

Zaveze odgovornosti industrije brezalkoholnih pijač

Commitments of responsibility of the soft drink industry

Petra Medved Djurašinić*

Povzetek

V prispevku je predstavljena vsebina zavez odgovornosti sektorja proizvodnje brezalkoholnih pijač na področju prehrane. Enajst podjetij proizvajalk in/ali distributerjev je zaveze že podpisalo. Omenjeni sektor želi s podpisom zavez prispevati k uresničevanju ciljev strategije Republike Slovenije na področju prehranske politike. V nacionalnem strateškem dokumentu je namreč jasno opredeljena vloga določenih deležnikov, predvsem pa je poudarek na partnerstvu deležnikov ter vladnih in nevladnih organizacij pri načrtovanju, uresničevanju in pri spremljanju nacionalnega programa za obdobje 2015–2025. Na GZS – Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij smo prepričani, da prek zavez odgovornosti sektor dosega popolnoma novo raven sodelovanja med industrijo oz. konkretnim sektorjem, vladnimi organi in civilno družbo. Medtem ko se sektor proizvodnje brezalkoholnih pijač intenzivno ukvarja z implementacijo zavez, se odpira razprava o zavezah že znotraj drugega sektorja – sektorja proizvodnje pekovskih izdelkov.

Ključne besede: prehranska politika, zaveze odgovornosti, brezalkoholne pijače

Abstract

This article presents the content and extent of commitments in the area of nutrition, set by the soft drink sector in Slovenia. Until today 11 companies, producers and/or distributors already signed the official document. The sector mentioned in this article wants to contribute to realization of goals, set in a governmental strategic document about nutrition policy. The document describes roles and responsibilities of different stakeholders, with a special emphasis on stakeholders' partnership with governmental and non-governmental association in order to plan, implement and follow the national program for the period 2015-2025. At CCIS-Chamber of Agricultural and Food Enterprises we believe, that through its commitments, the soft drink sector achieved a brand new level of collaboration between the industry/sector, governmental bodies and civil society. While the sector is already fully involved in the implementation activities, a new sector is already starting with the discussion and preparation of its own commitments of responsibility. This is the bakery sector.

Key words: nutrition policy, commitments, soft drinks

Uvod

Sektor proizvodnje brezalkoholnih pijač je prepričan, da imajo lahko okrepi samoregulative, razviti v sodelovanju z vladnimi organi in s civilno družbo, močen vpliv na vedenje porabnika. Zaveze odgovornosti namreč odražajo prepričanje sektorja, da je dobro seznanjen potrošnik sposoben izbrati sebi najprimernejšo alternativo tudi v segmentu brezalkoholnih pijač glede na lasten življenjski slog. Naloga industrije/sektorja pa je, da porabnika seznani in mu ponudi širok spekter najrazličnejših pijač.

Leta 2014 se je v Sloveniji s proizvodnjo pijač ukvarjalo 71 podjetij s 1.363 zaposlenimi (1). Ta dejavnost zajema proizvodnjo različnih kategorij pijač (od brezalkoholnih pijač, mineralne vode do žganih pijač, piva in vina), ne zajema pa proizvodnje sokov, s katero se je istega leta dodatno ukvarjalo 10 podjetij s 333 zaposlenimi.

Konkretno s proizvodnjo brezalkoholnih pijač kot eno izmed kategorij dejavnosti C 11 se je v letu 2014 ukvarjalo 16 podjetij s 365 zaposlenimi. Da je zaveze odgovornosti podpisalo 11 podjetij, kaže na to, kako složno želi sektor pristopiti k doseganju premikov in izboljšanju stanja na področju trenutnih praks oglaševanja, trženja, označevanja izdelkov in ne nazadnje obnašanja v šolah ter upoštevanja njihovega nekomercialnega značaja. Sektor proizvodnje brezalkoholnih pijač izraža željo po konstruktivnem sodelovanju z drugimi deležniki, predvsem pa želi prek samoiniciative dokazati, da je mogoče strateške cilje, tudi na področju prehranske politike, doseči z ukrepi in orodji samoregulative.

