

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
		<p>Moravia Lacto – reformulace šlehaného podmaší s využitím probiotických laktobacilních kultur (2019).</p> <p>Bel Syry Česko – tavěný sýr Věslá kráva vyrobený bez použití tavivích solí (přidátních látek) – všechny použité složky jsou výlučně mléčného původu (2018).</p> <p>Bohovičská mlékárna – výrobek řady Nutrilac, Nutrilac Renal, Nutrilac – sterilovaná nutričně definovaná potravina pro přeláskávané děti účely, 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, vztaženo na celkový počet vyrobených chlebů ve společnosti PENAM, a.s.
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia cereálních výrobků s výživovým tvrzením. Zdroj bílkoviny 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 příchuťové proteinových ověšených kaší či srdítek. V současné době jsou na českém trhu k dostání 3 příchuťové kaše, 5 příchuťových srdítek a 2 příchuťové novinky. Novinkou jsou 3 druhy polevek s vysokým obsahem bílkovin.
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia výrobků pro pekárenský průmysl a výživovým tvrzením	Novinkou v roce 2019 je zavedení sýpkové směsi na přípravu línéhoho pečiva s vysokým obsahem omega-3 mastných kyselin a zdrojem vlákniny pro každý trh.
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia výrobků o kličné lupinky a obiloviny v suseném stavu	Do portfolia postupně přibývají jak jednodruhové kličné produkty o kličné čočka lupinky, Pohankové lupinky, Quinoa lupinky, Ovesné vločky), tak i produkty s využitím kličných obilovin (Ovesný hrníček s kličnou quinoou, Zrninový bochník apod.).
SEMIX PLUSO, spol. s r.o.	Rozšíření portfolia o nesladkou variantu svačkových cereálií	Do portfolia přibývají Músi tyčinky naslano, Zrninový bochník, Seminkový chléb. Cílem je nabídnout spotřebitelé pro svačnicku či snídaň 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 líným semínkem, Activia Smoothie, Activia Shot, které obsahují dvojnásobné množství aktivních probiotik. Či výsoce kvalitní chlázenou kávu s rostlinným mlékem. V roce 2020 inovací otevírá pokračuje. Společnost na trh uvedla zcela novou značku Proamel, která nabízí celou řadu rostlinných výrobků v bio kvalitě. Mléčný sortiment společnosti posílila o nové dezerty – Tvarohové Kostiky, 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 obchacování nejdělejších výrobných fází do další zdraví prospěšné látky.



4. Potravinářský průmysl nabízí různorodou škálu výrobků a balení

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
UNILEVER ČR, spol. s r. o.	Uvedení na trh výrobků 1 nových (zmenšení porce zrninových výrobků	Magnum Mini (standardní velikost Magnum 120 ml v xerze mini 60 ml). Carte d'Or Mini (standardní velikost Carte d'Or 900 ml v xerze mini 180ml).
Mars Czech s.r.o.	Program zaměřený na snížení energie na porci u všech cukrovinek na 250 kalorií	SMars, Incorporated podporuje doporučení Světové zdravotnické organizace znižit příjem tuku na 10 % a celkovévo příjmu kalorií. V rámci této podpory přijala společnost řadu závazků. V komunikaci spotřebitelům doporučuje konzumovat cukrovinky pouze jako doplněk výživné stravy. Závazek z roku 2010 snížit obsah energie na porci všech cukrovinek na 250 kalorií se již celosvětově (včetně ČR) podařilo naplnit na 99 %.

