



4.

ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ

# ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

ΚΑΙ ΤΟΥΣ

# ΠΕΛΑΤΕΣ ΜΑΣ



# ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗ



## ΕΞΕΛΙΣΣΟΥΜΕ ΤΟ ΧΑΡΤΟΦΥΛΑΚΙΟ ΜΑΣ ΣΕ ΕΝΑΝ ΚΟΣΜΟ ΠΟΥ ΑΛΛΑΖΕΙ ΔΙΑΡΚΩΣ

Ο κόσμος και η χώρα μας αλλάζουν και μαζί τους αλλάζουμε και εμείς. Προχωράμε μπροστά και **ΕΞΕΛΙΣΣΟΜΑΣΤΕ**. Η νέα μας στρατηγική στοχεύει σε μία βιώσιμη ανάπτυξη, η οποία έχει στο επίκεντρο τις εξελισσόμενες ανάγκες των καταναλωτών και των πελατών μας και δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην καινοτομία, την υπεύθυνη ανάπτυξη και την προσφορά στους συνανθρώπους μας, με τους οποίους μοιραζόμαστε τον ίδιο πλανήτη και τους ίδιους φυσικούς πόρους.

Η κατανάλωση λιγότερης ζάχαρης αποτελεί σημαντικό ζήτημα παγκοσμίως. Γι' αυτό, **ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΥΜΕ** τη μακροπρόθεσμη στρατηγική μας, με στόχο να προσφέρουμε στους καταναλωτές μας προϊόντα που ανταποκρίνονται στις εξελισσόμενες ανάγκες τους, αλλά και για να τους βοηθήσουμε να καταναλώνουν λιγότερη ζάχαρη, μέσω μίας σειράς πρωτοβουλιών που αφορούν στα προϊόντα μας και τον τρόπο που επικοινωνούμε με τους καταναλωτές μας για αυτά.

Στάδιο στην αλυσίδα αξίας  
όπου πραγματοποιείται η  
κατανάλωση των προϊόντων  
της εταιρείας μας

## Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΑΣ

### Δεσμευόμαστε για μείωση της ζάχαρης στα προϊόντα μας

Υποστηρίζουμε τη σύσταση του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας σύμφωνα με την οποία οι άνθρωποι θα πρέπει να μειώσουν την ημερήσια πρόσληψη πρόσθετης ζάχαρης σε λιγότερο από 10% της ημερήσιας πρόσληψης ενέργειας (θερμίδων) και έχουμε ήδη ξεκινήσει το ταξίδι μας προς αυτή την κατεύθυνση.

**Εστιάζουμε στα προϊόντα που παράγουμε και εμπορευόμαστε, δίνοντας έμφαση στις εξής ενέργειες:**

- **Εξελίσσουμε τις συνταγές των προϊόντων μας** για να εισάγουμε τα χαρακτηριστικά και τα συστατικά που αναζητούν οι καταναλωτές.
- **Εισάγουμε διαφορετικά προϊόντα και προσδιορίζουμε νέες κατηγορίες προϊόντων** πέρα από τα αναψυκτικά, προκειμένου να ανταποκριθούμε στις εξελισσόμενες γευστικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των καταναλωτών και των πελατών μας.

**- Μειώνουμε την περιεκτικότητα σε ζάχαρη**  
των προϊόντων μας και αναζητούμε καινούρια γλυκαντικά και άλλες εναλλακτικές της ζάχαρης.

**- Διαθέτουμε**

**17 προϊόντα αναψυκτικών με λίγες ή καθόλου θερμίδες,**

συμπεριλαμβανομένων των 3 διαφορετικών επιλογών Coca-Cola χωρίς θερμίδες.

