



Του
**Γρηγόρη
 Αντωνιάδη**
 Αντιπρόεδρος
 του Συνδέσμου
 Ελληνικών
 Βιομηχανιών
 Τροφίμων
 (ΣΕΒΤ) και
 συντονιστής της
 πρωτοβουλίας
 Ελληνικό Pledge

ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ PLEDGE (<https://www.sevt.gr/gr/kids-ads-pledge>) εξελίσσεται δυναμικά, προσελκύοντας το ενδιαφέρον όλο και περισσότερων επιχειρήσεων. Πρόκειται για μια εθελοντική πρωτοβουλία για τη βελτίωση του τρόπου διαφήμισης προϊόντων διατροφής στα παιδιά, η οποία ξεκίνησε τον Μάιο του 2022 από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων και Ποτών (ΣΕΒΤ, <https://www.sevt.gr/gr/home>) σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ).

Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ Ελληνικό Pledge αποτελεί ένα πλαίσιο κοινών εθελοντικών δράσεων και δεσμεύσεων, είναι δηλαδή ένας κώδικας αυτοδέσμευσης από επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων και ποτών, που -μεταξύ άλλων- αποκλείει τη διαφήμιση τροφίμων και ποτών με υψηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά, αλάτι, ζάχαρη σε παιδιά κάτω των 13 ετών. Στόχος είναι η αντιμετώπιση της παιδικής παχυσαρκίας και των μη μεταδιδόμενων νοσημάτων και

■ **Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο Ελληνικό Pledge δεσμεύονται να μην διαφημίζουν τρόφιμα με υψηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά, αλάτι και ζάχαρη για παιδιά κάτω των 13 ετών.**

η υποστήριξη των γονέων στην προσπάθειά τους για πιο υγιεινή διατροφή των παιδιών. Το Ελληνικό Pledge δημιουργήθηκε στο πρότυπο του αντίστοιχου -πολύ επιτυχημένου- ευρωπαϊκού (EUpledge) και απαντά καθοριστικά στις εξελίξεις σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο που δείχνουν ότι το θέμα της σωστής διατροφής, σε συνδυασμό με τη διαφήμιση τροφίμων και ποτών στα παιδιά, είναι στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο η πολυσυζητημένη στρατηγική «Από το αγρόκτημα στο πιάτο» θέτει μια σειρά από στόχους και προκλήσεις για τη μετάβαση σε πιο βιώσιμα συστήματα τροφίμων και είναι ιδιαίτερα σημαντική για τον κλάδο των τροφίμων, καθώς αγγίζει περιοχές στις οποίες τόσο η ευρωπαϊκή όσο και η ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών δραστηριοποιούνται ενεργά εδώ και χρόνια.

Ο ΣΕΒΤ παρουσίασε πρόσφατα την πρόοδο της προσπάθειας, που αριθμεί ήδη 20 μέλη (<https://www.sevt.gr/gr/kids-ads-pledge/G8uE/symmetetoxoyses-etairies>), επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων και ποτών, καθώς και της εστίασης. Σύμφωνα με τα στοιχεία από την πρώτη αξιολόγηση των εταιρειών που συμμετέχουν στο Ελληνικό Pledge, η οποία πραγματοποιήθηκε για την τηλεόραση και τα online μέ-



Το Ελληνικό Pledge αποκλείει τη διαφήμιση κατηγοριών τροφίμων που απευθύνονται σε παιδιά κάτω των 13 ετών και οι οποίες δεν πληρούν συγκεκριμένα διατροφικά κριτήρια, με στόχο την αντιμετώπιση της παιδικής παχυσαρκίας και την υποστήριξη των γονέων στην προσπάθειά τους για πιο υγιεινή διατροφή των παιδιών.

