%)
Tuky:	0g	0g	(0%)
z toho nasýtené mastné kyseliny:	0g	0g	(0%)
Sacharidy:	10.6g	35g	(13%)
z toho cukry:	0g	35g	(39%)
Bielkoviny:	0g	0g	(0%)
Sól:	0g	0g	(0%)

Výsledky:



Vzdelávanie a informácie sú kľúčom k podpore vyváženej stravy a zdravého životného štýlu a my to pre vás počítame.

2. Samoregulácia vo forme dobrovoľných kódexov pre určité kategórie

UNESDA vytvorila dobrovoľné kódexy pre označovanie a marketing energetických nápojov

Kódex ide nad rámec EÚ legislatívy a signatárov zaväzuje k zodpovednému predaju a marketingu energetických nápojov, konkrétne:

- ✓ Žiadny marketing na deti
- ✓ Žiadne vzorky ponúkané v blízkosti ZŠ alebo SŠ
- ✓ Žiadna propagácia alebo tvrdenia odkazujúce na miešanie s alkoholom

Na etiketách, okrem povinnej informácie v zmysle platnej EÚ legislatívy „Vysoký obsah kofeínu. Neodporúča sa deťom ani tehotným a dojčiacim ženám“, kódex UNESDA vyžaduje uvádzať informáciu „*Pite s mierou*“ alebo slová s podobným významom.



3. Dobrovoľné iniciatívy na národnej úrovni

V krajinách EÚ 28, výrobcovia nealkoholických nápojov podnikli mnohé proaktívne kroky k zodpovednému správaniu na trhu.



Strava a životný štýl je v krajinách EÚ odlišná, preto sú národné iniciatívy prispôbené miestnej situácii. Zameriavajú sa na špecifické problémy a v mnohých prípadoch prispôbujú záväzky UNESDA národným požiadavkám.

**S PODPOROU
VLÁDY**

Mnohé z dobrovoľných iniciatív boli prijaté v spolupráci a s podporou národných vlád a sú výsledkom diskusií s viacerými zainteresovanými stranami.

Medzi najvýznamnejšie patria:



Záväzky na zníženie obsahu cukru a kalórií pomocou reformulácie a zvýšenej propagácie nápojov so zníženým obsahom a bez cukru.

Zodpovedné správanie na školách.



Podpora a propagácia vyváženej stravy a aktívneho životného štýlu.

Žiadny marketing zameraný na deti do 12 rokov.



"Priemysel nealkoholických nápojov je odhodlaný byť súčasťou reálnych riešení problémov v oblasti verejného zdravia."