

Πρωτοβουλία για την υλοποίηση Ελληνικού Pledge από τον ΣΕΒΤ σε συνεργασία με τον ΣΔΕ

Σήμερα, η συμβολή της διατροφής στη ζωή και την υγεία απασχολεί ιδιαίτερα τον μέσο Ευρωπαίο πολίτη. Για τον λόγο αυτό, οι πρωτοβουλίες του κλάδου τροφίμων, στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Πλατφόρμας για Δράση στα Θέματα Διατροφής, Φυσικής Δραστηριότητας και Υγείας, είναι καθοριστικής σημασίας. Εξέχουσα θέση μεταξύ αυτών κατέχει το EU Pledge, ένα **σχέδιο αυτοδέσμευσης** σχετικά με τη διαφήμιση σε παιδιά κάτω των 12 ετών, που συγκροτήθηκε το 2007 από διεθνούς φήμης εταιρείες Τροφίμων & Ποτών, σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Στο πλαίσιο λοιπόν του EU Pledge αλλά και των διαμορφούμενων ανησυχητικών κανονιστικών πλαισίων που αφορούν στη διαφήμιση προς παιδιά, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων αναλαμβάνει – σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος – την πρωτοβουλία για την υλοποίηση Ελληνικού Pledge. Πρόκειται για μια **εθελοντική πρωτοβουλία αυτοδέσμευσης της Βιομηχανίας Τροφίμων**, η οποία θα συμβάλλει στη βελτίωση της εικόνας της βιομηχανίας τροφίμων στη χώρα μας, ενώ παράλληλα θα ενισχύσει τη θέση της έναντι πιθανών εγχώριων ή διεθνών νομοθετικών πρωτοβουλιών, σχετικά με το πλαίσιο διαφήμισης προς τα παιδιά.

Οι εταιρείες που θα αποφασίσουν να συμμετέχουν στο Ελληνικό Pledge θα αυτοδεσμεύονται για τα εξής:

- Να μην προβάλλουν στην τηλεόραση και σε έντυπο υλικό που απευθύνεται σε παιδιά, διαφημίσεις σχετικά με προϊόντα τα οποία δεν πληρούν συγκεκριμένα διατροφικά κριτήρια για ανηλικούς κάτω των 12 ετών. Τα εν λόγω διατροφικά κριτήρια βρίσκονται αναρτημένα στο διαδικτυακό τόπο <http://www.eu-pledge.eu/>
- Να αποδέχονται την παρακολούθηση της συμμόρφωσης της συγκεκριμένης αυτοδέσμευσής τους από ανεξάρτητους φορείς. Ειδικότερα, την ανάλυση των τηλεοπτικών διαφημίσεων θα αναλάβει η Nielsen ενώ την ανάλυση της έντυπης διαφήμισης θα αναλάβει η Media Services. Επιπλέον, η Pricewaterhouse Coopers θα κοινοποιεί τα αποτελέσματα της έρευνας και τις πιθανές αποκλίσεις, μόνο στις άμεσα ενδιαφερόμενες εταιρίες.