



Specifické závazky

k Deseti pilířům výživové politiky potravinářského průmyslu a jejich plnění

1. Potravinářský průmysl podporuje zdravý životní styl

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
Ministerstvo zdravotnictví ČR, PK ČR	Příprava aktualizace platných obecných výživových doporučení (Deset kroků k pevnému zdraví).	

2. Potravinářský průmysl pracuje na vývoji a výrobě inovovaných a reformulovaných výrobků (zlepšení složení makronutrientů)

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
Svaz minerálních vod	Snížit obsah cukru v rámci portfolia ochucených minerálních vod.	Díky reformulacím v rámci portfolia minerálních vod se výrobcům v letech 2012 až 2016 podařilo snížit obsah cukru o 1124,6 tun, což představuje pokles o 10,76 %.
Český svaz zpracovatelů masa	Postupně snižovat obsah soli v masných výrobcích.	Významně se snižuje obsah soli v masných výrobcích. Zatímco ČSN norma pro obsah soli v šunce stanovila 3,3 %, dnešní průměr je 2,1-2,3 %. Podobně probíhá snižování i u dalších masných výrobků.
Výrobci čokoládových cukrovinek	Odstranit obsah transmastných kyselin z výrobků.	Transmastné kyseliny byly odstraněny z celé řady výrobků, takže spotřebitel se dnes setkává s vylepšenou recepturou např. čokolád Margot, Orion, Banánky, Kofila, Studenstká pečeť, Milena, Deli a oplatek a sušenek Horalky, Tatranky, Miňonky, Disco, Bebe, Fidorka, Brumík a dalších.
Výrobci	Snížit obsah soli v dehydratovaných	Členové Potravinářské komory ČR - Hügli Food, Nestlé Česko, Unilever, Vitana – se v roce 2009

dehydratovaných potravin	výrobci na konečný stav 1,2 g sodíku na porci.	zavázali snížit obsah sodíku ve značkových dehydratovaných kulinářských výrobcích nejméně na úroveň poloviny doporučeného denního množství, tj. 1,2 gramu sodíku či méně, na jednu porci. Na konci roku 2014 výrobci svůj závazek vyhodnotili s tím, že mu plně dostáli. Všechny společnosti ohlásily zlepšení informování spotřebitelů a zavedení dobrovolného značení výživových údajů na 1 porci včetně uvedení % z referenční hodnoty příjmu na obalech značkových výrobků.
UNILEVER	Postupně snižovat obsah transmastných kyselin a nasycených mastných kyselin v roztíratelných tucích a margarínech.	Koncem roku 2012 bylo 100 % portfolia společnosti bez transmastných kyselin z částečně ztužených tuků. Do roku 2015 bylo dosaženo cíle u 82 % roztíratelných tuků a margarínů, které obsahují ≤33 % nasycených mastných kyselin a ≥67 % nenasycených mastných kyselin.
UNILEVER	Zlepšování skladby dětského portfolia zmrzlin.	V oblasti dětského portfolia zmrzlin v roce 2014 dosaženo cíle 100 % výrobků určených pro děti s méně než 3 g nasycených mastných kyselin na porci. V oblasti dětského portfolia zmrzlin v roce 2014 dosaženo cíle 100 % výrobků určených pro děti s obsahem méně než 10 g přidaného cukru na porci.
UNILEVER	Zlepšit skladbu salátových dresinků.	V oblasti salátových dresinků bylo v roce 2018 vylepšeno složení 5 výrobků: nahrazení slunečnicového oleje výživově vhodnějším řepkovým (přirozeně obsahuje omega 3, vyvážený obsah omega 3 a omega 6), kvasný lihový ocet nahrazen octem z jablečného cidru (je přirozeně sladký a má konzervační účinky, není nutné přidávat cukr a chemické konzervační látky), jsou použita vejce z volného chovu. Výrobky jsou: bez lepku, bez konzervantů, vhodné pro vegetariány, splňují interní Unilever Highest Nutrition Standards pro studené emulgované omáčky.
UNILEVER	Rostlinný tuk Rama Jednoduše rostlinná	V roce 2017 společnost uvedla margarín se sníženým obsahem tuku 61 %, bez mléčné složky, vhodný pro vegany, bez konzervantů, přirozeně s vysokým obsahem omega 3, výrobek splňuje interní Unilever Nutrition Standards pro roztíratelné tuky, nasycené mastné kyseliny <33 % z celkového obsahu tuku.
Nestlé Česko, s.r.o.	Odstranit průmyslově vznikajících transmastných kyselin (TFA) z výrobků.	Jeden z celofiremních cílů - odstranit TFA do konce roku 2016. Cíl byl splněn, nejen v cukrovinkách a dehydratovaných potravinách, ale i všech ostatních výrobcích.
PENAM, a.s.	Uvést a upevnit na trhu výrobky: <ul style="list-style-type: none"> s převahou pšeničných celozrnných mouk 	Sporty chléb – uvedení r. 2017, Toustový chléb celozrnný – uvedení r. 2018

	<ul style="list-style-type: none"> s obsahem vařených zápar 	<p>Supersandwich celozrnný – uvedení r. 2018</p> <p>Chléb alpský - uvedení r. 2016 (již se nevyrábí)</p> <p>Chléb himalájský – uvedení r. 2016</p> <p>Chléb trojský – uvedení r. 2016 (již se nevyrábí)</p> <p>Chléb Quinoa – uvedené r. 2018 (náhrada za vyřazenou výrobu chlebů)</p>
EMCO spol. s r.o.	Závazek ke snižování negativně vnímaných živin.	<p>Společnost vyrábí snídaňové cereálie, ovesné kaše a celou řadu zdravých pochutin a velmi intenzivně se zabývá vývojem nových výrobků a úpravou stávajících, které odrážejí nejnovější trendy ve výživě, ale zároveň pořád hlavní prioritou zůstává chuť výrobků.</p> <p>Zavedla opatření k odstranění TFA ve všech svých produktech, tím, že nakupuje tuky s garantovaným obsahem TFA pod 2 %.</p> <p>Množství nasycených mastných kyselin se podařilo snížit až o 75 % u jednotlivých výrobků, protože se v roce 2013 společnost zavázala přejít z palmového tuku na řepkový olej. Změna se podařila u více než 90 % produktů a na dalších se intenzivně pracuje.</p> <p>Společnost dosáhla snížení množství cukru o 20 % u Emco cereálií a ovesných kaší. U nejprodávanější ovesné kaše s jahodami se podařilo snížit množství cukru až o 35 % za posledních 5 let. Vezmeme-li v úvahu, že Emco vyrábělo ročně cca 4200 tun křupavého myslí a 800 tun ovesných kaší, tak 20% úspora cukru při průměrném obsahu 20 g cukru ve výrobku /včetně ovoce/ představuje úsporu více než 200 tun přidaného cukru ročně.</p> <p>V současné době společnost Emco v každé kategorii snídaňových cereálií, ořechových tyčinek i ovesných kaší nabízí výrobek bez přidaného cukru v několika příchuť. Novinkou roku 2020 jsou křupavé zapečené müsli oříškové a čokoládové s kokosem, kde je cukr zcela nahrazen prebiotickou vlákninou z kořene čekanky. Za zmínku stojí druhá příchuť, a to čokoláda kokos, kde společnost Emco společně s dodavatelem čokolády vyvinula hořkou čokoládu zcela bez přidaného cukru a bez jakýchkoliv sladidel, použita je opět prebiotická vláknina z kořene čekanky. Další novinkou letošního roku je Super kaše jablko a meruňka bez přidaného cukru, kde je cukr nahrazen rozpustnou vlákninou.</p>
Mlékárenský	Vývoj výrobků splňujících požadavky	Polabské mlékárny a.s. - Milko Tvaroháček malina – snížený obsahu cukru (Reformulace roku 2017)