Sektor proizvodnje brezalkoholnih pijač želi s podpisom zavez prispevati k uresničevanju nacionalnih strateških ciljev na področju prehranske politike. V najnovejšem strateškem dokumentu, tj. Resolucija o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje 2015–2025 (2), so jasno opredeljene vloge določenih deležnikov, predvsem pa je poudarek na partnerstvu deležnikov z vladnimi in nevladnimi organizacijami pri načrtovanju, uresničevanju in pri spremljanju nacionalnega programa za obdobje 2015–2025. Prepričani smo, da prek implementacije zavez odgovornosti sektor dosega popolnoma novo raven sodelovanja med industrijo oz. konkretnim sektorjem, vladnimi organi in civilno družbo.

* Dr. Petra Medved Djurašinić, sekretarka Sekcija proizvajalcev brezalkoholnih in alkoholnih pijač (SEBAP) GZS – Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij Dimičeva 13, 1504 Ljubljana petra.medved@gzs.si

Enajst podjetij podpisnikov (Coca-Cola HBC Slovenija, d. o. o., Costella, d. d., 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. d., Vipi, d. o. o., Vital Mestinj, d. o. o.) se je zavezalo, da izdelkov iz kategorije brezalkoholnih pijač ne bo oglaševalo otrokom, mlajšim od 12 let, da se bodo odgovorno obnašali v šolah in upoštevali njihov nekomercialni značaj, da bodo potrošnika jasno informirali o energijski vrednosti na sprednji strani embalaže na lastnih blagovnih znamkah, da bodo porabniku ponujali različne izdelke različnih prehranskih profilov (glede energijske vrednosti in/ali vsebnosti sladkorja), ter ne nazadnje, da bodo spodbujali zdrav življenjski slog svojih zaposlenih pa tudi širše družbe. S temi zavezami sektor pravzaprav sooblikuje in deli skupno stališče, da otroci, mlajši od 12 let, ne smejo biti ciljna skupina komercialnih aktivnosti.

Vsebina

Oblikovanje zavez odgovornosti sektorja brezalkoholnih pijač je bila ena izmed prioritet dela Sekcije proizvajalcev brezalkoholnih in alkoholnih pijač (SEBAP), ki deluje pod okriljem GZS – Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij. Zaveze so nastajale vzporedno z oblikovanjem nove strategije na področju prehranske politike, katere koordinacija je bila in je v pristojnosti Ministrstva za zdravje, deloma po naključju, je pa treba poudariti, da je bil pomemben vzvod za oblikovanje zavez odgovornosti že tretji poskus uvedbe davka na sladke pijače, ki se je zgodil konec leta 2014. S strokovnim utemeljevanjem, zakaj ta konkreten ukrep in vsi podobni fiskalni ukrepi niso in ne morejo biti zlorabljeni za spreminjanje potrošniških navad, smo pristopili k različnim deležnikom in ne nazadnje k splošni javnosti. Zaveze odgovornosti, ki so podrobneje predstavljene v nadaljevanju, so pomemben dosežek sektorja, ki je bil že v preteklosti najbolj senzibiliziran in izpostavljen v razpravi o uživanju sladkorja oz. sladkih pijač pri slovenskih porabnikih.

Pomembnost zavez odgovornosti se kaže tudi v podpori te aktivnosti pri predstavnikih pomembnih vladnih ustanov in ministrstev pa tudi drugih deležnikov, katerih aktivnosti so usmerjene k istemu cilju – sprememba prehranjevalnih navad

in izboljšanje javnega zdravja slovenskega prebivalstva. Namen zavez odgovornosti je strokovni in drugi javnosti dokazati, kako lahko složnost sektorja oz. industrije vodi k uresničevanju ciljev, opredeljenih v nacionalnih strateških dokumentih, tudi ko govorimo o prehranski politiki. Seveda je to mogoče samo ob podpori drugih deležnikov in s konstruktivnim dialogom.

