



„Együtt a fogyasztókért –tegyünk együtt érte”

Kérdőív az ÉFOSZ kezdeményezéséhez csatlakozott vállalkozások részére

A csatlakozási adatlap kitöltésével a csatlakozók kötelezettséget vállaltak arra, hogy minden évben beszámolnak a csatlakozási adatlapokon szereplő vállalásaik előrehaladásáról.

A beszámolókat a vállalatok minden év szeptember 15-ig elkészítik és elektronikus úton eljuttatják az ÉFOSZ Igazgatóságára.

A kérdések közül természetesen csak azokra szükséges válaszolni, amelyet az adott vállalkozás saját vállalásai összefüggésében relevánsnak tart.

A beszámolók közzétételre kerülnek a kezdeményezés honlapján a csatlakozott vállalkozások számára kialakított külön oldalakon. ([www.egyuttafogyasztokert .hu](http://www.egyuttafogyasztokert.hu))

Az ÉFOSZ a beszámolók alapján témánként összefoglalót készít a vállalatok éves eredményeiről, azt a tagság, a döntéshozók és a közvélemény számára ismerteti 2015.

Egyes vállalatok esetében (azok jellegéből adódóan) a csatlakozók csak szöveges önértékelést készítenek, a számszerűsíthető célokat tartalmazó önkéntes vállalásokról pedig előre meghatározott kritériumok alapján szükséges beszámolót készíteni.

Örömmel várunk a kezdeményezés honlapjára minden olyan hírt, eseményt és hozzájuk köthető dokumentumot, beszámolót is, amelyek kézzelfoghatóvá teszik a nagyközönség és a döntéshozók számára a vállalásokat.

Gratulálunk a kezdeményezésben való részvételhez, köszönjük az együttműködést és várjuk a beszámolókat a mellékletben szereplő kérdések alapján!



KÉRDŐÍV

1. Kérjük, röviden mutassa be, hogy a vállalat miért tartotta fontosnak a kezdeményezéshez történő csatlakozást.

A Danone Kft., mint felelősségteljes vállalat küldetésének középpontjában áll, hogy termékei révén biztosítsa az egészséges életvitelt a lehető legtöbb magyar ember számára. Ennek konkrét megnyilvánulása nem csak termékei összetételében, folyamatos fejlesztésében nyilvánul meg, hanem a fogyasztók számára a termékkel kapcsolatban közvetített egyéb marketing, termék-kommunikációs, társadalmi felelősségvállalási tevékenységében is.

Az ÉFOSZ égisze alatt létrejött önkéntes vállalások project teljes mértékben összhangban van vállalatunk célkitűzéseivel, küldetésével, és mint felelős vállalat, ennek a projektnek alapító és erős pillérei kívánunk lenni.

2. Kérjük, ismertesse a vállaláshoz köthető eredményeket (ld. a számszerűsíthető adatokra vonatkozó lenti kérdéseket) (kitérhet arra is, hogy ösztönzőleg hatott-e a vállalat termékfejlesztési tevékenységére a kezdeményezéshez való csatlakozás, vagy változott-e a termék-filozófia, weblink, dokumentum csatolható)



Kérdések a számszerűsíthető beszámolókhöz*:

Kérjük az alábbiak szerint, adott esetben a lehetőségek közül választva, adja meg a vállalat számszerűsíthető eredményeit:

I. Referencia beviteli érték:

- a) **A vállalat által előállított termékek hány százalékán szerepel ez a jelölés a termékek fajtáit és mennyiségét tekintve? Amennyiben a terméktől elkülönítve, pl. online felületen adják meg, úgy kérjük, erre is térjen ki.**
- b) **Tervek (új termékek bevonása az önkéntes jelölésbe, új kapcsolódó célok, edukációs tervek stb.)**

Köztudott, hogy a FIC rendelet értelmében az elmúlt hat évben önkéntesen használt INBÉ jelölést az RI jelölés váltotta fel. Az INBÉ időszakában fogyasztóink termékeink 100%-ról informálódhattak. Ezt két módon teheték meg: vagy a csomagoláson lévő információ elolvasásával vagy azon termékeink esetén, ahol a jelölés nem fért el, a vállalati weboldalunkon találhatták meg az autentikus információt.