STR. 6	STR. 11
STR. 7	STR. 12

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
Nestlé Česko, s.r.o.	Externí i interní vzdělávání v oblasti výživného životního stylu	Společnost má vlastní vzdělávací program o vyváženém životním stylu a stravování – „Nestlé pro zdraví dětí“, zajištěno Ministerstvem zdravotnictví, program je určený dětem ve školách i v celé České republice.
Nutričia a.s.	Dlouhodobé edukativní a vzdělávací aktivity podporující zdraví vývoj populace	Společnost realizuje věstrané aktivity v oblasti propagace a vzdělávání správné výživy, prostednictvím letádků, brožur, seminářů a dalších aktivit určených pro odbornou i širokou veřejnost, včetně edukace správného stravování a živých během kojeneí. Společnost je zřizovatelem Nadačního fondu 1000 dní do života, jehož smyslem je vyvíet spolupráni 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 v rámci této perspektivy bude podporovat 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 masky o všech tématech s výživou souvisejících. Podílí se na zvyšování kvality výživy dětí a matek a tím i na zlepšování celkového zdravotního stavu populace. Společnost je také zakládatelem 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, symposíi či kurzů.
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 stravovat a vůbec: zůstat zdravý.
Mondelez Czech Republic s.r.o.	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 sdílá praktické tipy a nástroje ke uvědomělé kontrole nástravování. To zahrnuje tyto jednoduché kroky: minimalizujte rozptýlení, včetně si správnou porci snacku, zaměřte se na vůni a chuť, vylimte si textury, produkt důkladně rozčtyčte a než si vzmete další, předchozí sousto společně ochutnejte. Kampaň projektu rovněž existuje webová stránka s dalšími informacemi.
Mlékárenský průmysl	Komunikace mléka a mléčných výrobků jako sušič zručné pestře stravy	Oslava mléka – každoročně jí 17 let – ale počkáváme u příležitosti Světového dne mléka spojená s vyhlášováním výsledků o Mlékárenský výrobek roku – organizuje Ceskomoravský svaz mlékárenský (zapojení – Ministerstvo zemědělství, Ústav mléka, tuků a kosmetiky VŠCHT Praha).
POLABSKÉ MLÉKARNÝ a.s.	Komunikace mléka a mléčných výrobků jako sušič zručné pestře stravy	Propagační a edukační program „Hustá výzva“ (www.hustavyzva.cz) zaměřená na propagaci konzumace „ječích“ jogurtů (s vysokým obsahem mléčných proteinů) a doplněná o současně pohybové aktivity. Cíl: snížení obezity, zdravá výživa. Slogan: Každý bude nejvíce FIT země.
Výzkumný ústav potravinářský Praha, v. v. i.	Vzdělávání laické veřejnosti na veřejně přístupných akcích.	Pro rok 2018 prezentace racionální výživy (šacharidy, vláknina) a problematiky bezpékové diety na akcích Zdravá Praha 15, Gluten Free Prague Expo, Země žítveitka aj. V plánu je Muzejní noc a Teden vědy. Pro rok 2020 prezentace racionální výživy (šacharidy, vláknina, síla, alergiey, tuky – mastné kyseliny) a problematiky bezpékové diety na akcích pro širokou veřejnost, na webu VÚPP a v rámci poradenských činností s databáze „Potraviny bez lepek“.
UNILEVER ČR, spol. s r. o.	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.

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
		Následně se společnost zavázala, že bude ve svém úsilí pokračovat a začne zrytovat 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 ČR, spol. s r. o.	Mražené krémy – množství energie/porci	V roce 2015 společnost přeláskovala nastavení cíli (do konce roku 2015) pro obsah energie/porci pro balené mražené krémy: „80 % balených mražených krémů s portfolia má obsah energie <250 kcal/porci“ o 10 %. K koncem roku 2017 stále udržuje tento cíl u 90 % portfolia balených mražených krémů.
UNILEVER ČR, spol. s r. o.	Zlepšování skladby dětského portfolia zrnin	V oblasti dětského portfolia zrnin v roce 2014 dosaženo cíle 100 % výrobků určených pro děti s obsahem nejvíce 110 kcal na porci. 80 % balených zrnin z portfolia výroby 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 znouzuváratelelní balení	Príkadem může být nový produkt řady Orion Margot 4 mini, 4x20 g vedle nejběžnější tradiční tyčinky 100 g.
Emco spol. s r. o.	Nabídka jednoporcových balení	Většina produktů je dostupná nejenom v rodinném balení, ale takéž v jednoporcovém balení, které určují velikost tolerované jedné porce na den.
Mondelez Czech Republic s.r.o.	Rozšiřování nabýdky produktů s kontrolovanou velikostí porce	Kontrolovanou velikost porce nabízejí produkty, které mají energetickou hodnotu 200 kilokalorií nebo méně. Jde přitom nejenom o individuálně balené produkty, ale i produkty, u kterých se v jenom větší obalu nachází několik menších balení. Další často využívanou možností pro upozornění spotřebitele je uvedení informace o vhodné porci na obalu produktu. V roce 2019 narostl počet produktů s kontrolovanou velikostí porce, ty tvořily 16 % z celkových výnosů. Přibližně čílo roku 2020 115 % se tedy podaří překročit o jedno procento.
Mars Czech s.r.o.	Pravidla pro spolupráci s partnery na promcích	V rámci přímé spolupráce s komerčními partnery pracujeme tak, aby žádné produkty vývoevy spojením našich komunikací s produkty jiných výrobců v rámci společeného porce (cross promotion) neobsahoval více než 50 g přidaného cukru na jednu porci.