Strategija RS na področju prehranske politike

Prehrana otrok in mladostnikov je še kako pomembna pri nadaljnjem razvoju njihovega življenjskega sloga. Sta pa del tega tudi zadosten obseg in pogostost telesne aktivnosti pa še marsikateri drugi dejavnik. Pomembno je ravnotežje med vnosom in iznosom energije. Sicer pa poraba sladkih pijač v Sloveniji iz leta v leto pada; ta trend se je nadaljeval tudi v leto 2014.

Tudi zadnja študija NIJZ kaže, da se stanje pri mladostnikih izboljšuje. Po zadnjih podatkih Nacionalnega inštituta za javno zdravje (4) namreč pitje sladkanih pijač (brezalkoholne negazirane/gazirane pijače, ki imajo dodan sladkor) upada, a jih vsaj enkrat dnevno uživa približno četrtnina mladostnikov. Pitje sladkanih pijač narašča s starostjo in je bolj razširjeno med fanti. Raziskava Z zdravjem povezano vedenje v šolskem obdobju (HBSC – Health Behaviour in School Aged Children) je mednarodna študija, ki je narejena na reprezentativnem vzorcu učencev in dijakov, starih 11, 13 in 15 let, in se izvaja vsaka štiri leta po skupni metodologiji v 43 državah Evrope in Severne Amerike. Namen raziskave je longitudinalno spremljanje vedenja v povezavi z zdravjem v šolskem obdobju. Slovenija se je vanjo vključila v šolskem letu 2001/02. Raziskavo v Sloveniji izvaja NIJZ, financira pa jo Ministrstvo za zdravje (4).

Iz nacionalnega strateškega dokumenta je mogoče razbrati, da je vodilo pri pripravi nacionalnega programa prehranske politike za obdobje 2015–2025 vseživljenjski pristop, s katerim je mogoče v vseh življenjskih obdobjih posameznika opolnomočiti ter mu s ključnimi mehanizmi olajšati odločitev in izbiro za zdravo prehranjevanje ter ne nazadnje redno telesno dejavnost. Zdrav življenjski slog, vključno z zdravim

		2009	2010	2011	2012	2013	2014
SKUPAJ	mio. l	426	411	411	397	369	348
	l/osebo	209	201	200	193	179	169
Brezalkoholne pijače	mio. l	214	204	202	187	166	147
	l/osebo	105	99	98	91	81	72
Embalirana voda	mio. l	113	109	111	115	115	120
	l/osebo	55	53	54	56	56	58
Sirupi za pripravo napitkov	mio. l	57	58	59	59	56	51
	l/osebo	28	28	29	29	27	25
Sokovi in nektarji	mio. l	41	41	39	36	33	30
	l/osebo	20	20	19	17	16	14

Slika 1: Preglednica porabe sladkih pijač v milijon litrih in litrih/prebivalca v Sloveniji (3).

prehranjevanjem in s telesno dejavnostjo za krepitev zdravja, mora biti dostopen in dosegljiv ne glede na družbeno-ekonomski status, spol ali starost, vendar pa je na vse naštetu mogoče vplivati le z medsektorskim pristopom in povezanim celostnim delovanjem na različnih področjih (2).