Jelenlegi portfóliónk 77 %-ának a csomagolásán feltüntetjük az egy adagra vonatkozó tápérték adatokat és Referencia Beviteli értéket (%), míg weboldalainkon ez az arány 95%.

Azon termékeink esetében, amelyek csomagolásán lehetőségünk nyílik a jövőben a bővített tápérték táblázatot elhelyezni, természetesen fel fogjuk tüntetni.

* A kérdések közül csak azokra szükséges válaszolni, amelyet az adott vállalkozás saját vállalásai összefüggésében relevánsnak tart

2016 januárjára szeretnénk 98%-os lefedettséget, míg 2016 év végére pedig a 100%-os lefedettséget elérni.

Ezen túlmenően munkatársaink számára játékos oktató tréninget tervezünk (We Love Danone Yoghurt), melynek keretében nem csak a termékek összetevőivel kapcsolatban, hanem az összes kötelező és nem kötelező jelölési előírással kapcsolatban játékos formában megismertetjük mindhárom országban lévő munkatársainkat a 2015/2016-os év során.

c) **Növekedett-e ez a szám az előző évhez képest-** Igen, 93%-ról 95%-ra.

II. Aktív életmód és Edukáció

a) **Milyen edukációs tevékenység/ fogyasztói tájékoztatás keretében ösztönözték fogyasztóikat a kiegyensúlyozott táplálkozás és egészséges életmód fontosságára? Amennyiben konkrét tápanyag-csökkentési edukációs vállalása volt, itt ismertetheti.**

b) **Kérjük, számoljon be a vállaláshoz köthető végzett tevékenységekről**

c) **Az általuk megmozgatott/aktívabbá tett csoportok létszámáról (valamint a becslés/számszerűsítés módjáról)**

d) **Azok egyéb közvetlen és közvetett hatásáról (mutassa be, miként járultak hozzá tevékenységei az aktív életmód népszerűsítéséhez), ha van, helyi jelentőségéről; Amennyiben lehetséges, ismertesse a megmozgatott csoportok társadalmi megoszlását, illetve azt, hogy tevékenységével mely csoport(ok)ra kívánt a vállalat fókuszálni.**



A "Tegyünk Együtt a Gyermekéért" (TEGY) keretprogram keretében a Danone Kft. két éve egészséges életmódra ösztönző programot indított, azzal a céllal, hogy a 11-12 éves gyermekek játékos módon sajátíthassák el az egészséges életmód alapelveit, a kiegyensúlyozott, vegyes táplálkozással, a rendszeres testmozgással kapcsolatos általános és speciális ismereteket, s egészségtudatos fiatalokká-felnőttekké váljanak. A program során egy komoly problémára, a gyermekkori

túlsúly és elhízás veszélyére, hosszú távú csökkentésére, a gyermekek egészségének és életminőségének javítására, valamint ezzel kapcsolatban a társadalmi szinten közös cselekvés lehetőségére és a megoldásokra kívánja ráirányítani a figyelmet.

A 2014/2015-ös tanév második félévében is folytattuk a kiegyensúlyozott életmódra ösztönző programunkat Budapesten, Győrben, Kecskeméten, Miskolcon és Székesfehérváron - az Önkormányzatok és a Klebelsberg Intézményfenntartó Központ Tankerületeinek további elvi támogatásával.

Az egészségnevelő program oktatási részének kidolgozását hazai elismert szakmai szervezetek, többek között az Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet (OÉTI) és a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége (MDOSZ) bevonásával készítettük el, emellett a program megvalósításában szintén egy közismert és a gyermekekkel hosszú évek óta sikeresen foglalkozó civil szervezet, a GYEP Alapítvány (Gyermekek Egészségnevelő Prevenációs Alapítványa) van a segítségünkre.

Az egészségprogramunkat egy szakmai rendezvénnyel indítjuk: 5. osztályos osztályfőnököknek, iskolaigazgatóknak, egészségtan és rekreáció szakos tanároknak szervezünk szakmai tréningeket, melyek során a résztvevők szakemberektől kapnak ajánlásokat az egészséges életmód hatékony, interaktív tanításához. A pedagógusok munkáját segíti a hasznos tanácsokat és gyakorlati útmutatókat tartalmazó **"Mi van a tányéron?"** című **tanári kézikönyv**.

