

COMPROMISSOS SUMOL+COMPAL SOBRE PUBLICIDADE E MARKETING DIRIGIDOS A CRIANÇAS, NO ÂMBITO DA PROMOÇÃO DE ALIMENTAÇÃO, ACTIVIDADE FÍSICA E SAÚDE

A SUMOL+COMPAL, enquanto empresa líder do mercado de bebidas não alcoólicas de alta rotação em Portugal, reconhece e assume a sua responsabilidade na promoção de estilos de vida saudáveis junto dos seus consumidores. Uma das concretizações fundamentais dessa responsabilidade é o papel activo que tem mantido no desenvolvimento e disponibilização de produtos nutricionalmente equilibrados, permitindo ao consumidor uma escolha ampla e livre dentro de um portefólio completo e diversificado.

Em consonância com este princípio, a SUMOL+COMPAL aderiu voluntariamente em Outubro de 2009 à iniciativa liderada pela FIPA de estabelecimento de princípios na comunicação de marcas com crianças, revendo-se no propósito de se comprometer com auto-regulação no que diz respeito a um segmento da população com características particulares, nomeadamente no que diz respeito à promoção de um estilo de vida saudável.

Pontos prévios

- Entendemos como marcas pertencentes à SUMOL+COMPAL todas aquelas que são propriedade desta empresa e são comercializadas no mercado nacional Português. À data, essas marcas são: Sumol, Compal, B! Ice Drinks, Um Bongo, Frize, Água Serra da Estrela, Tagus, Gud e Citro.
- Estão excluídas deste compromisso marcas que sendo distribuídas em um ou mais canais de venda pela SUMOL+COMPAL não são sua propriedade, nem responsabilidade sua a gestão da comunicação com consumidores.
- Tal como definido na carta de compromisso proposta pela FIPA, entendemos como “crianças” todos os indivíduos menores de 12 anos.

PRINCÍPIOS DE COMUNICAÇÃO

1. Promoção de estilos de vida saudáveis

- a. A SUMOL+COMPAL compromete-se a ter um papel activo na promoção de estilos de vida saudáveis junto de crianças e jovens.

O exemplo mais proeminente deste compromisso é o projecto de desporto escolar Compal Air, desenvolvido em conjunto com a Federação Portuguesa de Basquetebol e a área de Desporto Escolar do Ministério da Educação. Este

sumol+compal

Sociedade Aberta
Sede: Estrada da Portela, 9 - 2790-124 Carnaxide
N.º Único de Matricula e Pessoa Colectiva: 500277486
Conservatória do Registo Comercial de Cascais
Capital Social: EUR 100.092.500

DP. 2



sumol+compal

É da nossa natureza.

projecto tem 6 anos de existência, envolvendo mais de 30.000 jovens em idade escolar, espalhados por mais de 900 escolas, num torneio escolar nacional. O Compal Air foi distinguido em 2010 com o prémio “Sports Inspiring Young People” pelo Comité Olímpico Internacional. Segundo esta entidade, este projecto de desporto para crianças e jovens é o melhor que se realiza em Portugal.

De destacar ainda outros exemplos, tais como o “Sumol Snow Trip” e o “Sumol Surf Camp”, ambas iniciativas da marca Sumol que agregam várias centenas de jovens todos os anos num convívio em torno de modalidades desportivas como o Surf e o Snowboard.

- b. A SUMOL+COMPAL compromete-se a inovar e reformular de forma contínua o seu portefólio de produtos, colocando ao dispor dos seus consumidores um número crescente de produtos nutricionalmente equilibrados, em linha com as necessidades resultantes de estilos de vida progressivamente mais sedentários e desequilibrados, com prevalência de dietas alimentares inadequadas, que contribuem para o agravamento dos problemas de excesso de peso e obesidade da população, nomeadamente nos seus escalões mais jovens.

Exemplos recentes deste compromisso são o lançamento de Um Bongo de 100% Fruta, sem adição de açúcar, o desenvolvimento e lançamento de soluções para reforço do consumo de fruta, como Compal Essencial, a aposta contínua em propostas de baixas calorias como Compal Light ou Sumol Zero, ou o investimento crescente em produtos funcionais com alto teor de antioxidantes, na marca Compal Vital.

Estes exemplos recentes são reforçados com o esforço contínuo de evolução de formulações mais antigas, via redução do teor de açúcar adicionado, esforço esse particularmente visível nas marcas Sumol e Compal, ao longo dos últimos 20 anos.

- c. A SUMOL+COMPAL compromete-se a disponibilizar os seus produtos em doses adequadas para os grupos-alvo aos quais são dirigidos.

Como exemplo, a disponibilização de Compal Clássico (néctar) ou Um Bongo em embalagens de 200ml, adequadas ao respectivo e predominante consumo infantil a que se destinam.