**- Σαν αποτέλεσμα των συνεχιζόμενων πρωτοβουλιών μας στην Κύπρο, τα τελευταία 10 χρόνια**

**έχουμε μειώσει κατά 26%\* τις θερμίδες**  
στα αναψυκτικά μας.

**- Παρέχουμε**

**μικρότερες και πιο εύχρηστες συσκευασίες, που κάνουν πιο εύκολη τη διαχείριση της πρόσληψης ζάχαρης**

**- Προσφέρουμε 8 διαφορετικά μεγέθη συσκευασίας** από 150ml έως τις οικογενειακές συσκευασίες 2L.

- Δίνουμε **ξεκάθαρη πληροφόρηση για τα προϊόντα και τα συστατικά τους** στην μπροστινή και πίσω όψη των συσκευασιών μας, επιτρέποντας στους καταναλωτές να επιλέγουν αυτά που ταιριάζουν στους ίδιους και τις οικογένειές τους. Επισημαίνουμε, επίσης, τις μερίδες ανά συσκευασία στις ετικέτες των μπουκαλιών (π.χ. 1,5L = 6 ποτήρια των 250ml).

**- Ενισχύουμε τη διάθεση και την προώθηση των light επιλογών** των προϊόντων μας.

Όλα τα συστατικά των προϊόντων μας είναι εγκεκριμένα από αναγνωρισμένους φορείς όπως η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων (EFSA), ο Αμερικανικός Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA) και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (WHO).

**Το 2017 παρουσιάσαμε στην Κύπρο δύο καινοτόμα προϊόντα, τη νέα Sprite με χαμηλές θερμίδες και χαμηλή περιεκτικότητα σε ζάχαρη και την Coca-Cola Χωρίς Θερμίδες και με Γλυκαντικό από το Φυτό Στέβια.**



\*Η μείωση βασίζεται στις κατά μέσο όρο θερμίδες ανά 100ml που διατέθηκαν το 2005 συγκριτικά με το 2015 με βάση τον συνολικό όγκο πωλήσεων αναψυκτικών.

## Προσφέρουμε προϊόντα εμπλουτισμένα με βιταμίνες



### Λανίτης Fun!

Προσφέρεται σε ειδικά μελετημένες για τα παιδιά συσκευασίες των 250ml και είναι ένας χυμός εμπλουτισμένος με βιταμίνες B, C, E.

Κάθε συσκευασία καλύπτει το 37,5% της συνιστώμενης ημερήσιας πρόσληψης σε βιταμίνες B, C, E.

Η γεύση με βάση το μήλο είναι 100% φυσικός χυμός χωρίς προσθήκη ζάχαρης και η γεύση με βάση τη φράουλα είναι φρουτοποτό.

### Λανίτης Great Start 6 φρούτα με μια σταγόνα μέλι

Συνδυάζει τα θρεπτικά συστατικά που χρειάζεται ο οργανισμός για ένα πρωινό ξεκίνημα με ενέργεια και τόνωση, σε μία συσκευασία των 250ml και 1L.

Φρουτοποτό 6 φρούτων (μήλο, πορτοκάλι, μπανάνα, ακτινίδιο, ρόδι και ανανάς), μέλι και βιταμίνη C. Μία συσκευασία των 250ml καλύπτει το 100% των ημερήσιων αναγκών σε βιταμίνη C.

### Φρέσκο Γάλα Λανίτη Calcium Plus

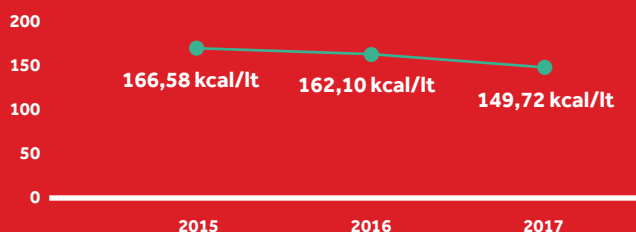
100% κυπριακό γάλα αγελάδας με 1% λιπαρά, παστεριωμένο και ομογενοποιημένο, εμπλουτισμένο με 40% περισσότερο ασβέστιο, μαγνήσιο και βιταμίνη D3.

Διατίθεται σε συσκευασία 1L.

