

Zodpovědná reklama

Praha, 01.09. 2014

Společnost Nestlé, přední výrobce značkových nápojů a potravin, si uvědomuje svou odpovědnost při podpoře vyváženého jídelníčku a zdravého životního stylu, a to především u dětí. Naše výrobky proto uvádíme na trh zodpovědně. Kromě striktního dodržování legislativy a příslušných předpisů jsme přijali interní – mnohdy přísnější – pravidla komunikace a marketingu a zasazujeme se též o přijímání dalších dobrovolných závazků v rámci celého potravinářského průmyslu. Jsme proto zakládajícím členem platformy „Evropský závazek“ (EU Pledge).

Dětská obezita je čím dál tím palčivějším problémem i v Evropě. V roce 2007 proto 11 předních výrobců potravinářského průmyslu, mezi nimi i Nestlé, založilo platformu EU Pledge. (více na www.eu-pledge.eu) zaměřenou na dobrovolnou regulaci reklamy cílené na děti.

Principy zodpovědné komunikace se spotřebiteli však patří mezi základy podnikání společnosti Nestlé již dlouho. Poprvé byly publikovány spolu se „Základními principy podnikání“ roku 1999.

Komunikace (především v TV, v tištěných ale také v online médiích) zaměřená na děti musí mimo jiné:

- podporovat střídmost, zdravé stravovací návyky a fyzickou aktivitu,
- nesmí podkopávat autoritu rodičů,
- nesmí být zavádějící, pokud jde o možný přínos plynoucí z užití výrobku, nesmí vytvářet nerealistická očekávání, např. získání popularity mezi vrstevníky,
- nesmí vytvářet dojem naléhavosti,
- nesmí vést k obtížím v rozeznávání mezi reálným a imaginárním.



V roce 2011 jsme se zavázali, že **upustíme od reklamních aktivit zaměřených na děti do šesti let**. V komunikaci určené pro děti od **6 do 12 let mohou být pouze výrobky, jejichž výživový profil dětem pomáhá udržovat vyvážený jídelníček. Zároveň jsou stanovena omezení obsahu některých ingrediencí, např. cukru, soli či tuku, která vycházejí z výživových doporučení Světové zdravotnické organizace (WHO).**

Kromě těchto pravidel a dobrovolných závazků podporuje společnost Nestlé v České republice a na Slovensku vyváženou a pestrou stravu a zdravý životní styl prostřednictvím programu **Plus pro Vás od Nestlé**. Tento program zahrnuje webový portál www.plusprovas.cz (www.plusprevas.sk) přinášející spotřebitelům informace a tipy o tom, jak se správně stravovat a také jak udržet optimální kondici díky dostatku pohybu. Pod záštitou programu probíhají různé outdoorové aktivity zaměřené na zdravý životní styl, v letošním roce např. Maminy Cup nebo Strolling.

Na podporu zdravé výživy dětí se zase zaměřuje program **Nestlé Healthy Kids**, který základním školám přináší moderní vzdělávací pomůcky pro výuku o zdravé výživě. Více o programu [zde](#).

Kontakt pro média: Vratislav Janda, tiskový mluvčí, Vratislav.Janda@cz.nestle.com, tel: +420 2 6132 2976

Andrea Brožová, korporátní komunikace, Andrea.Brozova@cz.nestle.com, tel: +420 724 420 148

NESTLÉ je přední světovou potravinářskou firmou, podnikající v oblasti výživy, zdraví a zdravého životního stylu. Počátkem 90. let 20. století se stala strategickým investorem do českého a slovenského potravinářského průmyslu. V Česku NESTLÉ vyrábí ve svých závodech ZORA Olomouc a SFINX Holešov čokoládové a nečokoládové cukrovinky pod značkami ORION, STUDENTSKÁ PEČEŤ, DELI, MARGOT, MODRÉ Z NEBE, BON PARI, JOJO a další. Na Slovensku vyrábí v závodě Carpathia Prievidza široký sortiment kulinářských výrobků pod značkami MAGGI a CARPATHIA. NESTLÉ uvádí na trh také dovážené potraviny pod mezinárodními značkami, jako jsou tyčinky KIT KAT, instantní káva NESCAFÉ, kojenecká a dětská výživa NESTLÉ, potrava pro domácí zvířata PURINA, FRISKIES a DARLING. Prostřednictvím společnosti Cereal Partners jsou uváděny na trh snídaňové cereálie Nestlé. Divize Nestlé Health Science dodává na trh výrobky pro pacienty se speciálními výživovými potřebami (např. Isosource, Novasource).

Podnikání Nestlé se celosvětově řídí konceptem tzv. vytváření sdílené hodnoty (Creating Shared Value), který vyjadřuje základní přístup Nestlé ke společenské odpovědnosti firem. Vychází z myšlenky, že pro dlouhodobou úspěšnost podnikání je nezbytné, aby přinášelo hodnotu nejen vlastním akcionářům, ale také společnosti, ve které působí. www.nestle.cz