- d. A SUMOL+COMPAL compromete-se a disponibilizar de forma clara nos seus produtos informação nutricional por porção, para os nutrientes alvo das preocupações de saúde pública. Sempre que a sua inclusão na embalagem não for possível devido a limitações da mesma, asseguraremos que a informação será disponibilizada no website de cada marca.

sumol+compal

Sociedade Aberta
Sede: Estrada da Portela, 9 - 2790-124 Carnaxide
N.º Único de Matrícula e Pessoa Colectiva: 500277486
Conservatória do Registo Comercial de Cascais
Capital Social: EUR 100.092.500

DP-2

2. Comunicação responsável para crianças

- a. A SUMOL+COMPAL compromete-se a desenvolver publicidade responsável para as suas marcas, em estrito respeito pelo Código de Conduta do ICAP, destacando os seguintes princípios:
- Não encorajar a um consumo excessivo ou desproporcionado dos produtos comunicados;
 - Não associar directamente os nossos produtos a crianças com peso excessivo ou com peso abaixo da normoponderalidade;
 - Não fazer apelo directamente às crianças no sentido de convencerem os pais a comprar uma marca ou produto específico.
- b. A SUMOL+COMPAL acredita que uma alimentação e estilo de vida saudáveis devem constituir objectivos holísticos, não se reduzindo à mera contabilidade calórica. A fruta constitui um pilar fundamental desse propósito, pelos benefícios nutricionais inerentes, e cujo consumo deve ser promovido junto de crianças (conforme defendido pela OMS¹). Por essa razão, entende a SUMOL+COMPAL não limitar de nenhuma forma a comunicação de produtos com alto teor de fruta e que possam contribuir para esse objectivo, nomeadamente as suas gamas de Sumos e Néctares.
- c. A SUMOL+COMPAL compromete-se a não comunicar em meios de mass media (TV, Rádio, Imprensa e Internet) com audiência predominante de crianças (> 50%) abaixo dos 12 anos produtos não classificáveis quanto ao teor de fruta como Sumos ou Néctares, e que cumpram os seguintes requisitos:
- Açúcar adicionado represente mais de 10% do valor energético total do produto (em kcal);
 - Açúcar adicionado represente mais de 25% do valor energético total do produto (em kcal), caso o seu teor de fibra ultrapasse as 2,5grs por porção;
 - Valor energético (kcal) por porção superior a 5% das necessidades energéticas estimadas (EER - *Estimated Energy Requirement*) diárias tendo como referência uma criança de 8-9 anos (1698 Kcal/dia²).

Consideramos contudo relevante admitir as seguintes excepções:

- Produtos com benefícios funcionais especificamente adaptados a necessidades nutricionais das crianças;

¹ "Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health", World Health Organization (WHO), May 2004

"Diet, Nutrition and the Prevention of Chronic Diseases", World Health Organization (WHO), TRS 916, 2003

"Fruit and Vegetables for Health", Report of a Joint FAO/WHO Workshop, 1-3 September 2004, Kobe, Japan

² "Human energy requirements", Report of a Joint FAO/WHO/UNU Expert Consultation Rome, 17-24 October 2001, pag. 26-27

"Dietary Reference Intakes (DRI), for Energy, Carbohydrate, Fiber, Fat, Fatty Acids, Cholesterol, Proteins and Amino Acids", Food and Nutrition Boards, Institute of Medicine of The National Academies, Washington, 2005



sumol+compal

É da nossa natureza.

- Produtos que representem uma redução relevante no aporte calórico em relação ao produto referência do respectivo mercado (> 20% por porção individual ³).

3. Comunicação em escolas

- A SUMOL+COMPAL compromete-se a não realizar acções específicas de promoção das suas marcas em escolas primárias (escolas do primeiro ciclo). A única excepção a este princípio será a realização de acções com clara componente educacional e de actividade física, previamente aprovadas pelos conselhos directivos das escolas, nas quais não estejam envolvidos produtos cujo consumo seja classificado pelo Ministério da Educação como “a limitar” ou “a não disponibilizar” em meio escolar.
- A SUMOL+COMPAL compromete-se a disponibilizar para venda nas escolas uma gama completa e variada de bebidas, que permita uma escolha alargada por parte dos seus conselhos directivos e inclua as bebidas a promover em ambiente escolar.

A SUMOL+COMPAL entende ser parte integrante deste compromisso a disponibilidade para aceitar sistemas de monitorização para os princípios de auto-regulação com que se compromete, a serem implementados pela FIPA ou por entidades externas certificadas e mandatadas para o efeito pela FIPA.

Este compromisso entrará em vigor a 1 de Janeiro de 2011.

Duarte Pinto
Presidente da Comissão Executiva

Contacto:
José Paulo Machado
Director de Pessoas & Comunicação
Tel: 21 420 00 39
Mail: paulo.machado@sumolcompal.pt



³ Porção recomendada para consumo, dentro da respectiva categoria de produtos

sumol+compal

Sociedade Aberta
Sede: Estrada da Portela, 9 - 2790-124 Carnaxide
Nº. Único de Matricula e Pessoa Colectiva: 500277486
Conservatória do Registo Comercial de Cascais
Capital Social: EUR 100.092.500