

Sporočilo za javnost

11 PIJAČARSKIH PODJETIJ Z DOBRIMI PRAKSAMI PRISPEVA K URESNIČEVANJU CILJEV PREHRANSKE POLITIKE

Ljubljana, 16.12.2016 – GZS–Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij je na novinarski konferenci predstavila poročilo o stanju sektorja brezalkoholnih pijač v letu 2015 na petih področjih zavez odgovornosti (oglaševanje, odgovorno obnašanje v šolah, dodatno označevanje energijske vrednosti, ponudba in trženje brezalkoholnih pijač ter promocija zdravega življenjskega sloga). Analiza stanja za leto 2015 je pokazala, da velika večina proizvajalcev brezalkoholnih pijač ne oglašuje otrokom, mlajšim od 12 let. Medtem ko v osnovnih šolah raziskava ni odkrila nobenih oglasnih sporočil, so ta prisotna v 7,9 % srednjih šol. Primerjava porabe brezalkoholnih pijač na prebivalca v Sloveniji glede na povprečno porabo prebivalca Evrope (v letu 2015) pa je pokazala, da slovenski potrošniki spijejo precej manj teh pijač (indeks za vse brezalkoholne pijače znaša 57, indeks za brezalkoholne pijače brez vode, sokov in nektarjev pa 66).

Listino Zaveza odgovornosti, ki vključuje pet zavez, so 16. septembra 2015 podpisali predstavniki 11 podjetij iz sektorja proizvodnje brezalkoholnih pijač (Coca-Cola HBC Slovenija d.o.o., Costella d.o.o., Dana d.o.o., Droga Kolinska d.d., Fructal d.o.o., Nektar Natura d.o.o., Pivovarna Laško d.d., Pivovarna Union d.d., Radenska d.o.o., Vipi d.o.o., Vital Mestinje d.o.o.). V letošnjem letu so se stopnjevale aktivnosti implementacije zavez odgovornosti v praksi na nivoju posameznih podjetij.

»Projekt Zaveza odgovornosti je aktiven in merljiv doprinos živilskopredelovalne industrije k doseganju ciljev nacionalne prehranske politike in je še en dokaz, da ima lahko samoregulativa pri doseganju teh ciljev zelo velik pomen. Verjamem, da bodo zaveze sektorja brezalkoholnih pijač zgled tudi ostalim sektorjem, kar se že kaže v praksi.«, pravi dr. Tatjana Zagorc, direktorica GZS-ZKŽP. V okviru projekta Zaveza odgovornosti na ravni sektorja brezalkoholnih pijač so bili zastavljeni ambiciozni cilji. Namen podrobne analize stanja na vseh petih področjih zavez v letu 2015 pa je opredelitev izhodiščnega stanja za vsakoletno spremljanje napredka pri implementaciji zavez.

Ključne ugotovitve analize stanja za posamezne zaveze so:

1. zaveza: Brez oglaševanja otrokom, mlajšim od 12 let

Podpisniki se zavezujejo, da od leta 2016 naprej ne bomo oglaševali otrokom, mlajšim od 12 let. Naš cilj je, da najmanj 95 % oglasov ne bo v času televizijskih programov, kjer otroci pod 12 let predstavljajo nad 35 % gledalcev. Oglaševali ne bomo tudi v tiskanih medijih, kinematografih in na spletu, tam kje otroci in mladostniki predstavljajo nad 35 % gledalcev.

Analiza stanja je pokazala, da je bila v letu 2015 v času programskih vsebin za otroke in mladostnike (0-14 let) oz. v času programov, kjer ta ciljna skupina predstavlja nad

35 % vseh gledalcev, skladnost oglasov na televiziji 96,2-odstotna, v tiskanih medijih za otroke in mladostnike (0-12 let) 97-odstotna, na spletnih straneh, ki so namenjene otrokom in mladostnikom (0-12 let) in v kinematografih pa 98-odstotna.

2. zaveza: Odgovorno obnašanje v šolah

Zavzemamo se, da ni oglaševalskih sporočil v osnovnih in srednjih šolah in da se tam, kjer se naši izdelki prodajajo v srednjih šolah, vedno ponuja celoten asortiman.

Analiza stanja je pokazala, da je bil prodajni avtomat nameščen na območju 21,1 % srednjih šol, v 7,9 % srednjih šol so bila prisotna oglaševalska sporočila.

3. zaveza: Jasno informiranje o energijski vrednosti

Podpisniki se zavezujemo, da bo do leta 2020 najmanj 60 % naših izdelkov imelo informacijo o energijski vrednosti na prednji strani embalaže.