## ΠΩΣ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΜΕ ΤΙΣ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΜΑΣ ΓΙΑ ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΖΑΧΑΡΗΣ ΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΑΣ

Αποτέλεσμα των παραπάνω ενεργειών, είναι η θερμιδική αξία των προϊόντων της εταιρείας **να φτάνει τις 149,72 θερμίδες ανά λίτρο προϊόντος\*\***, αποδεικνύοντας στην πράξη τις μακροχρόνιες προσπάθειές μας να προσφέρουμε στους καταναλωτές μας επιλογές που τους βοηθούν να μειώσουν τις θερμίδες της διατροφής τους.

Μέση θερμιδική αξία ανά λίτρο προϊόντος



GRI G4 – FP6 GRI G4 – FP7

## Πώς διαμορφώνεται η σύνθεση των πωλήσεων των προϊόντων μας ανά κατηγορία προϊόντος;

Η σύνθεση των πωλήσεων (σε λίτρα)  
είχε τα παρακάτω χαρακτηριστικά για το 2017:

62%

των πωλήσεων αφορά προϊόντα που δεν περιέχουν ζάχαρη

(Coca-Cola Zero Μηδέν Ζάχαρη Μηδέν Θερμίδες, Coca-Cola Light Μοναδική Γεύση Χωρίς Ζάχαρη, Coca-Cola Χωρίς Θερμίδες και με Γλυκαντικό από το Φυτό Στέβια, Fanta Light Χωρίς Προσθήκη Ζάχαρης, Sprite Μηδέν Θερμίδες, Schweppes Soda Water, Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΚΥΚΚΟΣ, κρύο τσάι σειράς SugarFree και Monster σειράς Zero)

38%

των πωλήσεων αφορά προϊόντα που περιέχουν ζάχαρη, εκ των οποίων:

- 47% αντιστοιχεί σε αναψυκτικά
- 2,7% αντιστοιχεί σε φρουτοποτά
- 3,5% αντιστοιχεί σε φυσικά σάκχαρα των φρούτων στους φυσικούς χυμούς
- 46,8% αντιστοιχεί στο υπόλοιπο χαρτοφυλάκιο (τσάι, ενεργειακά ποτά)

0,6%

των πωλήσεων αντιστοιχεί σε προϊόντα ενισχυμένα με βιταμίνες, αυξημένες φυτικές ίνες, βιταμίνες, ανόργανα συστατικά, φυτοχημικά ή πρόσθετα τροφίμων

24%

των πωλήσεων αφορά τα γαλακτοκομικά προϊόντα

Πηγή: Εταιρική Έκθεση

δεν διαθέτουμε

προϊόντα που περιέχουν μειωμένο νάτριο\*\*\*

Πηγή: Εταιρική Έκθεση

δεν διαθέτουμε

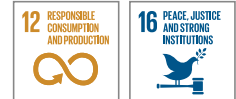
προϊόντα που περιέχουν κορεσμένα λιπαρά (saturated fats, trans fats)

\*\* Η μέση θερμιδική αξία ανά λίτρο προϊόντος αφορά τα μη αλκοολούχα ποτά και δεν περιλαμβάνει τα γαλακτοκομικά προϊόντα και τα chips TSAKIRIS.

\*\*\* Εξαιρείται το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΚΥΚΚΟΣ, το οποίο έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε νάτριο.



# ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ



## ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΜΑΣ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΠΑΡΑΓΟΥΜΕ ΚΑΙ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΜΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΟΡΥΦΑΙΑΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΔΙΑΤΗΡΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΜΑΣ

Στην Α/φοι Λανίτη η ποιότητα και η ασφάλεια των προϊόντων μας είναι **ΑΞΙΕΣ ΑΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΕΣ** και αποτελούν τον πυρήνα της δραστηριότητάς μας, αλλά και τη σημαντικότερη υποχρέωσή μας απέναντι στους καταναλωτές και τους πελάτες μας.

