Industria soft drink non venderà bibite zuccherate in scuole primarie

coca-cola-6c1d100f

L’industria europea dei soft drink, rappresentata da **UNESDA**, ha annunciato che **cesserà volontariamente di vendere bevande che contengono zuccheri nelle scuole secondarie di tutta l’Unione Europea**. Questa decisione conferma l’impegno, da parte delle industrie del settore, di portare avanti **politiche di marketing responsabili verso i bambini e gli adolescenti** e di aggiungere un altro tassello a una policy del 2006, che ha introdotto specifiche limitazioni alle forme di promozione e pubblicità nei canali diretti a bambini sotto i 12 anni e di non vendere bibite nella scuola primaria (anche tramite distributori automatici).

L’impegno sarà esteso gradualmente in tutti i 28 membri dell’Unione Europea, che avranno tempo fino alla fine del 2018 per adeguarsi. Da quel momento in poi, tutte le aziende che aderiscono a UNESDA venderanno **solo bibite a ridotto contenuto calorico o senza calorie, oltre alle bottigliette di acqua**, considerato dagli associati il principale drink che dovrebbe essere disponibile e presente nelle scuole dei bambini. UNESDA ritiene che questa azione presa su base volontaria coinvolgerà oltre 50.000 scuole secondarie e più di 40 milioni di giovani studenti in tutti i paesi europei.

Questa decisione è l’ultima tappa importante intrapresa dall’industria dei soft drink nello sforzo di **contribuire a ridurre l’obesità**. Si aggiunge all’impegno di UNESDA, fatto all’inizio di quest’anno, per **ridurre gli zuccheri aggiunti nei suoi prodotti di un ulteriore 10% entro il 2020**, oltre alla riduzione del 12% già effettuata dal 2000 al 2015. UNESDA, di cui fanno parte aziende del calibro di **Coca-Cola, Fanta, Lipton, Oasis, Orangina, Pepsi, Schweppes e Sprite** – opera nell’unico settore in Europa ad aver portato avanti una tale politica sulla riduzione di zucchero, un’azione accolta ampiamente dagli stakeholder.

“Come industria siamo fermamente impegnati a servire in maniera responsabile i consumatori di tutte le età, in tutta Europa e siamo contenti di annunciare che rimuoveremo volontariamente la vendita delle bevande che contengono zuccheri da tutte le scuole dell’Unione Europea” spiega **Stanislas de**

Gramont, presidente UNESDA e CEO di Suntory Beverage & Food Europe. “Questa nuova iniziativa rafforza ulteriormente la policy di successo esistente, che è stata comprensibilmente implementata in tutte le scuole primarie negli ultimi 10 anni e assicurerà che la nostra industria non fornirà bevande che contengono zucchero aggiunto ai giovani durante i giorni di scuola.”

L’iniziativa risponde al **cambiamento delle abitudini alimentari** e alla consapevolezza che è sempre più richiesta un’attenzione particolare nelle scuole. Il settore dei soft drinks ha assunto il ruolo di guida nelle policy responsabili nelle scuole e verso i bambini: da oltre un decennio le aziende associate a UNESDA non hanno fatto pubblicità di alcun loro prodotto ai bambini sotto i 12 anni e i soft drink sono stati completamente tolti dalla scuola primaria. Nelle scuole secondarie l’industria assicura che, ogni qualvolta i soft drink sono forniti direttamente, si tratta di un’azione presa in accordo con le autorità scolastiche e i genitori. Il report europeo dell’OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) - l’obesità negli Adolescenti e i relativi comportamenti, trend e disparità 2002-2014 - conferma la recente **notevole diminuzione nel consumo presunto/affermato di soft drink zuccherati**.

“Rimuovere le vendite di bibite con zucchero aggiunto dalle scuole secondarie di tutta Europa rappresenta l’ultimo significativo passo che la nostra industria sta intraprendendo per aiutare le persone di tutte le età a fare scelte informate e responsabili sulle bevande creando contemporaneamente contesti di cibo sano per bambini e adolescenti” affermano **Dan Sayre e Nikos Koumettis**, da parte di The Coca Cola Company in Europa. “Coca-Cola è contenta di aver attivamente supportato questo percorso negli ultimi 10 anni eliminando in prima battuta tutte le sue bevande dalla scuola primaria e, oggi, estendendo ulteriormente questo impegno ed è orgogliosa di essere parte attiva di uno sforzo più ampio di ridurre gli zuccheri aggiunti del 10% dal suo portfolio entro il 2020.”

“Bambini e adolescenti rappresentano un pubblico speciale che ha bisogno di una particolare attenzione e siamo completamente consapevoli del ruolo svolto dalla nostra industria nel rendere capaci i nostri giovani consumatori di realizzare scelte salutiste. Siamo molto soddisfatti di vedere che l’impegno che la nostra azienda ha intrapreso diversi anni fa ora è stato adottato dall’intero settore. Così come questo avrà un effetto positivo che dura nel tempo sulle diete di una gran parte di persone” commenta **Cesar Melo**, Senior Vice President Categories and Franchises Europe Sub-Saharan Africa&Presidente Sub–Saharan Africa, da parte di PepsiCo. “Si adatta perfettamente alla nostro programma **'Performance with Purpose'** in cui puntiamo a raggiungere gradualmente forti performance finanziarie di sostenibilità in modo reattivo ai bisogni della società.”

Terze parti indipendenti come P**riceWaterhouseCooper** monitoreranno il rispetto dell’impegno e i risultati saranno condivisi con le autorità europee e con l’industria del food.