Nacionalni program 2015–2025 temelji na spoštovanju pravice posameznika do zdravega življenjskega sloga, upošteva kulturno specifične načine prehranjevanja prebivalcev Republike Slovenije in možnosti za telesno dejavnost, ki jih zaradi razmeroma dobro ohranjene narave, krajinske pestrosti ter pestrih podnebnih razmer in tradicije ponuja naša država. Nacionalni strateški dokument (2) opredeljuje naslednja prednostna področja delovanja in predvsem sodelovanja deležnikov pri doseganju naslednjih ciljev:

- zagotavljanje zdravega prehranjevanja skladno s smernicami in priporočili (organizirana prehrana v vrtcih in šolah ter študentska prehrana, prehrana v bolnišnicah in domovih za starejše občane);
- izboljšanje ponudbe za zdravje koristnih izbir v sodelovanju z deležniki v živilski dejavnosti, trgovini ter v gostinstvu in turizmu;
- zagotavljanje dostopnosti do zdravih prehranskih izbir za socialno-ekonomsko ogrožene skupine;
- zagotavljanje varne in za zdravje koristne hrane s poudarkom na lokalni trajnostni oskrbi in samooskrbi;
- označevanje, predstavljanje in trženje živil;
- telesna dejavnost za zdravje;
- okolje, ki spodbuja redno telesno dejavnost;
- vloga sistema zdravstvenega varstva;
- izobraževanje in usposabljanje ter raziskovanje;
- informiranje in ozaveščanje.

V okviru navedenih prednostnih področij je mogoče razbrati, na katerih področjih bo še kako pomemben prispevek živilskopredelovalne industrije. To je predvsem področje izboljšanja ponudbe za zdravje koristnih izbir in področje označevanja, predstavljanja in trženja živil. Kar zadeva ponudbo brezalkoholnih pijač, so tri zaveze od petih namenjene prav tem področjem z opredeljenimi zelo konkretnimi kratkoročnimi in dolgoročnimi cilji. Zadnji so predstavljeni v nadaljevanju prispevka.

Vsebinska nacionalnih zavez sektorja brezalkoholnih pijač

Zaveze odgovornosti so orodje proaktivnosti sektorja brezalkoholnih pijač, s katerimi želi sektor dokazati, da samoregulativa deluje in da so proizvajalci/distributerji brezalkoholnih pijač pripravljeni konstruktivno sodelovati pri izboljšanju stanja na področju prehrane in zdravja slovenskega prebivalstva. Zaveze odgovornosti se nanašajo na vse kategorije brezalkoholnih pijač, kot jih definira evropsko združenje proizvajalcev brezalkoholnih pijač (5). Kategorije so naslednje: gazirane in negazirane sladke pijače, ledeni čaji, sirupi za pripravo napitkov, pijače za športnike, vode z okusi, ledena kava itn. Očitki, da so zaveze odgovornosti samo »orodje«, da bi se izognili davku na sladke pijače, niso upravičeni in tudi ne utemeljeni. Sektor že ves čas govori

o odgovornosti vseh deležnikov v verigi in pomembnosti upoštevanja vseh dejavnikov, ki vplivajo na javnozdravstveno stanje slovenskega prebivalstva ter – natančneje – na pojavnost in pogostost posameznih s prehrano povezanih bolezni. Davek na sladke pijače je v osnovi davčni ukrep in kot tak neprimerno orodje za spreminjanje porabnikovih prehranjevalnih navad. Je diskriminatoren.

Podpisniki zavez so podjetja, proizvajalci in/ali distributerji brezalkoholnih pijač s sedežem v Republiki Sloveniji. Govorimo o 11 podjetjih, ki na trgu s svojimi izdelki iz segmenta brezalkoholnih pijač predstavljajo več kot 50 % tržnega deleža. V nadaljevanju predstavljamo vsebino vseh petih zavez odgovornosti z opredeljenimi konkretnimi kratkoročnimi in dolgoročnimi cilji.

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

Že danes velika večina proizvajalcev brezalkoholnih pijač ne oglašuje otrokom, mlajšim od 12 let. Podpisniki se zavezujejo, da od leta 2016 naprej ne bodo oglaševali otrokom, mlajšim od 12 let. Cilj je, da najmanj 95 % oglasov ne bo v času televizijskih programov, kjer otroci pod 12 let predstavljajo nad 35 % gledalcev. V tiskanih, kinematografskih medijih in na spletnih straneh, kjer ni podatkov o demografski sestavi gledalcev, bodo podjetja podpisniki naredili vse, da njihovi oglasi ne bodo prisotni, kjer smatrajo, da nad 35 % gledalcev predstavljajo otroci.