Επενδύουμε συστηματικά με σκοπό να προσφέρουμε στον καταναλωτή το σωστό προϊόν, στη σωστή συσκευασία, στο σωστό σημείο πώλησης και στη σωστή τιμή, με πρωταρχικό μέλημα την ασφάλειά του. Επιπλέον, διατηρούμε στενή συνεργασία με τους πελάτες μας εφαρμόζοντας ειδικά ενημερωτικά προγράμματα για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να χειρίζονται τα προϊόντα μας ώστε να φτάνουν στον καταναλωτή στην υψηλότερη ποιότητα.

Στάδια στην αλυσίδα αξίας που μπορούν να επηρεάσουν την ποιότητα των προϊόντων μας

Η ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ  
ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ  
ΥΛΩΝ ΜΑΣ

Η ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ  
ΤΩΝ ΥΛΙΚΩΝ  
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΜΑΣ

Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΜΑΣ

Η ΔΙΑΝΟΜΗ  
ΚΑΙ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ  
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΑΣ

Η ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ  
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΑΣ  
ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΩΝ  
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΑΣ

## Φροντίζουμε για την υγεία και ασφάλεια του καταναλωτή

Ελέγχουμε την ποιότητα των προϊόντων που παράγουμε και διανέμουμε σε όλα τα στάδια του κύκλου ζωής τους. Εφαρμόζουμε σε τακτική βάση, οργανοληπτικούς, χημικούς, φυσικούς και μικροβιολογικούς ελέγχους για την τήρηση των προδιαγραφών, τόσο των συσκευασιών όσο και των προϊόντων, κατά τα στάδια παραγωγής και διακίνησης. Παράλληλα, όλα τα προϊόντα μας διαθέτουν τις απαραίτητες σημάνσεις, όπως αυτές προβλέπονται από την κυπριακή και ευρωπαϊκή νομοθεσία.

## Τηρούμε αυστηρές προδιαγραφές για την ποιότητα και ασφάλεια των προϊόντων μας καθώς και για τη συσκευασία

Αναπτύσσουμε και εφαρμόζουμε συστήματα, πρότυπα και πρακτικές διασφάλισης της ποιότητας και ασφάλειας των τροφίμων. Διαθέτουμε πολιτική ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων, μέσω της οποίας καταγράφουμε και κοινοποιούμε τις αρχές που τη διέπουν. Επιπλέον, ως εμφιαλωτής των προϊόντων της The Coca-Cola Company, εφαρμόζουμε το πρόγραμμα διαχείρισης ποιότητας KORE, που ορίζει αυστηρές προδιαγραφές για την ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων και την καταλληλότητα της συσκευασίας. Επίσης, οι εργαζόμενοι του τμήματος Ποιότητας συμμετέχουν σε επαναλαμβανόμενα εκπαιδευτικά προγράμματα που αφορούν τη διαχείριση της ποιότητας και την ασφάλεια των τροφίμων.

Περισσότερες πληροφορίες για την Πολιτική Ποιότητας και Ασφάλειας Τροφίμων στο site της εταιρείας: [cycoca-colahellenic.com](http://cycoca-colahellenic.com)





# ΠΩΣ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΜΕ ΤΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΑΣ

GRI G4 – FFS

## Πιστοποιούμε τις μονάδες μας

Όλες οι μονάδες μας είναι πιστοποιημένες κατά ISO 9001 και ISO 22000 & FSSC 22000 (εφαρμόζοντας σύστημα HAC-CP-Hazard Analysis and Critical Control Point), συστήματα τα οποία διασφαλίζουν την υγιεινή και ασφάλεια των προϊόντων, σε όλο τον κύκλο ζωής τους. Επιπλέον, οι μονάδες μας υποβάλλονται σε επιθεωρήσεις ποιότητας από την The Coca-Cola Company και τις Υγειονομικές και Κτηνιατρικές Υπηρεσίες Κύπρου.

## Ελέγχουμε τις μονάδες παραγωγής μας και συνεργαζόμαστε με επιστημονικούς φορείς

Όπως κάθε χρόνο, έτσι και το 2017, έγιναν επαναλαμβανόμενοι έλεγχοι στα εργαστήρια των τριών μονάδων παραγωγής της εταιρείας μας, σύμφωνα με το πλαίσιο των εσωτερικών προτύπων της εταιρείας, το οποίο ξεπερνάει τις απαιτήσεις της νομοθεσίας και του συστήματος ISO 22000. Επιπλέον, σε ετήσια βάση πραγματοποιείται, με τη συμμετοχή όλων των μικροβιολογικών εργαστηρίων των εργοστασίων, ένα μικροβιολογικό «ring test» σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Βουδαπέστης.

