

Θέση της UNESDA για τα αναψυκτικά και τη διαφήμιση σε παιδιά

Η ευρωπαϊκή βιομηχανία αναψυκτικών και λοιπών μη αλκοολούχων ποτών έχει δεσμευθεί να ενεργεί υπεύθυνα σε επίπεδο διαφήμισης και επικοινωνίας. Οι δεσμεύσεις αυτές παρακολουθούνται από ανεξάρτητους εξωτερικούς ελεγκτές, συμπεριλαμβανομένης της PriceWaterhouseCoopers.

Από το 2006, τα εταιρικά μέλη της UNESDA έχουν αναλάβει τις εξής δεσμεύσεις:

- Να μην διαφημίζουν τα προϊόντα τους σε προγράμματα που απευθύνονται σε παιδιά κάτω των 12 ετών στην τηλεόραση, σε έντυπα ή ηλεκτρονικά μέσα (συμμόρφωση κατά 99%, όπως προκύπτει από ανεξάρτητους ελέγχους)
- Να μην προσφέρουν τα προϊόντα τους προς πώληση σε δημοτικά σχολεία και στις 28 χώρες της ΕΕ (συμμόρφωση κατά 95%, όπως προκύπτει από ανεξάρτητους ελέγχους)
- Σε σχολεία της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, όπου τέτοια προϊόντα είναι διαθέσιμα, να πωλούνται σε αυτόματους πωλητές δίχως διακριτικά επωνυμίας ως μέρος ευρείας ποικιλίας και επιλογής προϊόντων. Σε αυτά θα συμπεριλαμβάνονται το νερό, οι χυμοί, καθώς και τα ροφήματα με χαμηλή περιεκτικότητα σε ζάχαρη ή καθόλου ζάχαρη (συμμόρφωση κατά 84%, όπως προκύπτει από ανεξάρτητους ελέγχους)

Από το 2010, τα εταιρικά μέλη της UNESDA έχουν δεσμευθεί να:

- Μην προωθούν τα προϊόντα τους σε ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης που απευθύνονται σε παιδιά κάτω των 12 ετών (συμμόρφωση κατά 100%, όπως προκύπτει από ανεξάρτητους ελέγχους)
- Μην χρησιμοποιούν στις δικές τους εταιρικές ιστοσελίδες εικόνες που θα ήταν ελκυστικές για παιδιά κάτω των 12 ετών (συμμόρφωση κατά 95%, όπως προκύπτει από ανεξάρτητους ελέγχους)

Πηγή: <http://www.unesda.eu/wp-content/uploads/2014/08/UNESDA-statement-on-Soft-drinks-and-marketing-to-children.pdf>