průmysl	vyhlášky č. 282/2016 Sb. - zachování nabídky mléčných výrobků ve školách.	Vývoj nových receptur ochucených mlék do Školního projektu – snížení obsahu cukru pod 11 g
Mlékárenský průmysl	Vývoj výrobků se zvýšeným obsahem bílkovin, méně cukru, více ovoce.	Např. Nové řady výrobků od společnosti OLMA (viz. soutěž Mlékárenský výrobek roku – Smoothie, Skyr Protein nápoj) Bohušovická mlékárna – výrobky Skyr ochucené se sníženým obsahem cukru o 30% Bohušovická mlékárna – výrobek Protein tvaroh se zvýšeným obsahem bílkovin a současně sníženým obsahem cukru o 30 % (2019) Bohušovická mlékárna – výrobek SKYR Drink s vysokým obsahem bílkovin a sníženým obsahem cukru o 30 % (2019) Olma, Hollandia – zakysané výrobky – ovocná smoothies se 40 % ovoce (2018) Olma – Olma Protein Skyr a Olma Protein jogurt– s vysokým obsahem bílkovin a nízkým obsahem tuku a sníženým obsahem cukru Polabské mlékárny – Dipy na bázi řeckých jogurtů s vysokým obsahem bílkovin Mlékárna Kunín – mléčné rýže se sníženým obsahem cukru o 30 %, ledová káva se sníženým obsahem cukru
Danone, a. s.	Vývoj výrobků se zvýšeným obsahem bílkovin, méně cukru, více ovoce.	V celém portfoliu společnosti dochází k postupnému snižování podílu cukru u stávajících výrobků a také uvádění na trh nových výrobků zcela bez přidaného cukru. Společnost uvedla na trh novou řadu jogurtů Yo-pro, jsou to odtučněné výrobky bez přidaného cukru s velmi vysokým obsahem proteinů. Společnost uvedla na trh také nový Actimel, který je bez přidaného cukru, bez sladidel i aromat a vyznačuje se tak velmi svěží kyselou mléčnou chutí.
Nutricia a.s.	Omezování množství přidaného cukru v sortimentu	Společnost průběžně pracuje na reformulaci v oblasti kategorie pokrmů pro kojence a malé děti. Ovocné a ovocno-zeleninové nápoje, ovocné kapsičky a příkrmy 100 % ovoce Hami jsou v současnosti zcela bez přidaného cukru, obsahují jen přirozeně se vyskytující cukry z ovoce. Také obilno-mléčné kaše Nutrilon jsou zcela bez přidaného cukru, obsahují jen přirozeně se vyskytující cukry. Společnost rozšiřuje také portfolio kaší Hami bez přidaného cukru. Nutricia v roce 2020 uvádí na trh celou novou řadu vícezrnných kaší bez přidaného cukru – obsahujících pouze přirozeně se vyskytující cukry.

Danone a.s.	Realizovat dlouhodobý závazek v podobě zlepšování nutriční kvality produktů a podpory zdravějšího, nutričně bohatšího stravování – omezování cukru	Omezování obsahu cukru dlouhodobě patří mezi základní reformulační cíle Danone na globální úrovni. 90 % z celkového objemu prodeje společnosti Danone v roce 2019 se uskutečnilo ve zdravých kategoriích potravin a plných 82 % z celkového objemu prodeje společnosti Danone v roce 2019 bylo bez přidaného cukru. V omezování obsahu cukru ve výrobcích společnosti chceme i nadále pokračovat a to v souladu s oficiálními Nutričními cíli a závazky Danone.
Mondelez Czech Republic	Společnost snižuje množství negativně vnímaných nutrientů (cukr, sůl, tuky) ve svých produktech.	Společnost usiluje pomoci spotřebitelům s vyváženým stravováním, a proto i nadále snižuje množství nasycených tuků a soli ve svých globálních i lokálních značkách. Stejně tak uvádí nové produkty a produktové řady se sníženým obsahem tuku a soli. Cukr hraje v produktech společnosti důležitou roli, dává jim chuť i texturu, nicméně je jasné, že omezení příjmu cukru v souvislosti s omezováním kalorického příjmu je žádoucí. V souladu se Světovou zdravotnickou organizací společnost doporučuje omezení přidaného cukru na nejvýše 10 % z celkového denního kalorického příjmu. Společnost proto uvádí na trh produkty s menším obsahem cukru. Od roku 2012 společnost snížila obsah soli ve svých produktech o 5,7 %. Mezi roky 2018-2019 šlo o celkové snížení o 1,5 %. V produktech značky Brumík došlo v roce 2019 ke snížení obsahu soli o 20 %. V produktech značky TUC dostupných na ČR/SR trhu byl v roce 2018 obsah soli snížen o 15-20 %. Od roku 2012 společnost snížila množství nasycených tuků o 4 %. Mezi lety 2018-2019 nicméně došlo k drobnému nárůstu o 0,3 % V produktech značky TUC dostupných na ČR/SR trhu byl obsah nasycených mastných kyselin snížen o 75 %.
Nestlé Česko, s.r.o.	Globální závazek snížit citlivě vnímané živiny v období 2017-2020.	Snížit obsah přidaných cukrů o 5 %, obsah soli o 10 %, nasycené mastné kyseliny o 10 % a udržet 0 % průmyslově vznikajících TFA v produktech společnosti.
Nestlé Česko, s.r.o.	Zlepšování složení klasických čokoládových tyčinek, snižování citlivě vnímaných nutrientů a zvyšování obsahu pozitivních surovin	Během první poloviny roku 2020: Tyčinka Orion Margot Plus – v porovnání s klasickou ORION Margot originál má tyčinka Orion Margot plus o 30 % méně cukru, obsahuje 18 % bílkovin a je zdrojem vlákniny a je bez lepku.

		Tyčinka Deli Protein – 3 příchutě, všechny obsahují 20 % bílkovin, jsou zdrojem vlákniny a jsou bez lepku. Pro zajímavost oříšková proteinová obsahuje o 37 % méně cukrů než klasická Deli oříšková. Orion sojové řezy změna celé řady a nový produkt Sojové řezy kakao-nově, je bez lepku, se sníženým množstvím cukru, obsahují 13 % bílkovin, zdroj vlákniny.
Nestlé Česko, s.r.o.	Strategie společnosti: Zvyšujeme kvalitu života a přispíváme ke zdravější budoucnosti.	Společnost nabízí chutnější a zdravější možnosti (reformulace - snižování cukru, soli, odstranění průmyslových TFA). Inspirujeme lidi ke zdravějšímu životu (znázorňování porcí a nadstandardního značení na obaly, interní akce pro zaměstnance apod.). Znalosti o výživě rozvíjí a využívá v praxi (vývojová a výzkumná centra, která se zabývají inovacemi - např. nový cukr Nestlé patent, nový výrobek pro Anglii Milky bar apod.).
Nestlé Česko, s.r.o.	Společnost snižuje obsah soli v dehydratovaných výrobcích	Během roku 2017 - 2018 proběhlo snížení obsahu soli ve směsích pro přípravu hotových pokrmů Dobrý hostinec a Amore mio (o 4-20 %), v řadě instantních polévek Chutná pauza (o 10-17 %), v řadě Carpathia polévek (o 2-28 %) a v řadě MAGGI polévek (o 3-11 %).
Nestlé Česko, s.r.o.	Snížení obsahu cukru ve výrobku JOJO medvídci.	V roce 2018 uveden na trh výrobek JOJO medvídci o 30 % méně cukru a na jaře v roce 2019 uveden na trh výrobek JOJO mixle pixle o 30 % méně cukru. Redukce cukru bylo v obou případech dosaženo použitím vlákniny.
Nestlé Česko, s.r.o.	Snídaňové cereálie Neaquick alphabet	Na jaře roku 2018 byl uveden na trh nový výrobek snídaňové cereálie Nesquick abeceda, který má o 30 % méně cukru než je průměrný obsah cukru oproti běžným čokoládovým a kakovým cereáliím na trhu.
Nestlé Česko, s.r.o.	Snížení obsahu cukru v Orion Banánech v čokoládě	V roce 2018 došlo ke snížení obsahu cukru v Orion Banánech v čokoládě, snížení cukru bylo dosaženo navýšením obsahu vlákniny.
Nestlé Česko, s.r.o.	Granko-kakaové mléko v tetrapacku	Na jaře v roce 2019 byl uveden na trh nový výrobek, jednorpcové mléko s kakaovou chutí, které má ve složení jen 2 % přidaného cukru. Obsah cukru je o 30 % nižší než je průměr na trhu v dané kategorii. Výrobek je také obohacen vit. C, B1, D, železem a zinkem.
Nestlé Česko, s.r.o.	Zlepšení složení snídaňových cereálií	Na jaře roku 2019 došlo k zlepšení složení snídaňových cereálií Nesquik, Chocapic, Cini Minis, Lion, Cookie Crisp, Cheerios. V recepturách je ingrediencí číslo jedna celozrnná mouka, výrobky mají vyšší obsah vlákniny, došlo k redukci cukru a zlepšení složení tuků a neobsahují žádná umělá aromata.
Nestlé Česko, s.r.o.	Zlepšení složení kukuřičných lupínků, významné snížení soli o 20 %	Snídaňové cereálie kukuřičné lupínky Corn flakes- začátkem roku 2020 došlo je snížení soli o 20 % (z původních 1,81 g / 100 g na 1,44 g / 100 g).