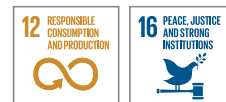
GRI 416-2

## Συμμορφωνόμαστε πλήρως με τη νομοθεσία

Το 2017, δεν υπήρξε κανένα περιστατικό μη νομικής συμμόρφωσης σχετικά με την παροχή και χρήση των προϊόντων μας ή τις επιπτώσεις τους στην υγεία και ασφάλεια των καταναλωτών και ως αποτέλεσμα δεν επιβλήθηκε κανένα σχετικό πρόστιμο από τις αρμόδιες αρχές.



# ΥΠΕΥΘΥΝΟ MARKETING



## ΠΙΣΤΕΥΟΥΜΕ ΟΤΙ ΤΟ ΥΠΕΥΘΥΝΟ MARKETING ΕΙΝΑΙ ΕΝΑΣ ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΜΑΣ

Παράγουμε και διανέμουμε στην αγορά αγαπημένα καταναλωτικά προϊόντα. Μένοντας πιστοί στη δέσμευσή μας για υπεύθυνο marketing, διαφημίζουμε τα προϊόντα μας στους καταναλωτές σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία και τους διεθνείς κώδικες δεοντολογίας και διασφαλίζουμε τη σύννομη και **ΕΓΚΥΡΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ** του κοινού. Επιπλέον, όλες οι συσκευασίες των προϊόντων μας παρέχουν ακριβείς διατροφικές πληροφορίες για το περιεχόμενό τους.

Στάδια στην αλυσίδα αξίας  
όπου εφαρμόζεται  
η Πολιτική μας για το  
υπεύθυνο marketing

Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΜΑΣ

Η ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ  
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΑΣ  
ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ





## Δεσμευόμαστε για την υπεύθυνη προώθηση των ανθρακούχων προϊόντων μας και δεν διαφημίζουμε σε παιδιά κάτω των 12 ετών

Προσφέρουμε ασφαλή, ποιοτικά προϊόντα, τα προωθούμε με υπευθυνότητα και παρέχουμε ξεκάθαρη πληροφόρηση για τη διατροφική τους αξία στους καταναλωτές.

**Δεν διαφημίζουμε και δεν προωθούμε τα ανθρακούχα προϊόντα μας σε παιδιά κάτω των 12 ετών.** Σεβόμαστε το δικαίωμα των γονέων και κηδεμόνων να κάνουν τις κατάλληλες επιλογές για τα παιδιά τους.



Στην Κύπρο, σύμφωνα με τη σχετική νομοθεσία και τους εκδοθέντες από το Υπουργείο Τιμοκαταλόγους που περιλαμβάνουν εξαντλητικές λίστες με τα προς διάθεση προϊόντα, η διάθεση αναψυκτικών δεν προβλέπεται στα σχολικά κυλικεία όλων των βαθμίδων. Συνεπώς, λαμβάνουμε υπόψη τις δεσμεύσεις μας ακόμα και στις περιπτώσεις όπου οι σχολικές αρχές μάς προσεγγίζουν για την υποστήριξη εξωσχολικών ή εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων παιδιών κάτω των 12 ετών (π.χ. σχολικοί χοροί, παραστάσεις, αθλητικές δραστηριότητες). Ενημερώνουμε, επίσης, τους συνεργάτες μας για τις δεσμεύσεις μας, στις περιπτώσεις όπου δεν ελέγχουμε την τελική διανομή των προϊόντων μας στα σχολεία.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, έχουμε συνεργαστεί με την Ένωση Ευρωπαϊκών Συνδέσμων Βιομηχανιών Αναψυκτικών της ΕΕ (UNESDA), με μέλη της βιομηχανίας αναψυκτικών καθώς και με εταιρείες τροφίμων και ποτών (μέσω της Δέσμευσης της ΕΕ – EU Pledge) και όλοι μαζί δεσμευόμαστε για την εφαρμογή ενός ενιαίου πλαισίου που περιλαμβάνει τις κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των υπόλοιπων εμπλεκόμενων ευρωπαϊκών φορέων.