2. zaveza: Odgovorno obnašanje v šolah

Proizvajalci brezalkoholnih pijač že danes poskušajo spoštovati nekomercialni značaj šol. Podpisniki se zavezujejo, da se bodo odgovorno obnašali v šolah. Zavzemajo se, da ni oglaševalskih sporočil v osnovnih in srednjih šolah in da se tam, kjer se njihovi izdelki prodajajo v srednjih šolah, vedno ponuja celoten asortiman. Podpisniki se zavezujejo, da bodo tudi posrednike seznanili z vsebino teh zavez. Ker so šole posebno področje, želijo podpisniki sodelovati s pristojnim ministrstvom s ciljem, da vsako leto preverijo papredek glede doseganja zgoraj navedenih ciljev.

3. zaveza: Jasno informiranje o energijski vrednosti na lastnih blagovnih znamkah

Proizvajalci brezalkoholnih pijač se že vrsto let trudijo informirati potrošnika o energijski vrednosti njihovih izdelkov preko oznak na embalaži. Podpisniki se zavezujejo, da bo do leta 2020 najmanj 60 % njihovih izdelkov imelo informacijo o energijski vrednosti na prednji strani embalaže. Podpisniki se zavezujejo, da bodo po najboljših močeh na embalaži svojih izdelkov poudarili njihov brez- ali nizkoenergijski značaj oz. podali informacijo o znižani vsebnosti sladkorja v izdelkih v obliki prehranskih trditev (npr. nizka energijska vrednost / zmanjšana energijska vrednost / brez energijske vrednosti / nizka vsebnost sladkorjev / brez sladkorjev / brez dodanih sladkorjev).

Osnovni namen je, da se informacija o energijski vrednosti pojavi principiarno na tistih izdelkih, katerih sestava ni spremenjena v smislu zmanjšane vsebnosti določenega hranila

(npr. sladkorja). Seveda pa je namen sektorja, da se na prednji strani embalaže pojavi informacija o energijski vrednosti na čim več izdelkih, tudi tistih, katerih sestava je že bila spremenjena oz. še bo. Prehranske trditve, kot jih opredeljuje in dovoljuje Uredba EU 1924/2006 pa so lahko pomembna informacija za potrošnika, saj so opazne že ob prvem stiku potrošnika z izdelkom. Njihov osnovni namen je izpostavitve posebnih lastnosti izdelka, ki jih ima le-ta na račun zmanjšane vsebnosti določenega hranila (npr. sladkorja), povečane vsebnosti določenega hranila (npr. prehranske vlaknine) oz. se nanašajo na informacijo o sami energijski vrednosti. Prehranske trditve so informacija o tem, kaj živilo vsebuje oz. česa ne in je zaradi tega ta izdelek nekaj posebnega.

4. zaveza: Ponudba različnih izdelkov

Že danes se proizvajalci brezalkoholnih pijač trudijo ponujati potrošniku čim širšo ponudbo različnih pijač (različnih prehranskih profilov), predvsem pijač z znižano energijsko vrednostjo ali brez nje ter z manj ali brez dodanega sladkorja. Kot rezultat tega se je v zadnjih petih letih zmanjšal energijski iznos povprečnega prodanega litra naših pijač za 9 % (Podatki GZS-ZKŽP, 2015). Podpisniki se zavezujejo, da bodo še naprej zmanjševali povprečen energijski iznos svojih pijač, s tem, da bodo ponujali in promovirali izdelke različnih prehranskih profilov, predvsem izdelke z znižano ali brez energijske vrednosti, z manj ali brez dodanega sladkorja.