Ελληνικό Pledge, ένας κώδικας αυτοδέσμευσης για πιο υγιεινή διατροφή

σα, αναδεικνύεται το υψηλό ποσοστό συμμόρφωσής τους. Να σημειώσουμε ότι οι επιχειρήσεις δεσμεύονται να μην διαφημίζουν προϊόντα εκτός των προβλεπόμενων προδιαγραφών στην τηλεόραση αλλά και στο ψηφιακό περιβάλλον (YouTube, Facebook, αλλά και μέσω των influencers που συνεργάζονται). Πιο συγκεκριμένα, για την τηλεόραση, για τους influencers και

για τις εταιρικές ιστοσελίδες ο βαθμός συνολικής συμμόρφωσης έφτασε σε πολύ υψηλά επίπεδα, στο 98%, 100% και 100% αντίστοιχα. Ως προς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κυμάνθηκε επίσης πολύ ικανοποιητικά, στο 94%. Αποτυπώνεται επομένως η σαφής δέσμευση και η ουσιαστική συμβολή της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών προς την επιθυμητή κατεύθυνση.

ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ απαιτητικό και μεταβαλλόμενο περιβάλλον, η ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών κατ' αρχάς μεριμνά για την επισιτιστική επάρκεια, ώστε οι καταναλωτές να μπορούν να έχουν αδιάλειπτα πρόσβαση σε ποιοτικά και ασφαλή προϊόντα, τα οποία εμπιστεύονται και επιλέγουν συνειδητά για την καθημερινή διατροφή τους και των οικογενειών τους. Ως ελάχιστη ανταπόδοση της εμπιστοσύνης τους, η βιομηχανία αναδεικνύει την υπευθυνότητά της με κάθε ευκαιρία, βελτιώνοντας την επικοινωνία των προϊόντων της, έχοντας πάντα τον καταναλωτή στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Η ευζωία και η υγιεινή διατροφή αποτελούν ζητούμενα όλο και πιο έντονα στις μέρες μας. «Στόχος μας επομένως είναι να συμβάλουμε, στο μέτρο που μας αναλογεί, στην αντιμετώπιση ενός πολυπαραγοντικού προβλήματος υγείας, όπως είναι αυτό της παιδικής παχυσαρκίας. Στο πλαίσιο του Ελληνικού Pledge, η αξία της αυτοδέσμευσης είναι πολύ σημαντική και είμαστε

■ **Η πρωτοβουλία Ελληνικό Pledge ξεκίνησε τον Μάιο του 2022 από τον Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων - Ποτών σε συνεργασία με τον Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος.**

βέβαιοι πως ακόμη περισσότερες επιχειρήσεις από όλους τους ενδιαφερόμενους κλάδους θα τη στηρίξουν και θα την εφαρμόσουν».

ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ που συμμετέχουν στο Ελληνικό Pledge δεσμεύονται:

- Να μην πραγματοποιούν διαφημίσεις (στην τηλεόραση και στο διαδίκτυο) που απευθύνονται σε παιδιά κάτω των 13 ετών, για προϊόντα δηλαδή που δεν πληρούν συγκεκριμένα διατροφικά κριτήρια (https://eu-pledge.eu/wp-content/uploads/EU_Pledge_Nutrition_White_Paper.pdf), είτε να μην διαφημίζουν καθόλου σε παιδιά κάτω των 13 ετών.

- Να αποδέχονται την παρακολούθηση και πιστοποίηση της συμμόρφωσής τους από τρίτους ανεξάρτητους φορείς.

ΟΙ 20 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ που συμμετέχουν σήμερα στο Ελληνικό Pledge είναι οι: 3αλφα, Γιώτης Α.Ε., Ελαΐς Unilever Ελλάς Α.Ε., ION Α.Ε., Καραμολέγκος Α.Ε., Κύκνος Α.Ε., Μέλισσα Κίκιζας ΑΒΕΕ, Μπάρμπα Στάθης Μονοπρόσωπη ΑΒΕΕ, Π. Γ. Νίκας ΑΒΕΕ, Χίτος ΑΒΕΕ, Arla Foods Ελλάς ΑΒΕΕ, Coca-Cola Ελλάς, Coca-Cola 3E, Ferrero International Greece, Froneri Ελλάς Παγωτό Α.Ε., Goody's - Everest Group of Companies, Green Cola Hellas, Nestle Ελλάς Α.Ε., Numil Ελλάς Α.Ε. και Pepsico Ελλάς.

20

οι επιχειρήσεις οι οποίες συμμετέχουν στο Ελληνικό Pledge.