

MOLITALIA, nuestro COMPROMISO de AUTORREGULACIÓN para la PUBLICIDAD DE ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS DIRIGIDA A MENORES DE 12 AÑOS:

Criterios de aplicación:

De acuerdo a la "Directiva de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Dirigida a Menores de 12 Años" los criterios a ser tomados en consideración en forma integral y conjunta para la aplicación de dicha directiva son:

Producto: cuando el empaque, color y forma estén diseñadas para atraer la atención del público infantil y dentro de la pieza publicitaria el personaje central que consume, utiliza y refiere el alimento o bebida no alcohólica es menor de 12 años.

Mensaje: cuando el mensaje incluya colores, voces, música, imágenes y/o sonidos que atraiga de forma especial la atención del público menor de 12 años y el alimento o bebida no alcohólica sea preponderantemente utilizado por éste, así como cuando el uso de personalidades famosas reales o ficticias cuyo nombre o imagen resulte atractiva a los menores de 12 años.

Horario: cuando el mensaje sea transmitido durante programas y medios de comunicación con una audiencia mínima de 35% de niños menores de 12 años así como cuando se patrocinen eventos y actividades que posean un público significativamente menor de 12 años.

Principios de Comunicación:

Nuestra publicidad dirigida a niños menores de 12 años:

- ✓ No promoverá hábitos de alimentación o estilos de vida no saludables como el comer o beber en forma inmoderada, excesiva o compulsiva.
- ✓ No fomentará ni presentará hábitos de vida sedentarios.
- ✓ Promoverá alternativamente, mediante un mensaje visual o auditivo adicional al mensaje publicitario principal, la importancia de alcanzar el equilibrio energético, la práctica cotidiana de actividad física, el mantenimiento de una alimentación variada y balanceada, un estilo de vida activo, la dieta correcta, la ingesta de frutas y verduras; la importancia de la prevención en salud a partir de la alimentación correcta, el ejercicio diario, o alguna otra análoga.
- ✓ No presentará alimentos como sustitutos de comidas principales sin el debido sustento científico.

- ✓ No generará sensación de urgencia o ansiedad por adquirir o consumir.
- ✓ No socavarán la autoridad, responsabilidad, juicio o criterio de padres o adultos responsables.
- ✓ No dará la impresión infundada de que la elección de una determinada marca de producto proporciona al menor condiciones de mayor aceptación o superioridad. Tampoco hará presumir que la no elección de dicho producto provoca una situación de inferioridad o rechazo.
- ✓ No hará uso de estereotipos sociales o que llamen a prejuicio, provocando objetivamente cualquier tipo de discriminación.
- ✓ No utilizará un lenguaje imperativo.

Implementación:

Las piezas existentes se adecuarán a La Directiva antes del 15 de Agosto de 2012.

La Directiva de Publicidad de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas Dirigida a Menores de 12 Años será parte integral del proceso creativo desde su primera fase.