

Compromissos da Indústria Alimentar sobre Alimentação, Actividade Física e Saúde

Reformulação nutricional e informação aos consumidores



Compromissos da indústria alimentar sobre Alimentação, Actividade Física e Saúde

Reformulação nutricional e informação aos consumidores

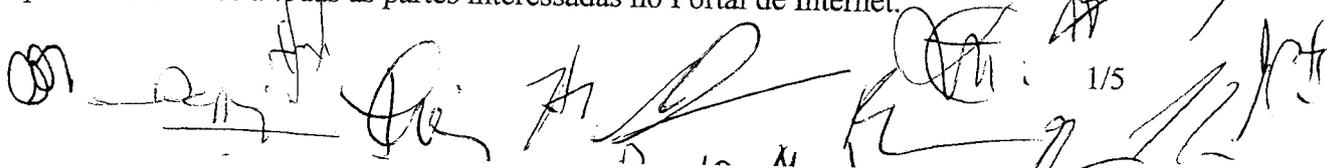
Na qualidade de responsáveis máximos das empresas do sector alimentar e das bebidas, subscritoras deste documento, vimos apresentar o nosso empenhado envolvimento numa estratégia nacional integrada para a promoção de estilos de vida saudáveis.

É hoje amplamente reconhecido que o aumento significativo de certas doenças não transmissíveis (tais como as doenças cardiovasculares, a hipertensão e a diabetes) está directamente relacionado com o aumento de prevalência da obesidade, resultante de uma diversidade de factores entre os quais os maus hábitos alimentares, a reduzida prática de actividade física e as alterações nos estilos de vida das populações.

A Organização Mundial de Saúde já reconheceu que os esforços para orientar as populações para a melhoria da sua alimentação e promoção da saúde requerem uma acção conjunta dos vários parceiros – incluindo o sector privado. Como empresas, assumimos seriamente as nossas responsabilidades e demos já inicio a um conjunto de acções concretas nesse sentido:

- Reformulando os produtos existentes e desenvolvendo inovações que permitem disponibilizar uma crescente diversidade e conseqüentemente opções mais saudáveis;
- Disponibilizando aos consumidores uma informação acrescida e mais clara sobre as características nutricionais dos géneros alimentícios;
- Adoptando medidas voluntárias ao nível do marketing e da publicidade dos géneros alimentícios, particularmente quando dirigidos a crianças;
- Promovendo a actividade física, desporto e estilos de vida saudáveis, incluindo no local de trabalho.

Vimos assim partilhar os **cinco compromissos de acção** que servirão de orientação futura. A monitorização começará a ser desenvolvida no início de 2011, competindo à FIPA apresentar anualmente relatórios dos progressos, publicando-os e disponibilizando-os a todas as partes interessadas no Portal de Internet.

 1/5

Compromisso 1: Composição e disponibilidade dos produtos

A disponibilização aos consumidores de uma gama diversificada de alimentos com diferentes composições nutricionais, que permita uma escolha consciente e informada, é um factor crítico para a mudança dos comportamentos de consumo. Continuaremos a desenvolver esforços individuais para reformular os nossos produtos e para lançar no mercado novos alimentos que suportem os objectivos de melhoria das dietas e redução da obesidade, tais como reduções de sal (de forma consistente com os requisitos de segurança alimentar), açúcares adicionados, gorduras saturadas e ácidos gordos *trans*. Continuaremos ainda a desenvolver esforços ao nível do controlo e, sempre que possível e apropriado, da redução das porções.

Por outro lado, trabalharemos em colaboração com o Governo e parceiros no desenvolvimento de linhas de orientação e estratégias para apoiar o consumidor na redução progressiva dos excessivos níveis de ingestão dos nutrientes colocados no topo das prioridades para a saúde pública.

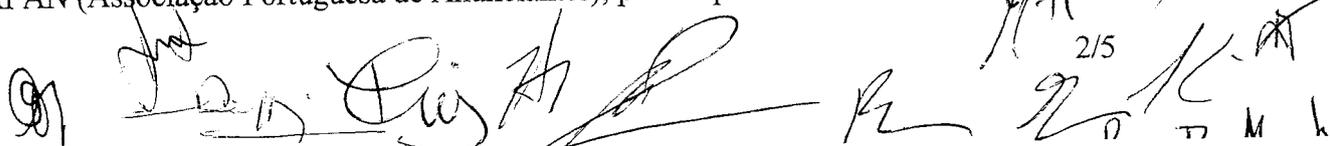
Estamos ainda conscientes das carências nutricionais existentes em grupos específicos de consumidores, pelo que estaremos atentos às oportunidades de desenvolvimento e disponibilização de produtos que possam satisfazer essas necessidades (incluindo os alimentos funcionais).

