

De Belgian Pledge is sinds 2012 het antwoord van de voedingssector op de terechte vraag naar verantwoorde reclame naar kinderen. Met dit zelfregulerend initiatief nemen deelnemende voedingsbedrijven, handelaars, restaurantketens en cateraars duidelijke engagementen op rond reclame naar kinderen. Die engagementen spelen bovendien in op het snel veranderende mediagebruik van kinderen en breiden nu uit naar socialemediakanalen.



Engagementen:

Geen reclame voor voeding en dranken naar kinderen jonger dan 12 jaar, behalve voor producten die voldoen aan voedingskundige criteria voor calorieën, suikers, zout, verzadigd vet en nutriënten die zorgen voor een verbeterde samenstelling (bv. vezels).

Geen communicatie in basisscholen, behalve met akkoord van de directie.



Engagementen van toepassing op:



TELEVISIE



RADIO



BIOSCOOP



PRINT



WEBSITES



SOCIALE MEDIA



GAMES



SMARTPHONES

VERPAKKINGEN EN RECLAME IN DE WINKEL VALLEN NIET ONDER DE BELGIAN PLEDGE MAAR WEL ONDER DE RECLAMECODE

Producten waarvoor bedrijven geen reclame maken naar kinderen onder 12 jaar.



Chocolade-producten



Frisdranken*



Snoepjes



Confituur



Monitoring van de engagementen:

Jaarlijkse monitoring door derden van de engagementen op TV, online en in scholen.

* geldig voor ondertekenaars UNESDA engagement

Voorbeelden van producten waarvoor bedrijven reclame mogen maken als ze voldoen aan specifieke voedingskundige criteria.



Vleeswaren



Visproducten



Zuivelproducten



Ontbijtgranen



Ijsjes



Koekjes



Maaltijden

Producten waarvoor bedrijven altijd reclame mogen maken.



Fruit



Groenten



Water



De Belgian Pledge gebruikt de criteria van de EU Pledge en stimuleert op die manier ondertekenaars om producten te herformuleren zodat deze voldoen aan de voedingskundige criteria. Daarmee sluit de Belgian Pledge naadloos aan op het Convenant Evenwichtige Voeding.