Nestlé Česko, s.r.o.	Snídaňové cereálie Cheerios Oats – zvyšování obsahu celozrnné mouky	Snídaňové cereálie Cheerios Oats –začátkem roku 2020 relaunch původní řady Cheerios s medovými lupínky a kroužky. Dva produkty – Cheerios Oat (klasické) a Cheerios Oat Apple & Cinnamon – klasické obsahují 91 % celozrnné ovesné mouky, Cheerios Oat Apple & Cinnamon 84 % celozrnné ovesné mouky, obsahují pouze 9 % přidaného cukru, jsou bez palmového oleje a jsou bohatým zdrojem vlákniny (10,3 g / 100 g klasické). Jsou fortifikovány železem a Vitamíny (D, C, B2, B3, B6, B9, B5).
Nestlé Česko, s.r.o.	Zlepšení složení cereálních tyčinek	Na jaře roku 2019 došlo k zlepšení složení cereálních tyčinek Nesquik, Cini Minis, Chocapic, Lion a tyčinek Fitness. V recepturách je ingrediencí číslo jedna celozrnná mouka, došlo ke zlepšení složení tuků, výrobek neobsahuje konzervanty a došlo i ke snížení obsahu cukru.
Výrobci chleba a běžného pečiva	Postupně snižovat obsah soli v chlebu a běžném pečivu.	V některých pekárnách (BEAS a.s.) probíhá produkce pečiva, zejm. chleba, se sníženým obsahem sodíku (nahrazeno solící směsí s draslíkem).
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Postupná náhrada kokosového tuku za slunečnicový olej v cereáliích.	Náhradou kokosového tuku za slunečnicový olej chce SEMIX PLUSO, spol. s r.o. dosáhnout snížení nasycených mastných kyselin ve snídaňových cereáliích, zejména ve výrobcích typu müsli srdíčka. Na trhu jsou již k dostání např. Müsli srdíčka s pekanovými ořechy a javorovým sirupem nebo bezlepková Srdíčka s medem a semínky.

3. Potravinářský průmysl rozšiřuje nabídku o výrobky se zlepšeným obsahem (zlepšení složení mikronutrientů a dalších složek)

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
Výrobci chleba a pečiva	Obohatit potraviny o některé složky, snížit množství přídavných látek.	Celozrnný chléb bez přídavných látek, který byl i díky vhodné výživové hodnotě oceněn jako inovativní výrobek v soutěži PK ČR.
UNILEVER	Novinka v segmentu směsí na zahuštění.	V roce 2017 byla uvedena Knorr hotová hustá „Bez lepku“, sypká směs k zahušťování, pouze 4 základní složky, bez tuku (<0,5 g tuku na 100 g), bez nasycených tuků (<0,1 g /100 g), bez lepku, o 851 kJ / 100 g méně než Knorr jíška světlá, vhodná na polévky, omáčky, těstovinová jídla apod.
UNILEVER	Novinky v segmentu mražených krémů s vylepšeným výživovým složením.	V roce 2018 byly uvedeny na trh ovocné mražené krémy Solero Smothie (varianty jahoda a ananas), splňují interní Unilever Highest Nutrition Standards pro mražené krémy, 30-35 % ovocné složky,

		s kousky ovoce, energie 49-51 kcal /porci (55 ml), nasycené mastné kyseliny <0,1 g/porci (55 ml), cukry <11 g/porci (55 ml), bez lepku.
UNILEVER	Novinky v segmentu mražených krémů s vylepšeným výživovým složením.	V roce 2020 byl uveden projekt Freezing good – Ice cream with benefits, speciální mrazící box s výrobky s benefity např. veganský mražený krém, s ovocnou šťávou a vitamínem C, bez cukrů, bez přídavku cukru, s vysokým obsahem vlákniny, s vysokým obsahem bílkovin, zdroj bílkovin, bez lepku.
UNILEVER	Zvyšovat obsah pozitivně vnímaných látek (vláknina) a surovin (luštěniny, zelenina apod.)	V roce 2020 byl uveden projekt značky Knorr vegetariánských směsí na přípravu hotového pokrmu, Knorr instantní pokrmy s cous cous, bulgurem.
UNILEVER	Zvyšovat obsah pozitivně vnímaných látek (bílkoviny) a surovin, které jsou vnímány jako superpotraviny	V roce 2019 a 2020 byly uvedeny varianty Míša Protein.
UNILEVER	Zvyšovat příjem rostlinných bílkovin	V roce 2020 byl uveden projekt vegetariánských/veganských hotových pokrmů značky The Vegetarian Butcher.
UNILEVER	Zvyšovat příjem ovoce a zeleniny a výrobků z nich vyrobených	V roce 2020 byl uveden projekt značky Raw Urban Monkey nápoje, Knorr tekuté zeleninové polévky.
UNILEVER	Zvyšovat nabídku BIO výrobků	V roce 2019 byl uveden projekt značky Knorr bujóny Bio tekuté/gelové/kostky, Pukka Bio bylinné čaje.
Nestlé Česko, s.r.o.	Zvyšovat obsah pozitivně vnímaných látek (vláknina) a surovin (luštěniny, ovoce, zeleniny, ořechů, semínek apod.).	Příkladem nových produktů: MAGGI Thajská Kari Čočka-luštěninová svačina, želé JOJO Potěšení 30 % ovoce-obsahující ovocné pyré, JOJO medvídci o 30 % méně cukru-redukce bylo dosaženo použitím vlákniny.
EMCO spol. s r.o.	Zvyšovat obsah pozitivně vnímaných látek (bílkoviny) a surovin, které jsou vnímány jako superpotraviny.	Společnost vyvinula řadu proteinových výrobků jak v kategorii kaší, tak tyčinek a nově i müsli. V proteinové řadě využívá rostlinnou bílkovinu pro její snadnou stravitelnost. Řada produktů obsahuje superpotraviny, jako je quinoa, goji, chia semínka a další. Patří sem např. superkaše Chia a lesní směs, která má vysoký obsah omega-3 mastných kyselin, která je velmi oblíbená, a proto bude doplněna o novou příchuť jahoda se stejným obsahem omega-3 matných kyselin. Společnost na trh uvedla také řadu cereálií, které jsou výhradně bez přidaného cukru, jako je např.

		<p>Lehké a křehké - semínka a ořechy, Lehké a křehké - meruňka a quinoa, sypané myslí s kousky ovoce a s ořechy a tyčinky 100 % z ovoce ve třech příchutích. Emco 100 % z ovoce jsou unikátem na českém a slovenském trhu. Jsou vytvořeny slisováním mletého ovoce, neobsahují žádné cukry kromě těch, co jsou přirozeně obsaženy v ovoci, žádné Pro celiaky společnost nabízí také bezlepkové müsli, které je postavené na pohance, amarantu a jáhlovém extrudátu.</p> <p>Veškeré tyčinky pod značkou EMCO jsou bezlepkové.</p> <p>Rozšiřujeme řadu proteinových výrobků, založených na rostlinném zdroji bílkovin – ořechy, sója.</p> <p>Výrobky obohacujeme o prebiotickou vlákninu inulin nebo vlákninu z kořene čekanky.</p>
Mondelez Česká republika	Zvyšovat podíl pozitivně vnímaných látek, především celozrnných surovin.	<p>Společnost průběžně rozšiřuje portfolio produktů s vyšším podílem celozrnných surovin, v České republice jde především o značky BeBe Dobré ráno a Opavia – Zlaté.</p> <p>V roce 2019 společnost uvedla na trh produkty Zlaté ovesné s podílem ovesných vloček, a to hned v několika příchutích: original, s kokosem, s jablkem, se skořicí a s mléčnou čokoládou.</p> <p>V roce 2019 také začala prodávat dvě novinky z řady BeBe Dobré ráno - malinové s chia semínky a borůvkové s lněnými semínky.</p>
Mlékárenský průmysl	Zvýšení obsahu pozitivně vnímaných látek	<p>Např. OLMA – řada jogurtů Revital s přísadkou lněného semínka, chia semínek.</p> <p>Mlékárna Valašské Meziříčí – Acidofilní mléko vanilkové s cereáliemi a lněnými semínky.</p> <p>Mlékárna Kunín – Lehké ráno čerstvé mléko se sníženým obsahem laktózy.</p> <p>Hollandia – řada jogurtů bez laktózy (2019)</p> <p>Mlékárna Olešnice – tvaroh DeLacto bez laktózy (2019)</p> <p>Madeta – nové bezlaktózové výrobky: zakysaná smetana, zakysaná smetana Lahůdka, smetanový krém Lipánek, polotučný tvaroh (2019)</p> <p>Moravia Lacto – reformulace šlehaného podmáslí s využitím probiotických bakteriálních kultur (2019)</p> <p>Bel Sýry Česko – tavený sýr Veselá kráva vyrobený bez použití tavicích solí (přídavných látek) – všechny použité složky jsou výlučně mléčného původu (2018)</p> <p>Bohušovická mlékárna – výrobkové řady Nutrilac, Nutrilac Renal, NutriSen - sterilovaná nutričně definovaná potravina pro zvláštní lékařské účel, určená zejména seniorům</p>
PENAM, a.s.	Navýšit podíl výroby celozrnných chlebů.	Navýšit podíl výroby celozrnných chlebů – do 4 let navýšit podíl až o 40 % celozrnných chlebů vůči současnému vyrobenému množství, vztaheno na celkový počet vyrobených chlebů ve společnosti