Az 5. osztályos gyerekek játékos, ismeretterjesztő órák keretében az egészséges táplálkozással és életmóddal kapcsolatban hallhatnak lényeges információkat, interaktív formában. A gyerekek nyelvén íródott **"Mi van a tányéron?"** című munkafüzetből nemcsak a diákok, hanem még a szüleik is sok-sok egészséges témával ismerkedhetnek meg alaposabban.

Az interaktív órákhoz kapcsolódik az Egészségsátrunk, mely játékosan, de a tudomány szemszögéből megközelítve mutatja be az egészséges életmódot.

Futólépésekkel az egészség felé" címmel családi sportversenyt és **"Ezt jól kifőztétek! - Egészségesen finomat"** címmel családi gasztronómiai pályázatot szervezünk az 5. osztályosok körében, mely programokkal a szülőkkel együtt töltött, aktív szabadidős tevékenységek kiemelt fontosságára is fel kívánjuk hívni a figyelmet.

2015-ben az egészséges életmódra ösztönző programunk új, társadalmi célú elemmel bővül. A Danone Kft. tavasszal és ősszel pályázatot kíván hirdetni hátrányos helyzetű térségekben lévő általános iskolák számára olyan kisfilmek készítésére, amelyek életünk és mindennapjaink kisebb-nagyobb örömeit mutatják be a gyerekek szemszögéből. A pályázat célja, hogy a rászoruló általános iskolák rendszeres tejtermék-támogatáshoz jussanak. A nyertes 2-2 oktatási intézmény - az iskolák létszámának megfelelő mennyiségű - joghurtot kap mindennap 2015. március elejétől június közepéig, valamint októbertől december végéig. Az élelmiszertámogatáson túl a Danone Kft. egészséges életmódra ösztönző programja keretében interaktív egészségórát és ismeretterjesztő kiállítást is szervez egy-egy alkalommal a nyertes oktatási intézményekben.





Idén újra megrendezésre kerül Magyarországon a **Danone Nemzetközi Junior Focikupa**, a 10-12 éves korosztály számára szervezett labdarúgó világbajnokság. Az idei tornán a Honvéd FC, a Puskás Ferenc Labdarúgó Akadémia, az Újpest FC, az Dörög FC, a Dinamo Star, az Ikarus BSE, a II. kerületi UFC, valamint a Vasas Kubala Akadémia U12-es csapatai vesznek részt. A Zinédine Zidane fővédnöksége mellett megvalósított nemzetközi tornán idén 32 ország gyermek labdarúgói mérkőznek egymással a marokkói döntőre való kijutás jogáért és a világbajnokságért. A hazai tornát a Magyar Labdarúgó Szövetség támogatásával és Fehér Csaba korábbi válogatott labdarúgó fővédnökségével valósítja meg a Danone Kft. A program célja az, hogy a gyermekek számára valós nemzetközi megmérettetési lehetőséget biztosítson úgy, hogy mindeközben az egészséges életmódra és táplálkozásra nevelje és oktassa őket.

A Danone Nemzetközi Junior Focikupát 15 éve rendezi meg rendszeresen a vállalatcsoport, amelyen ez idő alatt mintegy 2,5 millió gyermek vett részt világszerte. A Focikupa nemzetközi fővédnöke Zinédine Zidane, a résztvevő országokból pedig olyan neves labdarúgók és edzők álltak a kezdeményezés mellé, mint Michael Ballack, Vicente Del Bosque, David Trezeguet, Dimitar Berbatov, Cafu, Maksim Shatskikh vagy Blaise Matuidi.

A minden évben egyre több, idén már 32 országban, köztük Magyarországon is megvalósított tornát U12-es labdarúgó csapatoknak szervezi a vállalat. Minden országban április és június között zajlanak a helyi csoportmérkőzések és döntők, amelyek győztes csapatai kijutnak a Focikupa nemzetközi, - ebben az évben októberben, Marokkóban megrendezésre kerülő döntőjére. Ezen az eseményen a résztvevő 32 ország legjobbjai játszhatnak egymással a világbajnokságért.

A Focikupa magyarországi csoportmérkőzései június 13-án, a döntője pedig június 14-én kerül megrendezésre a Vasas Pasarét Sportcentrumban. A Danone által rendezett torna rendszere Magyarországon a Vasas Kubala Akadémia szakembereinek közreműködésével került kialakításra.