5. zaveza: Spodbujanje zdravega življenjskega sloga

Proizvajalci brezalkoholnih pijač verjamejo, da je za zdravje ljudi ključnega pomena ravnotežje med energijskim vnosom in porabo. Večina proizvajalcev brezalkoholnih pijač že podpira dogodke, katerih cilj je spodbujanje zdravega življenjskega sloga slovenskega prebivalstva. Podpisniki se zavezujejo, da bo do leta 2020 najmanj 90 % proizvajalcev spodbujalo zdrav življenjski slog širše družbe, in sicer s tem, da bo finančno ali na drugačen način podpiralo dogodke, katerih cilj je gibanje

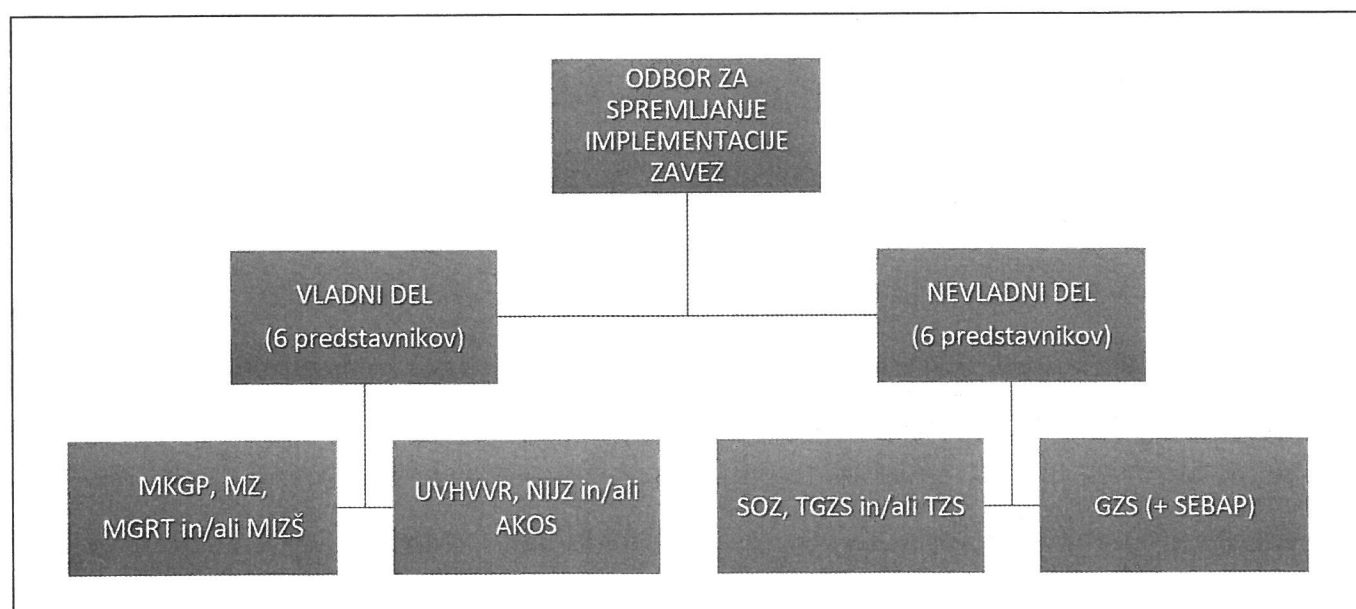
slovenskega prebivalstva. Podpisniki se zavezujejo, da bodo dodatno spodbujali zdrav življenjski slog svojih zaposlenih.

Odbor za spremljanje implementacije zavez

Na GZS – Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij smo aktivnosti oblikovanja zavez koordinirali prek posebne delovne skupine s predstavniki različnih oddelkov podjetij. Skoraj enoletnemu dogovarjanju in usklajevanju je 16. septembra 2015 sledil slavnostni podpis zavez. Visoki predstavniki podjetij so v prisotnosti treh ministrov (mag. Dejana Židana (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano), ge. Milojke Kolar Celarc (Ministrstvo za zdravje) in dr. Maje Makovec Brenčič (Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport)) podpisali uradno listino in s tem dosegli pomemben mejnik v izkazovanju svoje družbene odgovornosti. Podpis zavez hkrati predstavlja tudi zaključek razprav o vsebini zavez sektorja, obenem pa začetek dokazovanja in aktivnosti sektorja za doseganje zastavljenih ciljev.