		PENAM, a.s..
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia cereálních výrobků s výživovým tvrzením Zdroj bílkovin a S vysokým obsahem bílkovin	SEMIX PLUSO, spol. s r.o. neustále rozšiřuje svou nabídku výrobků s vyšším množstvím bílkovin. Do portfolia postupně přibývají nové příchutě proteinových koktejlů, proteinových ovesných kaší či srdíček. V současné době jsou na českém trhu k dostání 3 příchutě kaší, 5 příchutí koktejlů a 2 příchutě srdíček. Novinkou jsou 3 druhy polévek s vysokým obsahem bílkovin.
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia výrobků pro pekárenský průmysl s výživovým tvrzením	Novinkou v roce 2019 je zavedení sypké směsi na přípravu lněného pečiva s vysokým obsahem omega-3 mastných kyselin a zdrojem vlákniny na český trh.
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia výrobků o klíčené luštěniny a obiloviny v sušeném stavu	Do portfolia postupně přibývají jak jednodruhové klíčené produkty (Červená čočka lupínky, Pohankové lupínky, Quinoa lupínky, Ovesné vločky), tak i produkty s využitím klíčených obilovin (Ovesný hrníček s klíčenou quinoou, Zrninový bochník apod.).
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia o nesladkou variantu svačinových cereálií.	Do portfolia přibývají Müsli tyčinky naslano, Zrninový bochník, Semínkový chléb. Cílem je nabídnout spotřebiteli pro svačinku či snídani nesladkou alternativu.
Danone a.s.	Realizace dlouhodobého závazku podporovat zdravější, nutričně bohatší stravování	V roce 2019 společnost na trh uvedla celou řadu inovací, například jogurty a jogurtové nápoje Activia s chia, Activia s lněným semínkem, Activia Smoothie, Activia Shot, které obsahují dvojnásobné množství aktivních probiotik, či vysoce kvalitní chlazenou kávu s rostlinným mlékem. V roce 2020 inovační ofenzíva pokračuje. Společnost na trh uvedla zcela novou značku Provamel, která nabízí celou řadu rostlinných výrobků v biokvalitě. Mléčný sortiment společnost posílila o nové dezerty – Tvarohové Kostíky, které mají nízký obsah tuku a jsou obohaceny o vitamín D a vápník, a to v souladu se závazky společnosti v EU Pledge a Danone nutričními závazky. Společnost dále pracuje na dalších reformulacích, zejména co se týká obohacování nejdůležitějších výrobních řad o další zdraví prospěné látky.

4. Potravinářský průmysl nabízí různorodou škálu výrobků a balení

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
---------	---------	-------------

UNILEVER	Uvedení na trh výrobků 1 porcových (zmenšení porce známých značek)	Magnum Mini (standardní velikost Magnum 120 ml x verze mini 60 ml). Carte d'Or Mini (standardní velikost Carte d'Or 900 ml x verze mini 180ml).
Mars Czech s.r.o.	Program zaměřený na snížení energie na porci u všech cukrovinek na 250 kalorií.	Mars, Incorporated podporuje doporučení Světové zdravotnické organizace snížit příjem přidaných cukrů pod 10% z celkového příjmu kalorií. V rámci této podpory přijala společnost řadu závazků. V komunikaci spotřebitelům doporučuje konzumovat cukrovinky pouze jako doplněk vyvážené stravy. Závazek z roku 2010 snížit obsah energie na porci u všech cukrovinek na 250 kalorií se již celosvětově (včetně ČR) podařilo naplnit na 99 %. Následně se společnost zavázala, že bude ve svém úsilí pokračovat a začne zvyšovat počet jednoporcových balení, které obsahují maximálně 200 kalorií, tím že uvede na trh více typů balení, která obsahují několik snadno dělitelných porcí, které spotřebitelé mohou snadno sdílet s ostatními nebo si část nechat na později.
UNILEVER	Mražené krémy – množství energie/porci	V roce 2015 společnost překročila původně nastavený cíl (do konce roku 2015) pro obsah energie/porci pro balené mražené krémy: „80 % balených mražených krémů z portfolia má obsah energie ≤250 kcal/porci“ o 10 %. I koncem roku 2017 stále udržuje tento cíl u 90% portfolia balených mražených krémů.
UNILEVER	Zlepšování skladby dětského portfolia zmrzlin.	V oblasti dětského portfolia zmrzlin v roce 2014 dosaženo cíle 100 % výrobků určených pro děti s obsahem nejvíce 110 kcal na porci. 80 % balených zmrzlin z portfolia výrobce nepřevyšuje obsah energie na porci 250 kcal.
Nestlé Česko, s.r.o.	Program zaměřený na snížení energie na porci u všech cukrovinek, snaha o porcovatelnost produktů a zavádění znovuzavíratelná balení.	Příkladem může být nový produkt řady Orion Margot 4 mini, 4x20 g vedle nejběžnější tradiční tyčinky 100 g. Z celého portfolia cukrovinek na českém trhu je více než 60 % objemů prodeje znovuzavíratelné balení - stav ke konci roku 2017. Příkladem znovuzavíratelných balení je např.: řada výrobků JOJO Potěšení 30 % ovoce nebo JOJO medvídci o 30 % méně cukru (ve stojacím sáčku se samolepkou), řady Orion čokolád základní řada 100 g (znovuzavíratelný svár), řada Studentská pečeť (vnitřní obal z hliníku, čokoládu lze znovu zabalit).
EMCO spol. s r.o.	Nabídka jednoporcových balení.	Většina produktů je dostupná nejenom v rodinném balení, ale taktéž v jednoporcovém balení, které určují velikost tolerované jedné porce na den.
Mondelez Czech	Rozšiřování nabídky produktů	Kontrolovanou velikost porce nabízejí produkty, které mají energetickou hodnotu 200 kilokalorií nebo

Republic	<p>s kontrolovanou velikostí porce.</p> <p>Do 2025 usiluje společnost o to, aby produkty s kontrolovanou velikostí porce činily 20 % z celkových výnosů.</p> <p>Společnost se zároveň zavázala do roku 2025 uvádět údaje o kontrolované velikosti porce na baleních všech svých produktů.</p>	<p>méně. Jde přitom nejenom o individuálně balené produkty, ale i produkty, u kterých se v jenom větším obalu nachází několik menších balení. Další často využívanou možností pro upozornění spotřebitele je uvedení informace o vhodné porci na obalu produktu.</p> <p>V roce 2019 narostl počet produktů s kontrolovanou velikostí porce, ty tvořily 16 % z celkových výnosů. Původní cíl do roku 2020 (15%) se tedy podařil překročit o jedno procento.</p>
Mars Czech s.r.o.	<p>Pravidla pro spolupráci s partnery na promócích</p>	<p>V rámci přímé spolupráce s komerčními partnery pracujeme tak, aby žádný produkt vytvořený spojením našich cukrovinek s produkty jiného výrobce v rámci spojeného prodeje (cross promotion) neobsahoval více než 50 g přidaného cukru na jednu porci.</p>