Analiza stanja je pokazala, da je v letu 2015 32,2 % izdelkov prostovoljno dodatno izpostavljalo podatek o energijski vrednosti pijače na prednji strani embalaže.

4. zaveza: Ponudba različnih izdelkov

Podpisniki se zavezujemo, da bomo zmanjševali povprečen energijski iznos naših pijač, s tem, da bomo ponujali in promovirali izdelke različnih prehranskih profilov, predvsem izdelkov z znižano ali brez energijske vrednosti, z manj ali brez dodanega sladkorja.

V letu 2015 so bili na trg uvedeni trije izdelki izboljšane sestave in 46 novih izdelkov, od katerih jih je bilo 17 z energijsko vrednostjo nižjo od 34 kcal/100 ml. To kaže, da so podpisniki že pred podpisom zavez potrošniku ponujali široko ponudbo najrazličnejših izdelkov, tudi pijač z znižano energijsko vrednostjo ali brez nje ter z manj ali brez sladkorja.

5. zaveza: Spodbujanje zdravega življenjskega sloga

Podpisniki se zavezujemo, da bo do leta 2020 najmanj 90 % proizvajalcev spodbujalo zdrav življenjski slog širše družbe s tem, da bo finančno ali na drugačen način podpiralo dogodke, katerih cilj je gibanje slovenskega prebivalstva. Podpisniki se zavezujemo, da bomo dodatno spodbujali zdrav življenjski slog naših zaposlenih.

Analiza stanja je pokazala, da so v letu 2015 podjetja podprla in omogočila izvedbo številnih športnih ali rekreacijskih dogodkov s skupno oceno 390.000 udeležencev.

Nad implementacijo zavez odgovornosti bdi odbor predstavnikov različnih ministrstev, ki mu predseduje mag. Tanja Strniša, državna sekretarka na Ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. *"S ponosom in velikimi pričakovanji predsedujem odboru za spremljanje zavez odgovornosti, saj je zavedanje o širšem pomenu hrane kot dobrine v vseh nas še premalo prisotno. Še posebej, če si osvežimo naslednja dejstva: Sektor kmetijstva, živilstva in proizvodnje pijač v Evropi predstavlja petino delovne sile oziroma zaposluje 48 milijonov ljudi. S proizvodnjo hrane se ukvarja 11 milijonov kmetij ter 300.000 prehranskih in pijačarskih obratov, od tega je 99 % srednjih in majhnih podjetij, 1,3 milijonov trgovcev na debelo in drobno ter 1,4 milijonov podjetij storitvenih dejavnosti. Navedene dejavnosti predstavljajo 6 % evropskega BDP in 7 % zunanje trgovine EU. Predmet zunanje trgovine so predvsem proizvodi z visoko dodano vrednostjo. Približno 1,3 milijarde ton hrane se zavrže vsako leto, to predstavlja 33 % celotne hrane, ki se je letno proizvede za prehrano ljudi. Približno 795 milijonov ljudi oziroma vsak deveti prebivalec Zemlje trpi zaradi kroničnega pomanjkanja hrane.*

Obenem pa imata 2 milijardi ljudi prekomerno težo oziroma trpita zaradi debelosti, zato so zaveze, o katerih govorimo, danes tako pomembne in imajo vpliv na širši krog ljudi. Omenjeni podatki so sicer šokantni, vendar ravno zato je potrebno nameniti toliko več pozornosti zdravemu življenjskemu slogu na vseh segmentih družbe. Verjamem, da bomo s skupnimi aktivnostmi na tem projektu dosegli načrtane cilje in s tem tudi cilje prehranske politike. Za družbeno odgovornost podjetij ter podporo najširše javnosti in drugih institucij je potrebno redno ozaveščanje." je povedala mag. Tanja Strniša.

Podpredsedujoča omenjenemu odboru pa je dr. Marjeta Recek, vodja sektorja za obvladovanje nalezljivih bolezni, hrano in okolje na Ministrstvu za zdravje. »V lanskem letu je bil sprejet Nacionalni program o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025, s sloganom *Dober tek, Slovenija*, kjer je država določila strateške cilje, ki vodijo k zmanjševanju kroničnih nalezljivih bolezni in debelosti. Zaveze industrije so zagotovo ena izmed aktivnosti, ki bodo zmanjševale pritisk trženja živil otrokom, s katerimi težje zagotavljamo zdravo prehranjevanje. Poleg tega pa pričakujemo nadaljnje aktivnosti industrije glede izboljševanja sestave obstoječih izdelkov, predvsem v smislu postopnega zmanjševanja sladkorja, soli oziroma maščob v živilih. Ministrstvo za zdravje bo zagotovilo neodvisno spremljanje sestave živil in oglaševanja živil otrokom, s čimer bomo ugotovili upoštevanje in dejansko učinkovitost zavez in samoregulacije. Menimo, da je neodvisno spremljanje pomembno tako z vidika potrošnika, kot industrije, saj omogoča verodostojno prepoznavanje zdravju koristnejših izdelkov." je povedala dr. Marjeta Recek.