### Στη δέσμευσή μας συμπεριλαμβάνονται:

- Η μη άμεση διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων μας σε παιδιά ηλικίας κάτω των 12 ετών. Συγκεκριμένα:
  - Δεν διαφημίζουμε σε μέσα ενημέρωσης όπου τα παιδιά κάτω των 12 ετών αποτελούν πάνω από το 35% του κοινού.
  - Η πολιτική μας για το Υπεύθυνο Marketing ισχύει για όλα τα μέσα ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένων των τηλεοπτικών εκπομπών, των έντυπων μέσων, των ιστοσελίδων και μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των κινουμένων σχεδίων, των παιχνιδιών, διαγωνισμών και εμπορευμάτων, του marketing μέσω μηνυμάτων και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.
- Η συμμόρφωση με τη δέσμευση της UNESDA για την «Υπεύθυνη Συμπεριφορά στα Σχολεία», για τη μη διάθεση των αναψυκτικών με ζάχαρη σε όλα τα σχολεία της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, σε συμφωνία και με την ισχύουσα κυπριακή νομοθεσία.
- Η αυτό-αξιολόγηση και η στενή αξιολόγησή μας από τρίτους για την τήρηση της συμμόρφωσης των δεσμεύσεων μας στο μέγιστο βαθμό (μεταξύ του 90% και του 100%).

Ως συνέπεια της προσπάθειας του EU Pledge και συγκριτικά με τα στοιχεία του 2005, τα παιδιά κάτω των 12 ετών βλέπουν πλέον 84% λιγότερες τηλεοπτικές διαφημίσεις για προϊόντα με πολλά λιπαρά, αλάτι και σάκχαρα που δεν ανταποκρίνονται στις συμφωνημένες διατροφικές κατευθυντήριες αρχές.

## Προσφέρουμε ξεκάθαρη πληροφόρηση για τα προϊόντα μας και τα συστατικά τους

Παρέχουμε στους καταναλωτές μας ξεκάθαρη πληροφόρηση που τους βοηθά να κάνουν τις επιλογές που εκείνοι θέλουν. Στην Κύπρο, εδώ και 9 χρόνια, έχουμε υιοθετήσει το σύστημα της Ενδεικτικής Ημερήσιας Πρόληψης (GDAs), αναγράφοντας τις θερμίδες στην συσκευασία των προϊόντων μας.

Κατά αντιστοιχία, το σημερινό σύστημα διατροφικής επισήμανσης με τις τιμές Προσλαμβανόμενης Ποσότητας Αναφοράς (RI) δείχνει πόση ενέργεια (θερμίδες), ζάχαρη, λίπος, κορεσμένα λιπαρά και αλάτι περιέχεται ανά μερίδα προϊόντος, καθώς και το ποσοστό που αντιπροσωπεύει η ποσότητα αυτή σε σχέση με τις καθημερινές διατροφικές ανάγκες του μέσου ατόμου.

## Η διατροφική επισήμανση επιτρέπει στους καταναλωτές να ελέγχουν την ποσότητα που προσλαμβάνουν σε ζάχαρη και θερμίδες, συμβάλλοντας στην προσπάθειά τους για έναν ισορροπημένο τρόπο ζωής.

