

Proizvajalci brezalkoholnih pijač predstavili zaveze sektorja

Enajst proizvajalcev brezalkoholnih pijač se je včeraj podpisalo na listino s petimi zavezami, med katerimi so tudi restrikcije oglaševanja otrokom.

E. R., gospodarstvo
čet, 17.09.2015, 10:13



Proizvajalci brezalkoholnih pijač se se zavezali, da izdelkov ne bodo oglaševali otrokom, mlajšim od 12 let. Foto: Mavric Pivk/Delo

Radenci – Enajst podjetij iz sektorja proizvodnje brezalkoholnih pijač se je včeraj podpisalo na listino s petimi zavezami, s katerimi želijo opozoriti na svojo proaktivnost in pripravljenost na konstruktiven dialog z drugimi deležniki za doseganje ciljev prehranske politike. Doprinos sektorja k temu bo implementacija zavez. Slavnostnega dogodka so se udeležili tudi Dejana Židan, Milojka Kolar Celarc in Maja Makovec Brenčič.

»Danes je pomemben dan. Po letu razprav lahko predstavimo javnosti zaveze sektorja na področju prehrane in zdravja. Z njimi bi radi opozorili, da hoče tudi sektor brezalkoholnih pijač sodelovati in prispevati k uresničevanju ciljev strategije Republike Slovenije na področju prehranske politike,« pravi direktorica GZS-Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij dr. Tatjana Zagorc.

Podjetja podpisniki (Coca-Cola HBC Slovenija, Costella, Dana, Droga Kolinska, Fructal, Nektar Natura, Pivovarna Laško, Pivovarna Union, Radenska, Vipi, Vital Mestinje) se se zavezali, da izdelkov iz kategorije brezalkoholnih pijač ne bodo oglaševali 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 prednji strani embalaže na lastnih blagovnih znamkah,

da bodo potrošniku ponujali različne izdelke različnih prehranskih profilov (glede energijske vrednosti in/ali vsebnosti sladkorja) ter da bodo spodbujali zdrav življenjski slog svojih zaposlenih in širše družbe.

»Sektor industrije brezalkoholnih pijač je prepričan, da imajo lahko ukrepi samoregulative, razvite v sodelovanju z vladnimi organi in civilno družbo, močan vpliv na vedenje potrošnika. Zaveze odsevajo prepričanje sektorja brezalkoholnih pijač, da je dobro informiran potrošnik sposoben izbrati sebi najprimernejši izdelek tudi v segmentu brezalkoholnih pijač glede na osebni življenjski slog,« pravi predsednik Sekcije proizvajalcev brezalkoholnih in alkoholnih pijač pri GZS-ZKŽP Matjaž Zupin iz Pivovarne Union.