Vállalatunk számára kiemelten fontos, hogy **munkatársaink figyelmét is felhívjuk az egészséges életmód fontosságára**. Ezért az év során számos programmal igyekszünk megismertetni őket egészséges ételekkel és a rendszeres sport fontosságával: márkáink segítségével rendhagyó reggeliket, piknikeket rendezünk, amely során bemutatjuk, miből kellene állnia egy ideális étkezésnek. Az **Actimel Reggeli** során a Budapesti Corvinus Egyetem egyik docense tartott nekünk előadást az egészséges reggeliről valamint immunrendszerünk megfelelő működéséről, valamint annak támogatásáról.

Az „**Activia hét**” keretén belül többek között a jóga rejtelveivel lehetett megismerkedni, valamint az MDOSZ elnöke-Kubányi Jolán- tartott előadást a kiegyensúlyozott és változatos étkezésről, valamint a szélsőséges és divat diéták hátrányairól, veszélyeiről. A program során játékos kvízt is rendeztük, melynek nyereseményeként személyes tanácsadást lehetett nyerni.

Fun Comitte csapatunk pedig **sport napokat** szervez a cégen belül, mellyel kiváló lehetőség nyílik a csapatsportokban való részvételre, ezzel is erősítve a sport iránti szeretetet és elkötelezettséget.

A Danone csoport minden második évben megrendezi dolgozói számára a **Danone Focikupát**. A játék során női, férfi és vegyes csapatok is összemérhetik tudásukat, a torna nyertesei pedig a „Danone Világbajnokságra” nyerhetnek kijutást, amely minden alkalommal más országban kerül megrendezésre (2014-ben Párizs, 2012-ben Tokió volt a helyszín). A torna jövőre is megrendezésre kerül.

e) Szerepel-e a tevékenység, vagy aktív életmódra ösztönző üzenet a vállalathoz köthető print vagy online kommunikációs felületen? Mekkora létszámú csoport vált elérhetővé ezek segítségével?

A TEGY programról részletes leírást, rendezvényekkel kapcsolatos dátumokat, fotókat, híreket, egészséges életmóddal kapcsolatos cikkeket a www.tegy.hu weboldalon, valamint Facebook (www.facebook.com/TEGY.Program) oldalunkon is közzé tesszük, valamint a már említett osztályfőnöki órákon a "Mi van a tányéron?" című tanári kézikönyv is tartalmaz leírást a programról.

Másik, szintén gyermekek egészséges életmódra oktatását célzó programunk a 2015-ben ismét megrendezésre kerülő Danone Junior Focikupa, mely leírása szintén megtalálható weboldalunkon.

f) Tervek (új tevékenységek, új kapcsolódó célok)

2016-ban szeretnénk összekötni a TEGY és a Danone Junior Focikupa programokat, valamint továbbra is rendezünk munkatársaink számára sport- és edukációs eseményeket.



Egyéb vállalások:

EU pledge:

Arra vállaltunk önkéntesen kötelezettséget, hogy nem hirdetjük termékeinket TV csatornákon 12 évesnél fiatalabb gyermekeknek, azon termékek kivételével, amelyek eleget tesznek bizonyos meghatározott táplálkozási kritériumoknak. Vállalásuk a harmadik félen keresztül megvalósított internetes **és televíziós** hirdetési tevékenységünkre, és a saját weboldalainkon folytatott élelmiszer marketing kommunikációra is vonatkozik.

Ezen vállalásunkat 2015-ben és a jövőben is fenntartjuk. Ellenőrzésére, betartására különös hangsúlyt fektetünk: minden hirdetési anyagunkat -terméktől függetlenül- az Önszabályozó Reklám Testület számára elküldjük jóváhagyásra. Televíziós hirdetések esetén pedig a műsoridőt és az adott műsort, csatornát is lokálisan, előzetesen ellenőrizzük, hogy még véletlenül se juthasson el az EU pledge kritériumainak nem megfelelő termékünk reklámja 12 éven aluli gyermekekhez. Az utólagos ellenőrzést-ténylegesen mikor, melyik csatornán, milyen műsor során került adásba az adott reklám- pedig központunk végzi, **amiről jelentést kapunk.**