Σε συνεργασία με ευρωπαϊκές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης και παρασκευής προϊόντων, έχουμε ταχθεί υπέρ ενός συνεκτικού, εναρμονισμένου σχήματος διατροφικής επισήμανσης στην ΕΕ. Δεσμευόμαστε εθελοντικά για την τοποθέτηση διατροφικής επισήμανσης για την ενέργεια/θερμίδες, στην μπροστινή όψη όλων των προϊόντων μας σε όλες τις αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

## Διασφαλίζουμε τη νομιμότητα του επικοινωνιακού μας υλικού

Προκειμένου να διασφαλίσουμε ότι το επικοινωνιακό μας υλικό είναι νόμιμο, κατάλληλο, δίκαιο, ειλικρινές, ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και σέβεται τη διαφορετικότητα των ανθρώπων σε επίπεδο ηλικίας, γένους, φυλής, θρησκείματος και φυσικής ή διανοητικής ικανότητας, εφαρμόζουμε τα παρακάτω:

- Ακολουθούμε τις Αρχές Διαφήμισης του Συνδέσμου Διαφημιζομένων Κύπρου (ΣΔΕΚ).
- Υιοθετούμε τον εθελοντικό κώδικα του Συνδέσμου Βιομηχανιών Αναψυκτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (UNESDA), με τις σχετικές δεσμεύσεις να αφορούν στα προϊόντα που παράγονται, τον τρόπο εμπορικής προώθησής τους, τις παρεχόμενες διατροφικές πληροφορίες και την προαγωγή ενός υγιεινού τρόπου ζωής.
- Πραγματοποιούμε ελέγχους των διαφημιστικών μηνυμάτων πριν την επικοινωνία τους, ενώ σε περιπτώσεις που δεν υπάρχει επαρκής γνώση των περιορισμών και στοιχείων που πρέπει να ελεγχθούν, πραγματοποιούνται αντίστοιχες ενέργειες από νομικά γραφεία.
- Δε διαθέτουμε και δεν εμπορευόμαστε οποιαδήποτε προϊόντα που είτε έχουν απαγορευθεί είτε είναι υπό αμφισβήτηση.



Περισσότερες πληροφορίες για την Πολιτική Υπεύθυνου Marketing στην εταιρική μας ιστοσελίδα: [cy.coca-colahellenic.com](http://cy.coca-colahellenic.com)

330 ml   
2 kJ  
0.3 kcal  
0%\*  
100 ml:  
0.6 kJ / 0.1 kcal



# ΠΩΣ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΜΕ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΑΡΧΩΝ ΤΟΥ ΥΠΕΥΘΥΝΟΥ MARKETING

GRI 417-2

Το 2017, δεν υπήρξε κανένα περιστατικό μη συμμόρφωσης της εταιρείας με το νομικό πλαίσιο αναφορικά με τη σήμανση και τις ετικέτες στα προϊόντα της και ως αποτέλεσμα δεν επιβλήθηκε κανένα σχετικό πρόστιμο από τις αρμόδιες αρχές.

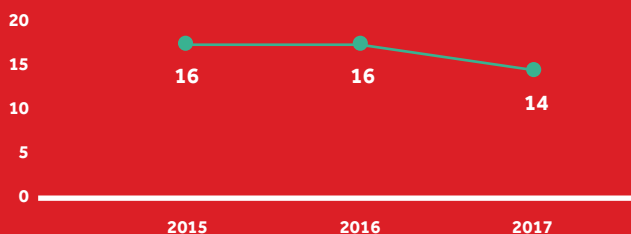
GRI 417-3

Το 2017 δεν υπήρξε καμία απόσυρση διαφήμισης (μετά την έναρξη κάθε επικοινωνίας της) και ως αποτέλεσμα δεν επιβλήθηκε κανένα σχετικό πρόστιμο από τις αρμόδιες αρχές.

GRI 418-1

Κατά τη διάρκεια του 2017 η εταιρεία δέχθηκε 14 παράπονα μέσω του Τμήματος Επικοινωνίας Καταναλωτών, ενώ δεν υπήρξαν κλήσεις για παραβιάσεις του απορρήτου ή απώλειας προσωπικών δεδομένων.

Αριθμός παραπόνων



Ικανοποίηση καταναλωτών

	2015	2016	2017
Μη ικανοποιημένοι από τη διαδικασία (%)	0%	0%	0%
Μη ικανοποιημένοι από την απάντηση (%)	1%	1%	0%

