

ΟΙ ΔΕΣΜΕΥΣΕΙΣ ΤΗΣ UNILEVER ΚΑΙ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ PLEDGE

## Το marketing τροφίμων για το καλό των παιδιών

Πρόσφατα, η **Unilever** ανακοίνωσε την επικαιροποίηση των παγκόσμιων δεσμεύσεών της για το marketing που απευθύνεται σε παιδιά. Συγκεκριμένα, η Unilever, μία από τις εταιρείες που ηγούνται της προσπάθειας για υπεύθυνο marketing, ανακοίνωσε ότι δεν θα στοχεύει καμπάνιες διαφήμισης ή social media marketing σε παιδιά κάτω των 16 ετών, ενώ παράλληλα δεν θα συλλέγει ούτε θα αποθηκεύει δεδομένα παιδιών κάτω των 16 ετών. Η εταιρεία δεσμεύτηκε ακόμα ότι δε θα χρησιμοποιεί influencers ή διάσημα πρόσωπα που είναι κάτω των 16 ετών ή απευθύνονται κυρίως σε παιδιά ηλικίας κάτω των 16 ετών, ενώ θα παρέχει σαφή και εμφανή γνωστοποίηση των δεσμεύσεών της σε άτομα που ασκούν επιρροή σε αυτές τις ηλικίες. Τέλος, η Unilever θα συνεχίσει να αποφεύγει την προώθηση των εμπορικών σημάτων ή των προϊόντων της στα σχολεία, με εξαίρεση τη συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα. Οι δεσμεύσεις θα ισχύουν σε όλο το χαρτοφυλάκιο τροφίμων και αναψυκτικών της Unilever και η εφαρμογή τους θα καθοδηγείται από την ομάδα παγωγού. Αξίζει να σημειωθεί πως η **ΕΛΑΪΣ-Unilever Hellas**, στηρίζοντας έμπρακτα την παγκόσμια πρωτοβουλία του **ΕΥ**, συμμετέχει και στο **Ελληνικό Pledge**, που υλοποιείται από το **Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων (ΣΕΒΤ)**, σε συνεργασία με το **Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**. Κύριος στόχος του Ελληνικού Pledge είναι η ανάδειξη του ενδιαφέροντος και της ουσιαστικής συμβολής της Βιομηχανίας Τροφίμων στην υιοθέτηση μιας υγιεινής διατροφής ήδη από την παιδική ηλικία. Το Ελληνικό Pledge, που δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του αντίστοιχου -εξαιρε-

τικά επιτυχημένου- ευρωπαϊκού (ΕΥ Pledge), συνδέεται άμεσα με τις εξελίξεις σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο που δείχνουν ότι το θέμα της υγιεινής διατροφής σε συνδυασμό με τη διαφήμιση των τροφίμων και ποτών στα παιδιά είναι στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Το Pledge είναι ένα πλαίσιο κοινών εθελοντικών δράσεων και δεσμεύσεων, ένας κώδικας αυτοδέσμευσης δηλαδή, από επιχειρήσεις του κλάδου, για να βελτιωθεί ο τρόπος διαφήμισης των τροφίμων και ποτών σε παιδιά κάτω των 13 ετών. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η νέα στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο» θέτει μια σειρά από στόχους και προκλήσεις για τη μετάβαση σε πιο βιώσιμα συστήματα τροφίμων. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτό, ο «Κώδικας Δεοντολογίας για την υπεύθυνη επιχειρηματική πρακτική και πρακτική προώθησης των προϊόντων τροφίμων» που δημοσιεύτηκε τον Μάιο 2021 και είναι το πρώτο παραδοτέο της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής προβλέπει την εφαρμογή από τις επιχειρήσεις τροφίμων υπεύθυνων πρακτικών για την προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων τους, αναδεικνύοντας για άλλη μια φορά τη σημασία της αυτοδέσμευσης. Στο ελληνικό Pledge συμμετέχουν μέχρι στιγμής οι εταιρείες **ζαλφα, Γιώτης Α.Ε., Ελαΐς Unilever Ελλάς Α.Ε., ΕΨΑ Α.Ε., ION Α.Ε., Καραμολέγκος Α.Ε., Π.Γ. Νίκας ΑΒΕΕ, Coca-Cola Ελλάς, Coca-Cola 3E, Ferrero International Greece, Froneri Ελλάς Παγωτό Α.Ε., Nestlé Ελλάς Α.Ε., Numil Ελλάς Α.Ε.** και **Pepsico Ελλάς**, ενώ μπορούν να συμμετέχουν όλες οι εταιρείες τροφίμων που επιλέγουν το δρόμο της αυτοδέσμευσης.



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

### ΔΙΕΘΝΕΙΣ «ΥΠΕΥΘΥΝΕΣ» ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ

Η πρωτοβουλία «**Smoke Free Greece**» βραβεύτηκε την Τετάρτη 4 Μαΐου 2022 από την **Ευρωπαϊκή Επιτροπή**, σε ειδική τελετή στο κτίριο της **Ευρωβουλής** στις Βρυξέλλες, με την πρώτη θέση στο διαγωνισμό «2021 EU Health Award on Cancer Prevention - Βραβείο Υγείας 2021 για την Πρόληψη του Καρκίνου» ως η πιο επιτυχημένη καμπάνια ενημέρωσης για την πρόληψη του καρκίνου στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή βραβεύει «εξαιρετικές πρωτοβουλίες από ΜΚΟ ή άλλες κοινωνικές οργανώσεις και εκπαιδευτικά ιδρύματα που επιδιώκουν την επιμόρφωση σε θέματα πρόληψης του καρκίνου στα παιδιά και τους νέους 6-24 ετών». Η πρωτοβουλία «**Smoke Free Greece**» υλοποιείται από το Ερευνητικό Εργαστήριο **George D. Behrakis** της **Ελληνικής Αντικαρκινικής Εταιρείας** και το **Ινστιτούτο Δημόσιας Υγείας του Αμερικανικού Κολλεγίου Ελλάδος**, με βασικό χορηγό το **Behrakis Foundation** της Βοστώνης. Επίσης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε τους φορείς που κέρδισαν τα φετινά βραβεία αθλητισμού #BeInclusive EU Sport Awards. Η ελληνική οργάνωση Όραμα Νέων - Youthorama κέρδισε το βραβείο «Εμπνευση για αλλαγή» με το πρόγραμμα «Μια μπάλα για όλους». Η ΜΚΟ Όραμα Νέων - Youthorama ιδρύθηκε το 2003 στα περίχωρα της Θεσσαλονίκης, με αποστολή να παρέχει άτυπες εκπαιδευτικές και αθλητικές δραστηριότητες σε παιδιά και νέους με και χωρίς προβλήματα όρασης.