Da bo implementacija zavez odgovornosti potekala skladno z dogovorom, bo še pred koncem leta 2015 ustanovljen poseben odbor, ki ga bodo sestavljali predstavniki vladnih in tudi nevladnih organizacij. Predvidoma 10-članski odbor bo skrbel za spremljanje aktivnosti sektorja pri doseganju ciljev, udeležanje zavez v prakso in za neodvisno spremljanje napredka. Odbor bo leto po podpisu zavez, torej septembra 2016, potrjeval in objavil prvo poročilo o napredku oz. implementaciji zavez.

Bistvenega pomena bo struktura omenjenega odbora. V njem bodo predstavniki vseh treh ministrstev, ki so o vsebini zavez odgovornosti že seznanjena in ki jih pravzaprav tudi javno podpirajo. To je vsekakor Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (MKGP) kot resorno ministrstvo za živilskopredelovalno industrijo in s tem tudi za sektor proizvodnje pijač, potem je to Ministrstvo za zdravje (MZ) kot osrednje ministrstvo, pristojno za področje javnega zdravja in koordinacijo nacionalnega programa prehranske politike,



Slika 2: Struktura Odbora za spremljanje implementacije zavez odgovornosti.

ne nazadnje pa je z vidika spremljanja implementacije zavez odgovornosti pomembno tudi Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport (MIZŠ), saj se ena izmed zavez nanaša na odgovorno obnašanje podjetij (proizvajalcev in/ali distributerjev) v šolah s poudarkom na upoštevanju njihovega nekomercialnega značaja.

Poleg ministrstev kot pomemben del strukture Odbora predvidevamo tudi predstavnike vladnih organov oz. ustanov, kot so npr.: Uprava RS za varno hrano, veterinarstvo in varstvo rastlin (UVHVR), Nacionalni inštitut za javno zdravje (NIJZ) ter Agencija za komunikacijska omrežja in storitve Republike Slovenije (AKOS).

Nevladni del odbora pa bo v strukturi po eni strani zastopan prek sestrskih organizacij (npr. Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ), Trgovinska zbornica Slovenije (TZS), Turistično-gostinska zbornica Slovenije (TGZS), po drugi strani pa prek predstavnikov Gospodarske zbornice Slovenije (Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij (ZKŽP), Sekcije proizvajalcev brezalkoholnih in alkoholnih pijač (SEBAP)).

Pomembno je poudariti, da so zaveze odgovornosti temelji kamen vseh nadaljnjih aktivnosti sektorja na področju oglaševanja, označevanja, razvoja novih in preoblikovanja obstoječih izdelkov ter ne nazadnje na področju promocije zdravega življenjskega sloga. Lahko bodo predmet zaostritve zastavljenih ciljev, lahko bodo predmet dopolnitev zavez itn.

Logotip »Zaveze odgovornosti«

Na GZS – Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij v sodelovanju z vsemi podjetji podpisniki zavez odgovornosti od podpisa zavez naprej že skrbimo za ustrezno promocijo aktivnosti implementacije zavez, poleg tega pa tudi za dodatno promocijo konkretnih izdelkov, ki bodo skladni z vsebino zavez. Na tem bo velik poudarek tudi v prihodnje. S tem imamo v mislih nove izdelke, ki bodo dani na trg po podpisu zavez in ki bodo po sestavi ustrezali profilom znižane oz. nizke energijske vrednosti in/ali izdelkov z znižano vsebnostjo ali brez vsebnosti sladkorja.



Slika 3: Logotip »Zaveza odgovornosti« (6).