5. Potravinářský průmysl informuje spotřebitele nad rámec legislativních požadavků

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
Platforma pro reformulace	<p>Napomoci výrobcům potravin v komunikaci týkající se inovovaných a reformulovaných výrobků.</p>	<p>PPR se v roce 2017 zaměřila na vytvoření možnosti pro výrobce komunikovat vylepšení receptury i při nesplnění zákonných limitů daných nařízením o výživových a zdravotních tvrzeních. V rámci čtvrtého ročníku soutěže „Cena Potravinářské komory ČR o nejlepší inovativní výrobek“ proto byla vytvořena a vyhlášena nová kategorie „Reformulace roku“. Výrobek oceněný v této soutěži pak může používat buď slovní označení „Reformulace roku“ nebo přímo logo Reformulace roku, které umožní upozornit spotřebitele na výrobky s vylepšeným složením. Pro tento účel bylo také vyvinuto nové logo.</p> <p>V kategorii Reformulace roku bylo v roce 2017 oceněno 6 výrobků:</p> <p>Beas, a.s. – Chléb Kardicorn vícezrný</p> <p>CORAX TRADING s.r.o. – Jihočeské Jerky zvěřinové natur</p> <p>IREKS ENZYMA, s.r.o. – Čiroková bageta sypaná</p> <p>Nestlé Česko, s.r.o. – Margot s kokosem</p>

		POLABSKÉ MLÉKÁRNY a.s. - Tvaroháček malina SEMIX PLUSO, spol. s.r.o. – Ovesné lupínky s jablky a skořicí
Většina výrobců potravin	Umístovat výživové údaje na přední stranu obalu.	Většina členů PK ČR uvádí na svých obalech, případně dalším způsobem (infolinky, webové stránky) poskytuje spotřebitelům informace výživových benefitech potravin, a to nad rámec povinných výživových údajů, které musí uvádět.
Nestlé Česko, s.r.o.	Poskytovat dobrovolné informace o výrobku a doporučovat spotřebiteli prostřednictvím obalu.	Na obale potravin uvádí Nestlé kompas tvořený (mimo logo společnosti Nestlé a kontaktu - web a telefonní infolinka), povinnými i dobrovolnými nutričními informacemi a v některých případech grafickým znázorněním porce (vaše porce cca. 5 medvídků), doporučením úpravy porce dle věku nebo zajímavostmi týkající se složení produktu (dosažení redukce přidáním vlákniny) nebo použité technologie (dehydratace).
Danone a.s.	Zpřehlednění informací pro spotřebitele na obalech a podpora zdravějšího stravování	Danone hodlá své výrobky srozumitelně označovat výživovými údaji nejen na 100g, ale i na porci, a to v souladu se svými nutričními závazky.
Danone a. s.	Transparentní informování spotřebitelů na přední straně obalu	Společnost si zakládá na transparentním informování spotřebitelů, tak, aby dostatečné a přehledné informace na předních stranách obalů spotřebitelů umožňovaly lépe se rozhodnout. Celkem 68 % objemů prodaných výrobků v roce 2019 přinášelo na přední straně obalu nutriční informace (v roce 2018 to bylo 53 %). Společnost se snaží všemožně podporovat informovanost spotřebitelů a také přispívat ke zvyšování úrovně zdraví obyvatelstva, např. formou transparentního nutričního označování NutriScore. Tento systém, který je založen na vědeckých poznatcích, společnost využívá na stále větším množství obalů svých výrobků.
UNILEVER	Dobrovolné uvádění procenta z referenčních hodnot příjmu	V rámci dlouhodobého plánu udržitelného rozvoje se společnost UNILEVER zavázala pro všechny potravinářské výrobky dobrovolně uvádět informace o % z referenčních hodnot příjmu v tabulce výživových údajů i na přední straně obalu.
Mondelez Česká republika	Označování velikosti porce na produktech. Do roku 2025 se společnost zavázala opatřit veškeré obaly svých produktů po celém světě ikonou „Snack Mindfully“ s vyznačením doporučené porce a vysvětlením uvědomělé konzumace.	Společnost označuje spotřebiteli vhodnou velikost porce, a to nad rámec legislativních požadavků, které požadují pouze uvádění výživových údajů na 100 gramů. Například informace jsou v rozšířené podobě uváděny u čokolád Milka. Čokoláda Milka Whole Hazelnut 100g – jedna porce definována jako čtyři čtverečky čokolády, součástí každého balení je také informace, že balení obsahuje 6 x 4 čtverečky, tedy 6 porcí. Postupně se takto snadno srozumitelné značení pro spotřebitele, např. 1 porce = 4 sušenky, které

		bude vyjádřeno i vizuálně, bude zavádět na všech produktech naší společnosti.
Platforma pro reformulace	Druhý ročník soutěže Reformulace roku 2018	<p>Dne 29. 7. 2018 byly vyhlášeny výsledky 5. ročníku soutěže „Cena PK ČR o nejlepší inovativní potravinářský výrobek“. V rámci této soutěže bylo již podruhé uděleno právo používat logo Reformulace roku.</p> <p>Ocenění a možnost využívat logo „Reformulace roku“ získaly tyto společnosti:</p> <p>Ve skupině „Mikropodnik“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corax Trading, s.r.o. – Bejby Jerky krůtí a Bejby Jerky hovězí • ADVENI MEDICAL, spol. s r.o. - Bezlepkový chléb BODYGUARD, bezlepkový chléb GENTLEMAN, kreky s chia semínky a brokolicovými klíčky a kreky s mákem a řasou Nori. <p>Ve skupině „Ostatní podniky“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emco spol. s r.o. - Emco Super kaše Chia semínka&lesní směs a Emco Super kaše Protein&chia s višněmi • IDC-FOOD, s.r.o. – Dezert za studena vanilkový • MASO UZENINY PÍSEK, a.s. - MÚÚÚ Šunka omega-3 • Nestlé Česko, s.r.o.. – MAGGI Snackito Thajská kari čočka • Nestlé Česko, s.r.o.. – JOJO Medvídci 30 % méně cukru • UNILEVER ČR, spol. s r.o. - Hellmann´s salátový dresink med a hořčice a Hellmann´s salátový dresink Tisíc ostrovů • PENAM, a.s. – Večerní chleběk • Semix Pluso, s.r.o. – Sladké s rozumem • IREKS ENZYMA s.r.o. – Sladový samožitný chléb se SLADEM Premium, Sladový žitno-pšeničný chléb se SLADEM Premium.
Platforma pro reformulace	Třetí ročník soutěže Reformulace roku 2019	<p>Dne 24. 7. 2019 byly vyhlášeny výsledky 6. ročníku soutěže „Cena PK ČR o nejlepší inovativní potravinářský výrobek“. V rámci této soutěže bylo již potřetí uděleno právo používat logo Reformulace roku. Jako nejlepší výrobek byl vyhodnocen produkt společnosti SEMIX PLUSO, s.r.o. Lněné pečivo omega - 3</p> <p>Ocenění a možnost využívat logo „Reformulace roku“ získaly tyto společnosti:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Emco spol. s r.o. - Emco tyčinka s ořechy a proteinem bez přidaného cukru varianta kokos a mandle a dále varianta pistácie a výrobek super muesli bez přidaného cukru s jahodami • Nestlé Česko, s.r.o.. – ORION Granko ochucené kakaové • SEMIX PLUSO, s.r.o. – Ovesná kaše pro děti s vápníkem bez lepku ve variantě s ovocem a variantě s čokoládou a banánem • Řeznictví H+H, s.r.o. – Špekáčky extra 1978 • Zeelandia, spol. s r.o. Vícezrnný máslový mazanec non-E se záparou
Platforma pro reformulace	Čtvrtý ročník soutěže Reformulace roku 2020	<p>Dne 20. 7. 2020 byly vyhlášeny výsledky 7. ročníku soutěže „Cena PK ČR o nejlepší inovativní potravinářský výrobek“. V rámci této soutěže bylo již potřetí uděleno právo používat logo Reformulace roku. Jako nejlepší výrobek byl vyhodnocen produkt společnosti MADETA, a. s. Lipánek tvarohový 130 g.</p> <p>Dále byly oceněny společnosti s výrobky:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emco spol. s r.o. – Super myslí – bez přidaného cukru Křupavé čokoláda a kokos • Mattoni 1873, a. s. – Mattoni esence pomeranč • Nestlé Česko s. r. o. – Nestlé Cheerios oat • UNILEVER, spol. s r. o. – Re: FUEL sandwich on the go 85 ml/55 g

6. Potravinářský průmysl propaguje své výrobky zodpovědným způsobem

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
PK ČR	Do Etického kodexu Rady pro reklamu včlenit část týkající se reklamy na děti a reklamy ve školách.	Do Etického kodexu Rady pro reklamu je na žádost PK ČR včleněna specifická část týkající se reklamy na děti a reklamy ve školách. Potravináři se zavazují, že reklama nebude klamat ohledně kladného efektu spojeného s konzumací potraviny či nápoje, nebude zpochybňovat roli rodičů při vedení dětí ohledně správné výživy ani nebude vyvolávat dojem naléhavosti či nezbytnosti koupě.