V Sloveniji se s proizvodnjo brezalkoholnih pijač, sokov in nektarjev ukvarja 27 podjetij, ki skupno zaposlujejo 1.360 oseb. Od tega 11 podjetij podpisnikov Zaveze odgovornosti predstavlja 80 % količinski tržni delež in 69 % vseh zaposlenih v proizvodnji brezalkoholnih pijač, sokov in nektarjev. Poraba brezalkoholnih pijač je v Sloveniji v letu 2015 v primerjavi z letom 2010 padla za 25 %, povprečni letni padec porabe je bil 6 %. Primerjava porabe brezalkoholnih pijač na prebivalca v Sloveniji glede na povprečno porabo prebivalca Evrope (v letu 2015) je pokazala, da slovenski potrošniki spijejo precej manj teh pijač (indeks za vse brezalkoholne pijače znaša 57, indeks za brezalkoholne pijače brez vode, sokov in nektarjev pa 66).

Več o projektu Zaveza odgovornosti:

M: zaveza.odgovornosti@gzs.si

W: www.zaveza-odgovornosti.si

FB: www.facebook.com/ZavezaOdgovornosti

Dodatne informacije:

dr. Petra Medved Djurašinović, vodja projekta

T: 01 58 98 296

M: 031 593 182

E: petra.medved@gzs.si

PRILOGA:
Izjave podpisnikov zavez odgovornosti

Podjetje: [Coca-Cola HBC Slovenija d.o.o.](#)

"Podjetje Coca-Cola že več let verjame v samoregulativo in tako na evropskem kot tudi drugih trgih smo videli, da je model sodelovanja več interesnih skupin zelo učinkovit. Zato smo veseli, da smo podpisnik listine Zaveza odgovornosti, ki lahko pomembno prispeva k doseganju določenih ciljev, zapisanih Resolucijo o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015-2025. Prepričani smo, da je slovenski sektor brezalkoholnih pijač primer dobre prakse samoregulative in bo vzgled tudi drugim sektorjem ter bo imela pomemben vpliv na izboljšanje zdravja potrošnikov v Sloveniji."

Kontaktna oseba:

Urška Čadež, vodja sektorja za odnose z javnostmi in interno komuniciranje
Urskacadez.kastelic@cchellenic.com

Naslov:

Coca-Cola HBC Slovenija d.o.o., Motnica 9, 1236 Trzin
T: 01 58 90 452; W: www.coca-colahellenic.si

Podjetje: [Costella d.o.o.](#)

"V podjetju Costella d.o.o. dokazujemo moč samoregulative in s tem zavez odgovornosti pri doseganju ciljev prehranske politike Republike Slovenije. Medtem ko se nas je 11 podpisnikov iz sektorja brezalkoholnih pijač leta 2015 zavezalo, da bo do leta 2020 najmanj 60 % naših lastnih blagovnih znamk imelo informacijo o energijski vrednosti na prednji strani embalaže, smo v podjetju Costella d.o.o. to zavezo odgovornosti že v celoti implementirali. Naše vode z okusi imajo namreč že dodatno poudarjeno energijsko vrednost na prednji strani embalaže. Na ta način potrošniku še dodatno ponujamo informacijo o energijskem značaju naših pijač, na podlagi katerega se lahko odloči za sebi najprimernejši izdelek. Želimo pa poudariti, da so vse naše vode z okusi nizkoenergijskega značaja."

Naslov:

Costella d.o.o., Fara 30, 1336 Kostel
T: 01 894 22 62 W: www.costella.si

Podjetje: [DANA, proizvodnja in prodaja pijač, d.o.o](#)

"Podjetje Dana je v letu po podpisu zavez dodatno povečalo aktivnosti na tem področju. Večina novih izdelkov je tako z nižjo ali brez energijske vrednosti in/ali brez dodanega sladkorja. Na trg smo lansirali tri okuse DANA Zero izdelkov: mandarina, breskev in brusnica, ki so brez sladkorja, sladil in kalorij, katerim se bo v kratkem pridružil še en nov okus lubenice. K našim obstoječim 100-odstotnim sokovom smo v zadnjem letu dodali tudi 5 novih 100-odstotnih sokov brez dodanega sladkorja.