Compromisso 2: Informação nutricional dirigida aos consumidores

O fornecimento de informação nutricional aos consumidores constitui o pilar de qualquer política que vise melhorar as dietas menos equilibradas. No mínimo, disponibilizaremos nas embalagens dos nossos produtos informação nutricional por porção para os nutrientes chave nas preocupações da saúde pública. Sempre que a sua inclusão na embalagem não for possível (devido a limitações de espaço ou ao tipo de embalagem) asseguraremos que a informação será disponibilizada por outras vias (*websites*, panfletos, linhas de apoio, etc.).

Compromisso 3: Marketing e publicidade dirigidos a crianças

Com o objectivo de dar a maior abrangência possível e a devida prioridade a este compromisso, as empresas do sector agro-alimentar acordaram elaborar um documento conjunto entre a FIPA (Federação das Indústrias Portuguesas Agro-Alimentares) e a APAN (Associação Portuguesa de Anunciantes), para o qual se remete.



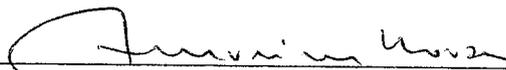
Compromisso 4: Promoção da actividade física e estilos de vida saudáveis

Onde possível, utilizaremos as comunicações de marketing e/ou colaboraremos com as autoridades públicas e outros parceiros para estimular o aumento da consciencialização dos consumidores para as dietas equilibradas, bem como para ajudar a promover o aumento da actividade física e adopção de estilos de vida mais saudáveis – incluindo nos locais de trabalho. Todos os anos daremos exemplos da forma como estas campanhas estão a ser implementadas.

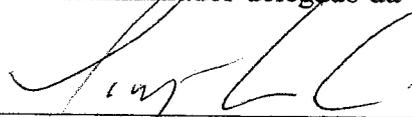
Compromisso 5: Parcerias

Estamos conscientes da dimensão dos desafios assumidos e da necessidade de trabalhar em conjunto com o Governo, nomeadamente com o Ministério da Saúde, que tutela a Plataforma Nacional Contra a Obesidade, o Ministério da Educação e a Presidência do Conselho de Ministros, associações profissionais e outros parceiros públicos. Disponibilizaremos o nosso tempo, conhecimento e recursos para apoiar parcerias público-privadas que visem atingir os objectivos nacionais.

Subscvem a 05 de Novembro de 2009,



Rui Amorim de Sousa
Administrador-delegado da Cerealis



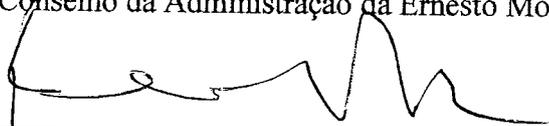
Juan Arca
Director-geral da Coca-Cola Portugal



Michel Bruno Fromage
Director-geral da Danone Portugal

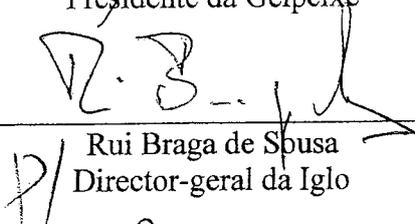


Ernesto José Morgado
Presidente do Conselho da Administração da Ernesto Morgado, S.A

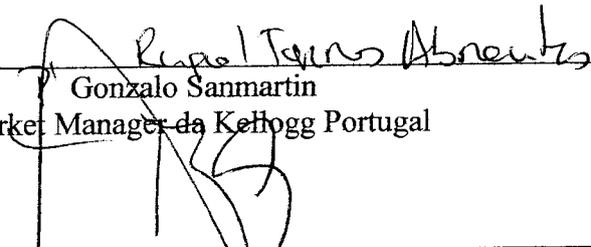


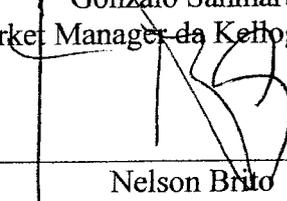
Paula Ferraz
Sócia-gerente da Ferraz & Ferreira, Lda.