		<p>Jakákoliv propagace na školách všech stupňů musí být schválena vedoucím představitelem školy.</p> <p>Etický kodex reklamy je závazný samoregulační dokument. Na jeho respektování dohlíží 13 členný nezávislý expertní tým Arbitrážní komise, ve kterém jsou zastoupeni zadavatelé reklamy, agentury, média a právní odborníci.</p>
Skupina firem	Nezaměřovat reklamu na děti do 12 let.	<p>Signatáři v tzv. EU Pledge - dobrovolná iniciativa vedoucích společností v oblasti potravin a nápojů, cílem je snaha změnit reklamu cílenou na děti pod 12 let věku v TV, tisku, internetu v EU.</p> <p>Dodržování závazku je pravidelně jednou ročně vyhodnocováno nezávislou organizací. Více na http://www.eu-pledge.eu/</p>
PK ČR	Připravit národní samoregulační závazek k zodpovědnému marketingu	<p>Potravinářská komora ČR vydala „Deklaraci k zodpovědné komerční komunikaci“, ve které se potravináři zavazují formou dobrovolných pravidla a samoregulace komunikovat se spotřebiteli zodpovědným způsobem a vyvíjet specifické samoregulační závazky. Přílohou dokumentu jsou závazky jednotlivých firem, které jdou ještě nad rámec obecných pravidel.</p>
Nestlé Česko, s.r.o.	Dobrovolný závazek omezující marketingovou komunikaci na děti.	<p>Nestlé je jedním ze zakládajících členů dobrovolné iniciativy EU Pledge od roku 2007. Nad rámec této iniciativy má společnost Nestlé implementovanou přísnější interní politiku omezující marketingovou komunikaci na děti.</p>
Mondelez Czech Republic	„Marketing to kids“ závazek omezující komunikaci zaměřenou přímo na děti	<p>Společnost nerealizuje přímé marketingové aktivity na děti mladší 12 let a nezáleží přitom na nutričním profilu propagovaného produktu. Společnost v roce 2005 uvedla interní globální pravidla pro omezení marketingové komunikace zaměřené na děti. Tato pravidla jsou nad rámec EU Pledge, které je společnost také signatářem.</p> <p>Tato vnitřní pravidla nazvaná „Marketing to Children Policy“ platí pro všechny trhy, na kterých společnost podniká, a vztahují se na reklamu v televizi, tisku, rádiu, internetu, digitálu, v mobilních zařízeních, v herním byznysu (gaming), DVD / videu, při streamování i v kinech.</p> <p>Veškerá naše komunikace na obalech a materiály v obchodech jsou zaměřeny na dospělé.</p> <p>Ve školách předcházejících univerzitnímu vzdělávání je jakýkoliv marketing zapovězen.</p>
Danone a.s.	Dobrovolná omezení omezující marketingovou komunikaci na děti	<p>Společnost je jedním ze zakládajících členů dobrovolné iniciativy EU Pledge, kterou se evropské firmy v roce 2007 dobrovolně zavázaly omezit marketingovou komunikaci zacílenou na děti do 12 let, respektive nerealizovat ji pokud dané výrobky nesplňují přesně specifikovaná přísná kritéria nutriční kvality. Společnost své závazky plně dodržuje a má také stanovená vlastní interní pravidla</p>

		na celosvětové úrovni.
Nutricia a.s.	Dobrovolná omezení omezující marketingovou komunikaci na děti	Naše společnost je první a dosud jedinou firmou, která si dobrovolně zakázala reklamu nebo propagaci dětské výživy pro děti ve věku 0 až 6 měsíců ve všech zemích, a to i v případě, že to umožňují zákony v dané zemi. V zemích vyhodnocených Světovou zdravotnickou organizací jako „více rizikové“ státy z pohledu kojení jsme pak dokonce tento náš etický závazek dobrovolně rozšířili i na produkty určené dětem až do 12 měsíců, což jde často výrazně nad rámec příslušných legislativ. Naše společnost dodržování těchto interních etických závazků důsledně monitoruje, nejen díky přísným interním schvalovacím procesům, ale i vyhodnocováním nezávislých externích auditorů a pravidelným interním školením, které se pravidelně opakují.
Mars Czech	Zodpovědná komunikace: dobrovolný závazek omezující marketingovou komunikaci na děti.	Mars patří k zakládajícím členům EU Pledge. Společnost necílí marketingové aktivity na děti mladší 12 let a přijala více zodpovědných závazků týkajících se marketingové komunikace nad rámec této iniciativy.

7. Potravinářský průmysl vzdělává spotřebitele a veřejnost

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
PK ČR, STOB	Vzdělávat odbornou i laickou veřejnost.	Ve spolupráci s organizací STOB, potravinářský průmysl dlouhodobě vzdělává žáky 5. tříd základních škol v rámci programu „Hravě žij zdravě“. Klíčové jsou informace pro žáky týkající se zdravé a vyvážené stravy a potřeby pohybové aktivity. Programu se od jeho spuštění v roce 2007 zúčastnilo téměř 70 tisíc žáků, z nichž zhruba polovina soutěž úspěšně dokončila.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Vzdělávat odbornou i laickou veřejnost.	V rámci vzdělávání odborné i laické veřejnosti PPR v průběhu roku 2017 vydala 2 materiály věnované negativně vnímaným živinám, a to cukru a soli. Dále byla publikována brožura věnovaná pestré a vyvážené stravě. V roce 2018 byl publikován materiál věnovaný problematice tuků a dále brožura k reformulacím v pekárenství a brožura shrnující možnosti i omezení reformulací „Reformulace potravin znamená jejich vylepšování. Všechny materiály jsou k dispozici v elektronické

		i tištěné podobě.
PK ČR, Platforma pro reformulace, VŠChT	Připravit odbornou publikaci ve spolupráci s VŠChT, která by komplexně zhodnotila možnosti reformulací zejména s ohledem na technologické a senzorické limity.	Publikace shrnuje současný stav poznání k problematice reformulace potravin, přičemž bere v potaz aktuální informace z oblasti výživy. V knize jsou zahrnuty všechny významné potravinářské komodity, tj. pekařské výrobky, masné výrobky, mléčné výrobky, cukrovinky, tukové výrobky, nealkoholické nápoje, výrobky z ovoce a zeleniny. Samotný text poskytuje přehled možných reformulací jednotlivých potravinářských komodit včetně technologických a senzorických limitů, neopomíná však ani legislativní omezení jednotlivých reformulačních zákroků. Kniha si klade za cíl seznámit odbornou veřejnost s problematikou reformulace potravin a pomoci výrobcům potravin při realizaci vybraných reformulačních zákroků. Na sepsání této knihy se podíleli odborníci z Vysoké školy chemicko-technologické v Praze, Veterinární a farmaceutické univerzity v Brně a Potravinářské komory ČR. Publikace byla v roce 2020 přeložena do angličtiny.
UNILEVER	Soubor vzdělávacích akcí pro veřejnost (vzdělávací materiály, odborné poradny, webové stránky, atd.)	Flora pro.activ roadshow 05-06/2015, odborné měření hladiny cholesterolu na 30 místech po ČR, vzdělávací materiály (brožury, leták, 3 týdenní jídelníček), odborná poradna, webové stránky Vzdělávací kampaň do 2014 Rama pomáhá s chutí růst! : snídaňová a svačinová hlídka – význam snídání/svačin v dětském jídelníčku, význam esenciálních mastných kyselin pro růst a vývoj dětí, vzdělávací materiály (brožury, letáky, jídelníček, ...), odborná poradna, webové stránky Flora Světový den srdce a Den zdraví – každoročně do 2013: sportovní event pro veřejnost, edukační materiály o významu pestré vyvážené stravy a zdravého životního stylu, téma kardiovaskulární onemocnění a rizika vzniku KVO, vzdělávací materiály (brožury, leták, jídelníček, ...), odborná poradna, webové stránky
Nestlé Česko s.r.o	Externí i interní vzdělávání v oblasti vyváženého životního stylu.	Společnost má vlastní vzdělávací program o vyváženém životním stylu a stravování – „Nestlé pro zdraví dětí“, zaštitěno Ministerstvem zdravotnictví, program je určený dětem ve školách v celé České republice. Interně vzdělává zaměstnance například prostřednictvím vzdělávacích plakátů o vyváženém životním stylu spojených se soutěží pro zaměstnance.
Nutricia a.s.	Dlouhodobé edukativní a vzdělávací aktivity podporující zdravý vývoj populace	Společnost realizuje všestranné aktivity v oblasti propagace a vzdělávání správné výživy, prostřednictvím letáků, brožur, seminářů a dalších aktivit určených pro odbornou i širokou veřejnost, včetně edukace správného a výživy během kojení.