Poslanstvo podjetja Dana »ŽIVETI BOLJŠE ŽIVLJENJE!« uresničujemo z organizacijo ter sponzorstvom različnih športnih društev in dogodkov, kot so: kolesarski maraton Dana, Skok v Krko, Juriš na Vršič in še mnoge druge. V podjetju deluje tudi športno društvo Dana, ki organizira vsako leto več športnih dogodkov za zaposlene in upokojence podjetja, med drugim

športni dan Dana, rafting, bowling, planinske pohode, smučanje in druge aktivnosti ter posreduje ugodnosti za člane društva pri prijavninah ali vstopnicah za športne dogodke. Preko vseh teh dogodkov in sponzorstev ocenjujemo, da smo samo v letu 2015 pripomogli k gibanju preko 120.000 prebivalcev.

Glede na odziv naših potrošnikov na nove izdelke ugotavljamo, da so vedno bolj osveščeni, da spremljajo trende zdravega prehranjevanja in nagrajujejo naš trud v iskanju bolj zdravih rešitev s kupovanjem naših izdelkov."

Kontaktna oseba:

Marija Krištof, tehnolog kakovosti

Marija.kristof@dana.si

Naslov:

DANA d.o.o., Glavna cesta 34, 8233 Mirna

T: 07 34 62 200; W: www.dana.si

Podjetje: **Droga Kolinska d.d., članica skupine Atlantic Grupa**

"Droga Kolinska, lastnica blagovne znamke Cockta in podpisnica zavez te zaveze tudi implementira, kot je bilo dogovorjeno. Kot družbeno odgovorno podjetje si prizadevamo za uresničevanje ciljev prehranske politike Republike Slovenije. Prepričani smo, da so tovrstni ukrepi za osveščanje potrošnikov in vplivanja na njihove prehranske navade dolgoročno najprimernejši.

Omeniti velja, da je blagovna znamka Cockta že pred podpisom zavez implementirala večino priporočil, saj so skladna z vizijo in strategijo blagovne znamke Cockta. Tako že vrsto let označujemo energijsko vrednost izdelka na sprednji strani etikete ter smo viden in aktiven podpornik športa in zdravega načina življenja. Potrošniki pa lahko izberejo tudi Cockto Easy, ki ne vsebuje sladkorja, saj je slajena z naravnim sladilom stevijo in sukralozo."

Kontaktna oseba:

Enzo Smrekar, predsednik uprave Droga Kolinska

Naslov:

Droga Kolinska d.d., članica skupine Atlantic Grupa, Kolinska ulica 1, 1544 Ljubljana

T: 01 47 21 500; W: www.atlanticgrupa.com

Podjetje: **FRUCTAL d.o.o.**

"V Fructalu smo pristopili k podpisu zavez odgovornosti, saj naše družbene odgovornosti ne razumemo zgolj deklarativno, temveč jo aktivno izvajamo. V letu 2015 smo uvedli nove izdelke pod blagovno znamko Fructal Classic, ki vsebujejo 50 % manj sladkorja, v letu 2016 pa smo tudi v blagovni znamki Fruc ponudili izdelke z manj sladkorja. Blagovni znamki Fructal Natura in Fructal Superior konstantno dopolnjujemo z izdelki, pripravljenimi 100-odstotno iz sadja ali zelenjave. S projekti kot je Frutabela Lab spodbujamo zdrav življenjski slog naših potrošnikov. Dosledno spoštujemo tudi zavezo odgovornega obnašanja v šolah in ne oglašujemo otrokom, mlajšim od 12 let."

Kontaktna oseba:

Luka Jejčič, generalni direktor

Naslov:

FRUCTAL d.o.o., Tovarniška cesta 7, 5270 Ajdovščina

T: 05 36 91 378; W: www.fructal.si

Podjetje: **Nektar Natura d.o.o**

"Podjetje Nektar Natura je skladno z zavezo odgovornosti svoje poslovne cilje dogradilo in usmerilo v zniževanje energijske vrednosti na vseh področjih proizvodnje pijač in zdravju prijazne ponudbe. Še posebej pri mladih aktivno spodbujajo uravnoveženost in zdrav življenjski slog. Njihove investicije se osredotočajo na bolj zdrave, manj kalorične in bolj naravne proizvode. En izmed primerov dobre prakse je njihova blagovna znamka 100SOK, sadna pijača brez dodanih sladkorjev in še dodatno do – 40 % znižano energijsko vrednostjo. Brez konzervansov, barvil in drugih aditivov."