Za promocijske namene je bil oktobra letos oblikovan logotip »Zaveze odgovornosti« (Slika 3), ki ga bomo uporabljali na GZS – Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij, kjer poteka koordinacija aktivnosti, na voljo pa bo tudi vsem podjetjem, podpisnikom zavez za lastne potrebe promocije.

Zaključki

Veliko energije in časa so v preteklosti GZS – Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij ter njeni člani namenili utemeljevanju, zakaj nepopolni davčni ukrepi ne morejo in ne smejo biti v ospredju spreminjanja prehranjevalnih navad porabnika pa tudi ne reševanja problematike debelosti. Da obstajajo številni drugi načini, predvsem pa to, da je uspešne premike in napredek pri reševanju problematike debelosti, kjer govorimo o kompleksnem multifaktorskem pojavu, mogoče doseči samo s tvornim in konstruktivnim dialogom med vsemi deležniki, v zadnjem času dokazujejo aktivnosti na nacionalni ravni, v katere je vpletena tudi živilskopredelovalna industrija oz. posamezni sektorji. Zaveze odgovornosti so dosežek, ki ga je treba poudariti, pa ne zato, ker bi se želel sektor samopromovirati; dejstvo je, da bodo zaveze lahko bistveno prispevale k uresničevanju in doseganju ciljev, opredeljenih v strateškem dokumentu Republike Slovenije s področja prehranske politike. Zaveze odgovornosti so eden izmed ukrepov, ki jih želimo v ta namen spromovirati.

Čeprav smo o zvezah odgovornosti na GZS – Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij razmišljali že nekaj let, so pravzaprav nastale v času, ko je Slovenija dobila tudi nov strateški dokument s področja prehranske politike. Danes se zaveze odgovornosti sektorja brezalkoholnih pijač že implementirajo, novi/preoblikovani izdelki so na trgu že na voljo slovenskemu porabniku. Verjamemo, da bo po enem letu od podpisa zavez opazen napredek v dobrih praksah podjetij, ki se bodo samo še stopnjevale na področju označevanja, oglaševanja, predstavljanja in trženja izdelkov. Omejevanje aktivnosti na področju trženja in oglaševanja bo v prvi vrsti usmerjeno k občutljivim ciljnim skupinam, kot so otroci, mlajši od 12 let.

Zaveze odgovornosti pa ne bodo dosegle svojega pravega namena, če tudi drugi deležniki ne bodo prepoznali svoje vloge pri doseganju skupnih ciljev. Vsak deležnik bo moral poskrbeti za svoj prispevek k razpravi o temah, povezanih s prehrano in z zdravjem. Spodbudno je dejstvo, da je prav živilskopredelovalna industrija tista, ki utira pot samoiniciativi, in prav to je že obrodilo številne sadove na področju medsektorskega sodelovanja na nacionalni ravni.

Literatura

1. KAPOŠ, 2015. Kazalniki poslovanja za leto 2014. Gospodarska zbornica Slovenije. Ljubljana.
2. ReNPPTDZ, 2015. Resolucija o nacionalnem programu prehrane in telesne dejavnosti za zdravje. Uradni list Republike Slovenije, št. 58/2015: 2441.
3. Canadean, 2015. Canadean Wisdom 2015 Annual Cycle. Interni podatki UNESDA, Bruselj.
4. NIJZ, 2015. Že skoraj vsak drugi mladostnik redno zajtrkuje. Nacionalni inštitut za javno zdravje: <http://www.nijz.si/ze-skoraj-vsak-drugi-mladostnik-redno-zajtrkuje-0-01.12.2015>.
5. UNESDA. Products. UNESDA, Bruselj: <http://www.unesda.eu/products-ingredients/products/>. <01.12.2015>.
6. GZS – ZKŽP, 2015. Logotip »Zaveza odgovornosti«. Gospodarska zbornica Slovenije-Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij. Ljubljana.