		<p>Společnost je zřizovatelem Nadačního fondu 1000 dní do života, jehož smyslem je vytvářet spojení mezi předními odborníky v oblasti výživy kojenců a batolat na straně jedné a mezi praktickými lékaři a jinými pracovníky ve zdravotnictví na straně druhé a jejich prostřednictvím pak i s veřejností. Nadační fond bude v rámci této perspektivy zejména podporuje výzkum ve výše uvedené oblasti, a to především podporou realizace vědeckých prací a výzkumných projektů, informuje a vzdělává odborné pracovníky v oblasti zdraví a péče o děti a matky o všech tématech s výživou souvisejících, Podílí se na zvyšování kvality výživy dětí a matek a tím i na zlepšování celkového zdravotního stavu populace.</p> <p>Společnost je také zakladatelem Nutriční péče, o.p.s., která byla zřízena za účelem zvyšování povědomí o podvýživě (malnutrici) mnohdy spojené s onemocněním nebo stářím a povědomí o správné nutriční péči všech skupin obyvatelstva. Organizuje přitom vzdělávací aktivity pro širokou i odbornou veřejnost formou přednášek, seminářů, symposií či kurzů.</p>
Danone a.s.	Externí i interní vzdělávání ke správné výživě a zdravému a udržitelnému životnímu stylu	Společnost realizuje interní semináře k výživě, ve spolupráci s 3. stranami a asociacemi spolupracuje na výchově a vzdělávání dětí i dospělých – semináře, konference. Během pandemie COVID-19 zveřejnila sérii infografik, které radily dětem i dospělým, jak se správně spravovat a vůbec zůstat zdravý.
Mondelez Czech Republic	Vzdělávání veřejnosti	V souvislosti se závazkem daným projektem „Snack Mindfully“ zaměřením na uvědomělou konzumaci, realizuje společnost digitální kampaň v anglickém jazyce zaměřenou na spotřebitele, ve které dává prakticky tipy a nástroje k uvědomělé kontrole nad stravováním. To zahrnuje tyto jednoduché kroky: minimalizujte rozptýlení, oddělte si správnou porci snacku, zaměřte se na vůni a chuť, všimněte si textury, produkt důkladně rozžvýkejte a než si vezmete další, předchozí sousto spolkněte.
Mlékárenský průmysl	Komunikace mléka a mléčných výrobků jako součást pestré stravy	Oslava mléka – každoročně již 17 let – akce pořádaná u příležitosti Světového dne mléka spojená s vyhlášením výsledků o Mlékárenský výrobek roku – organizuje Českomoravský svaz mlékárenský (zapojení Ministerstvo zemědělství, Ústav mléka, tuků a kosmetiky VŠCHT Praha).
Polabské mlékárny	Komunikace mléka a mléčných výrobků jako součást pestré stravy	Propagační a edukační program „Hustá výzva“ (www.hustavyzva.cz) zaměřená na propagaci konzumace „řeckých“ jogurtů (s vysokým obsahem mléčných proteinů) a doplněná o souběžné

		pohybové aktivity. Cíl: snížení obezity, zdravá výživa. Slogan: Česko bude nejvíce FIT země
Výzkumný ústav potravinářský Praha	Vzdělávání laické veřejnosti na veřejně přístupných akcích.	Pro rok 2018 prezentace racionální výživy (sacharidy, vláknina) a problematiky bezlepkové diety na akcích Zdravá Praha 15, Gluten Free Prague Expo, Země živelka aj. V plánu je Muzejní noc a Týden vědy. Pro rok 2020 prezentace racionální výživy (sacharidy, vláknina, sůl, alergeny, tuky – mastné kyseliny) a problematiky bezlepkové diety na akcích pro širokou veřejnost, na webu VÚPP a v rámci poradenské činnosti u databáze „Potraviny bez lepku“.
UNILEVER	Interní vzdělávání a aktivity pro zaměstnance	Well-being zaměstnanecký program: kontrolní odběry 1x za rok, přednášky v oblasti zdraví a zdravého životního stylu, cvičení v kanceláři, masáže, aktivity pro zaměstnance v rámci aktivit produktových značek.

8. Potravinářský průmysl publikuje dosažené výsledky, vzdělává a sdílí zkušenosti navzájem mezi sebou

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
PK ČR, Platforma pro reformulace	Vytvořit platformu pro sdílení zkušeností v oblasti reformulací potravin.	Na základě priorit Akčního plánu č. 2 Správná výživa a stravovací návyky populace na období 2015-2020 byla při PK ČR vytvořena Platforma pro reformulace, která představuje odborné fórum, v rámci kterého mohou členové diskutovat nad jednotlivými aktivitami a vzájemně sdílet zkušenosti.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Vytvořit specifickou webovou stránku, ze které by se členové Platformy pro reformulace i veřejnost mohli dovědět o činnosti platformy	Na nově vytvořené stránce www.reformulace.cz jsou pravidelně publikovány novinky v oblasti reformulací. V roce 2020 se aktuality také soustředí na vydanou Strategii Evropské komise F2F, která cílí právě na reformulace potravin a na podporu změny složení zpracovaných potravin ve smyslu nastavení maximálních limitů pro určité živiny v potravinách a omezení propagace potravin s vysokým obsahem soli, cukrů a/nebo tuků.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Uspořádat odborný seminář pro členy Platformy pro reformulace ke sdílení informací o úspěšně proběhlých reformulacích.	Ve spolupráci Výboru pro zdravotní a sociální politiku PK ČR a Platformy pro reformulace při ČTPP proběhl odborný seminář k tématu transmastných kyselin (TFA), který umožnil výrobcům navzájem sdílet informace o procesu snižování TFA ve výrobcích. Cílem této aktivity bylo upozornit na problematiku TFA a jejich vlivu na zdraví spotřebitelů a pomoci praktickými informacemi těm výrobcům, kteří se ke snížení či odstranění TFA teprve chystají.

PK ČR, Platforma pro reformulace	Uspořádat výroční konferenci Platformy pro reformulace.	Na výroční konferenci Platformy pro reformulace v září 2017 měli členové možnost zhodnotit, co se za rok fungování platformy podařilo „vylepšit“ ve složení potravin na českém trhu, jaký význam mají tyto reformulace pro zdraví a jakým směrem se mohou reformulace dále ubírat. V přednáškách a i komentářích se prezentující shodli na tom, že otázka reformulací je velmi komplexní, rozhodnutí nelze dělat od stolu a řešení je nutné hledat za účasti všech relevantních stran, tj. průmyslu, odborníků na výživu, akademiků, výzkumu i státní správy a médií. Je důležité provádět úpravy postupně a s ohledem na akceptaci spotřebitele. Vylepšení ne vždy musí znamenat snížení obsahu soli, cukru a tuku, často jde o nahrazení některé složky (např. odstranění TFA). Důležitou roli hraje vzdělávání spotřebitele, který bohužel v současné době reformulace často chápe jako snahu výrobců ušetřit a vnímá reformulace jako „šizení“. Výroční konference prokázala, že celá řada reformulací již probíhá a informace o dosažených úspěších zajímá jak odbornou veřejnost, tak média. Členové PPR ocenili přínos výroční konference, nejen po stránce odborné, ale zejména díky společné diskusi průmyslu se státní správou, odborníky na výživu, lékaři i výzkumem.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Uspořádat výroční konferenci Platformy pro reformulace 2018 s větším prostorem pro diskusi. Cílem bude zařadit informace i z dalších sektorů, zejména z oblasti pečiva	Výroční konference PPR se v roce 2018 konala 19. 9. 2018. Zatímco v loňském roce se reformulace zaměřovaly na snižování obsahu soli, cukru a transmastných kyselin, v roce 2018 došlo nejen k rozšíření o nové produktové segmenty (mléko a pečivo) a využití nových technologií, ale potravináři se rozhodli také přispět ke zlepšování zdravého životního stylu českých spotřebitelů celou řadou dalších aktivit v rámci závazku Deklarace ke zdravému životnímu stylu.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Uspořádat výroční konferenci Platformy pro reformulace 2019 se zaměřením na mlékárenský průmysl a zařadit do programu evropský pohled.	Konference proběhla 18. září 2020. Tentokrát byla zaměřena na mléko a mléčné výrobky. Novinkou konference byla možnost pro výrobce připravit si stánek nebo banner informující účastníky o specifických projektech výrobců, součástí byla také ochutnávka. Evropský pohled prezentovali zástupci FoodDrinkEurope, Fevia a EU specialty food ingredients.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Uspořádat výroční konferenci Platformy pro reformulace 2020 se zaměřením na retail.	
Výzkumný ústav potravinářský Praha	Reformulace jako součást výzkumných projektů.	Průběžná publikace výsledků výzkumu pro odbornou veřejnost v časopisech a na konferencích.