Naslov:

Nektar Natura, d.o.o., Ekslerjeva 8, 1241 Kamnik

T: 01 724 0 300; W: www.nektarnatura.eu

Podjetje: **Pivovarna Laško Union d.o.o.**

"Za Pivovarno Laško Union razumevanje in podpora Zaveze odgovornosti predstavlja bistvo poslovanja, saj naša vizija in strategija na prvo mesto postavljata zdravje in varnost potrošnikov ter zaposlenih. Z odličnim vpogledom v potrebe in želje naših potrošnikov smo prepoznali, da je potrebno razvoj izdelkov usmeriti tudi v segment pijač z nižjo vsebnostjo sladkorja, nižjimi energijskimi vrednostmi. Že v letu 2014 smo razvili linijo izdelkov na osnovi izvirske vode Zala z okusi sadja, brez dodanih sladkorjev, brez sladil in brez konzervansov. Prvi od izdelkov iz te linije, Nula malina, je v letu 2015 prejel nagrado Inštituta za nutricionistiko za najbolj inovativno živilo v skupini pijač, kar je za nas potrditev prave smeri in obenem veliko priznanje.

V letošnjem letu smo dodali še eno pijačo, ki pooseblja zadane smernice. Gre za Sola Čaj, čaj petih zelišč, pripravljen iz zeliščnega poparka in s 30 % nižjo vsebnostjo sladkorja, ki so ga potrošniki izredno dobro sprejeli."

Kontaktna oseba:

Jernej Smisl, direktor Korporativnih odnosov

jernejsmisl@heineken.com

Naslov:

Pivovarna Laško Union d.o.o., Pivovarniška ulica 2, 1000 Ljubljana

T: 01 47 17 217; W: www.pivovarnalaskounion.si

Podjetje: **RADENSKA d.o.o.**

»Radenska d.o.o. je v letošnjem letu potrošnikom ponudila razširjeno ponudbo dokazano kakovostnih pijač. Predstavili smo sedem novih brezalkoholnih pijač z nizko energijsko vrednostjo in eno naravno mineralno vodo v edinstveni embalaži. Visoka kakovost in odličnost novih izdelkov je bila potrjena z najvišjimi priznanji, ki so jih izdelki prejeli na 20. mednarodnem ocenjevanju sadnih sokov, pijač in embaliranih voda v okviru kmetijsko-živilskega sejma Agra. Izredno aktivna je Radenska tudi na področju osveščanja in spodbujanja k zdravemu življenjskemu slogu. Že častitljivih 36 let je organizator in glavni sponzor Maratona treh src,

enega izmed največjih športnih dogodkov pri nas, ki se ga je letos udeležilo devet tisoč sodelujočih. V podjetju se zavedamo, da je za zdravo življenje poleg zmanjšanja vnosa energijskih vrednosti v organizem pomembna tudi redna telesna aktivnost, zato podpiramo številne športne dogodke in lokalna športna društva, k aktivnemu in zdravemu življenju pa spodbujamo tudi svoje zaposlene ter širše lokalno okolje."

Kontaktna oseba:

Alenka Dujanovič, T: 051 647 097; alenka.dujanovic@radenska.si

Naslov:

RADENSKA d.o.o., Boračeva 37, 9502 Radenci
T: 02 52 02 020; W: www.radenska.si

Podjetje: **VITAL MESTINJE, proizvodnja brezalkoholnih pijač, d.o.o**

"V podjetju Vital Mestinje d.o.o. smo v duhu zavez v letošnjem letu lansirali sadno pijačo jabolko z zmanjšano energijsko vrednostjo. 30 % sladkorja smo nadomestili z naravnim sladilom stevia. Sadna pijača vsebuje 25 % sadnega deleža, kar pripomore k polnosti okusa. V osnovnih ter srednjih šolah ne oglašujemo in ne prodajamo pijač pod lastno blagovno znamko Frupi. Prav tako ne oglašujemo v medijih, ki so namenjeni otrokom, mlajšim od 12 let. Že vrsto let pa podpiramo tudi obstoj in delovanje lokalnih športnih klubov."

Kontaktna oseba:

ga. Mira Močnik, direktorica
T: 03 81 21 502; mmocnik@vital.si

Tadeja Juteršek, razvojni tehnolog
T: 03 81 21 506; tjutersek@vital.si

Naslov:

VITAL MESTINJE d.o.o., Stranje 7A, 3241 Podplat
T: 03 81 21 501; W: www.vital.si