Manuel Tarré
Presidente da Gelpex

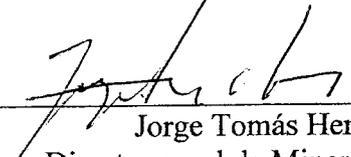

Rui Braga de Sousa
Director-geral da Iglo

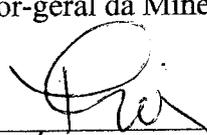

Paulo Soares
Presidente da Indústrias de Carnes Nobre, SA

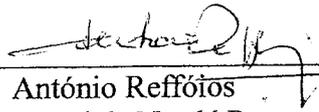

Gonzalo Sanmartin
Market Manager da Kellogg Portugal

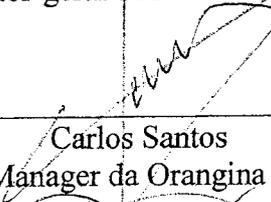

Nelson Brito
Managing Director da Kraft Foods Portugal

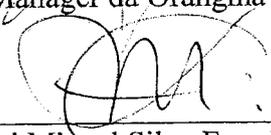

Malte Dammann
Director-geral da Mars Portugal

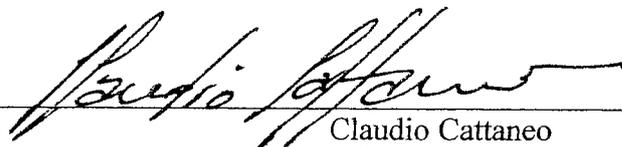

Jorge Tomás Henriques
Director-geral da Mineraqua Portugal


José Fortunato
Administrador da Modelo Continente Hipermercados, SA

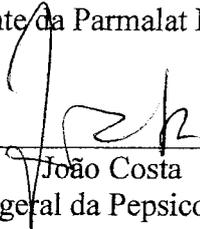

António Reffóios
Director-geral da Nestlé Portugal


Carlos Santos
Country Manager da Orangina Schwepps

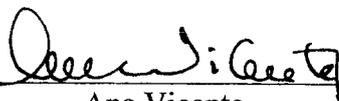

Rui Miguel Silva Ferreira
Administrador-delegado da Panpor / Neopanpor



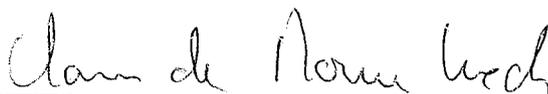
Claudio Cattaneo
Gerente da Parmalat Portugal



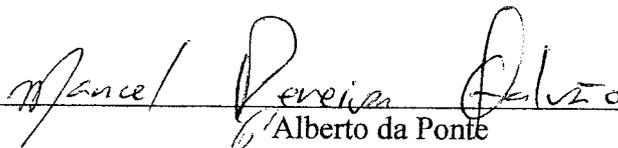
João Costa
Director-geral da Pepsico Matutano



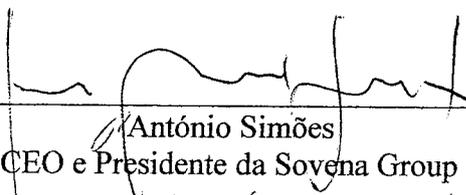
Ana Vicente
Direcção de Marketing da Pescanova



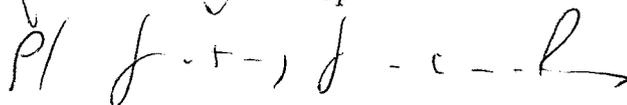
Clara Moura Guedes
Administradora-delegada da Queijo Saloio



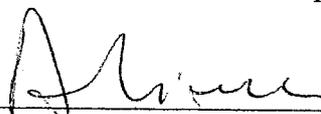
Alberto da Ponte
Presidente da Comissão Executiva da Sociedade Central de Cervejas e Bebidas



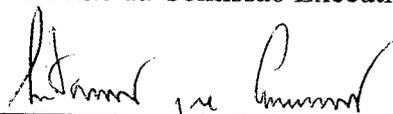
António Simões
CEO e Presidente da Sovena Group



Duarte Pinto
CEO da Sumol + Compal



António Pires de Lima
Presidente da Comissão Executiva da Unicer



António Casanova
CEO da Unilever Jerónimo Martins