9. Potravinářský průmysl podporuje zdravý životní styl a pohybovou aktivitu

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
Nestlé Česko s.r.o	Podpora vyváženého životního stylu zaměstnanců.	Společnost poskytuje masáže pro své zaměstnance, podporuje správnou ergonomii pracovního místa (kancelář, auto). Vzdělávací program zaměřený na děti základních škol Nestlé pro zdraví dětí . Formou tematických modulů připravených pro interaktivní tabule vzdělávají profesionální lektori děti ve zdravém a vyváženém životním stylu. Děti se dozvědí nejen informace o pestré stravě, ale také o pohybu a jeho důležitosti, hygieně potravin, prevenci rizik spojených s nesprávnou životosprávou a také o důležitosti konzumace ovoce a zeleniny. Společnost Nestlé byla v minulosti oceněna např.: Top odpovědná firma 2016 i 2017, Podnik podporující zdraví 2015-2018. V letošním roce nám byl udělen titul Podnik podporující zdraví III. Stupně i pro další 3 roky tj. do roku 2021.
Nestlé Česko s.r.o	Podpora pohybových aktivit dětí a zaměstnanců.	Společnost v rámci programu Nestlé pro zdraví dětí podporuje všestranné pohybové aktivity a pohybovou gramotnost školních dětí a to jako partner projektu Děti na startu. Program je celonárodní a ve školním roce 2017/18 se do něj zapojilo na 5 000 dětí. Podporuje pohybové aktivity vlastních zaměstnanců - běžecké soutěže, interní soutěž v krokování apod. V roce 2018 jsme se stali partnery cyklistického závodu v regionu Holešovsko Rusavská padesátka a podpořili tak sport a pohyb v komunitě našeho závodu SFINX.
EMCO spol. s r.o.	Podpora sportovních aktivit zaměstnanců i veřejnosti.	Společnost podporuje nejenom řadu sportovních aktivit, včetně cyklistických závodů, sponzorování florbalového týmu, ale také myslí na své zaměstnance, kterým hradí volejbalové a tenisové kurty, nabízí flexi pasy zaměnitelné na permanentky do různých sportovišť, ale také pořádá aktivní Emco víkendy, plné pěší i cyklo turistiky. Zavedla program ovoce na pracovišti a zdravé svačinky.
Danone a.s.	Podpora zdravého životního stylu	Společnost různými způsoby podporuje zdravý životní styl svých zaměstnanců. Poskytuje flexibilní benefity, předplacené karty na sportovní a relaxační vyžití včetně dovolených, pravidelně dodává na

		pracoviště ovoce, zeleninu, jogurty a jogurtové nápoje, funguje online portál s možností využití konzultací s lékařem, organizují se přednášky a interní vzdělávací aktivity v mnoha podobách.
Nutricia a. s.	Podpora zdravého životního stylu	Společnost různými způsoby podporuje zdravý životní styl svých zaměstnanců. Poskytuje flexibilní benefity, předplacené karty na sportovní a relaxační vyžití včetně dovolených, pravidelně dodává na pracoviště ovoce, zeleninu, jogurty a jogurtové nápoje, funguje online portál s možností využití konzultací s lékařem, organizují se přednášky a interní vzdělávací aktivity v mnoha podobách.

10. Potravinářský průmysl spolupracuje s relevantními institucemi, akademickou obcí, odborníky, médii a dalšími zúčastněnými stranami

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
PK ČR	Sdílet výsledky dosažené v rámci Platformy pro reformulace se širokou veřejností.	Výroční tisková konference Platformy pro reformulace 2017 shrnující dosažené úspěchy. Výroční tisková konference PPR v roce 2019 proběhla 19. září 2019.
PK ČR	Spolupráce a výměna zkušeností a poznatků s FoodDrinkEurope.	Pravidelná účast na pracovních skupinách FoodDrinkEurope (pracovní skupina DIET a INCO).
PK ČR	Pravidelně sdílet informace s odbornou veřejností u příležitosti výroční konference Platformy pro reformulace (shrnující dosažené výsledky), průběžné kontakty s médii	Pravidelné každoroční konference PPR Tiskové konference PPR
PK ČR	Spolupracovat s VŠCHT a VFU Brno při přípravě odborných podkladů pro vypracování sensorických a technologických limitů pro reformulace.	Pravidelná vzájemná spolupráce. V roce 2019 zveřejnění publikace „Reformulace potravin“.
Danone a.s.	Zajištění udržitelnosti ve sféře obalů a	Společnost si stanovila celosvětový cíl mít do roku 2025 všechny obaly svých výrobků

	zajištění maximálně šetrného nakládání s produkty - prevence plýtvání s potravinami	<p>recyklovatelné, znovu použitelné případně kompostovatelné. V praxi to znamená například dosáhnout do roku 2025 minimálně 25 % recyklovaného materiálu u plastových obalů a v Evropě nápojové lahve se 100 % rPETu (navýšení cíle z 50 %). V současnosti je již více než 80% obalů celosvětového portfolia společnosti recyklovatelných, znovu použitelných nebo kompostovatelných.</p> <p>Společnost se u řady svých produktů systematicky zaměřuje na záměnu obalových materiálů z plastu za materiály s vyšší mírou recyklace (papír, sklo atd.), součástí celosvětové udržitelné strategie je například kompletní nahrazení polystyrenu do roku 2025.</p> <p>V roce 2020 uvedla společnost v Česku jako na jednom z prvních trhů na světě rostlinné nápoje Alpro v nové nápojové lahvi, která je nejen plně recyklovatelná, včetně snadno odstranitelného sleeve, ale která obsahuje i 50 % rPETu (recyklovaný PET). V těchto produktových inovacích vedoucích ke snadnější recyklovatelnosti obalových materiálů hodlá společnost pokračovat. V úzké kooperaci s externími partnery připravujeme a realizujeme interní i externí informační a edukativní projekty na téma třídění a recyklace potravinářských obalů. Společnost také implementovala systém, který pomáhá minimalizovat objem zbytečné likvidace výrobků s koncem data spotřeby, včetně realizace spolupráce se 3. osobami (Naděje, azylové domy, dětské domovy atd.).</p>
Nutricia a.s.	Inovace v oblasti udržitelnosti obalů	V roce 2020 společnost spustila projekt postupného odstraňování plastových brček v celém svém portfoliu klinické výživy popíjení pro dospělé v Česku. Odstranění plastových brček navazuje na inovaci obalů sondové výživy, které jsou postupně nahrazovány od počátku roku 2020, a bude pokračovat i v následujících měsících.
Mlékárenský průmysl	Na projektu Mléko vás zdraví spolupracovat s renomovanými odborníky	Spolupráce na tiskových materiálech/ propagačních materiálech v projektu Mléko vás zdraví s např. MUDr. Tlaskalem (Oddělení léčebné výživy FN Motol), prof. RNDr. Jiřím Krejskem CSc. (Ústav Klinické imunologie a alergologie Fakultní nemocnice Hradec Králové).
PK ČR	Spolupracovat s odborníky na výživu.	Spolupráce se společností pro výživu (prezentace v rámci konference „Potraviny, zdraví a výživa: Bílkoviny“. Spolupráce s Aliancí výživových poradců (logo Reformulace roku)
Výzkumný ústav potravinářský Praha	Reformulace jakou součástí výzkumných projektů.	Spolupráce na projektech s jinými ústavu a VŠ, se Spolkem pro pro zdravou výživu, Společností pro bezpečnou dietu. Publikace pro odbornou veřejnost i pro laiky v tištěné podobě, na webu a ve sdělovacích prostředcích.
PK ČR	Spolupracovat s VŠCHT a VFU Brno při	Pravidelná vzájemná spolupráce.

	přípravě odborných podkladů pro vypracování sensorických a technologických limitů pro reformulace.	
--	--	--

	Závazek se již podařilo naplnit
	Naplňování závazku úspěšně probíhá
	Závazek se nedaří naplňovat