STR. 7	STR. 12
STR. 8	STR. 13

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

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
PK ČR, Platforma pro reformulace	Externí i interní vzdělávání v oblasti výživného životního stylu	Společnost má vlastní vzdělávací program o vyváženém životním stylu a stravování – „Nestlé pro zdraví dětí“, zajištěno Ministerstvem zdravotnictví, program je určený dětem ve školách i v celé České republice.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Vytvořit specifickou webovou stránku, ze které by se členové Platformy pro reformulaci i veřejnost mohli dovědět o činnosti platformy	Na nové vytvořené stránce www.reformulace.cz jsou pravidelně publikovány novinky v oblasti reformulací. V roce 2020 se aktuálně také soustředila na vydání Strategie Evropské komise EFZ, 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, cukru a/nebo tuku.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Uspořádat odborný seminář pro členy Platformy pro reformulace ke sdílení informací o úspěšné proběhých reformulacích	Ve spolupráci výboru pro zdravotní a sociální politiku PK ČR a Platformy pro reformulaci při CTPF proběhl odborný seminář o nových transnrodních kyselín (TFA), který umožní výrobčům navzájem sdílet informace o procesní usotvení TFA ve výrobcích. Cílem této aktivity bylo upozornit na problematiku TFA a jejich vlivu na zdraví spotřebitelů a pomoci praktickými informacemi těm výrobčům, 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 mělí členové možnost zhodnotnit, 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 i a 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 rol hraje vzdělávání spotřebitele, který buhožel u současné době reformulace často chápe jako snadný výrobčův ústředí a vnímá reformulace jako „slezení“ výrobčí konferencí. Proto se jednalo, 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	Vyroční konference PPR se v roce 2018 konala 19. 9. 2018. Zatímco v loňském roce se reformulace zaměřovaly na snížení 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 připsát 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 2020 se zaměřením na retail	Konference proběhla 18. září 2020. Tentokrát byla zaměřená na mléko a mléčné výrobky. Novinkou konference byla možnost pro výrobce připraví stánek nebo banner informující účastníky o specifických projektech výrobců, součástí byla také ochutnávka. Evropský pohled prezentovali zástupci FoodDrinkEurope, Fevia a EU speciality food ingredients.
PK ČR, Platforma pro reformulace	Uspořádat výroční konferenci Platformy pro reformulace 2020 se zaměřením na retail	Konference proběhne 16. září 2020.
Výzkumný ústav potravinářský Praha, v. v. i.	Reformulace jako součást výzkumných projektů	Průběžná publikace výsledků výzkumu pro odbornou veřejnost v časopisech a konferencích.

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
Většina výrobců potravin	Umístovat výživové údaje na přední stranu obalu	Většina členů PK ČR uvádí na svých obalech, případně dalšími způsobem (například webové stránky) poskytnout 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 doporučení 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 a některých případech grafickým znázorněním porce (vase porce cca 5-6 cm objemu), doporučením množství porce (k věku nebo zajímavosti týkající se složení produktu (dosažení redukce přidané vlákniny) nebo použité technologie (dehydratace).
Danone a.s.	Zpřehlednění informací pro spotřebitele na obalech a podpora zdravějšího stravování	Danone hodlají své výrobky zrozmítně 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 dostatečně a přehledně informace na předních stranách obalů spotřebitelů umožňovaly lépe se rozhodnout. Celkem 68 z objemů prodávaných výrobků v roce 2019 přinášelo na přední straně obalu nutriční informace (v roce 2018 to bylo 53 %). Společnost se snaží všemohně podporovat informovanost spotřebitelů a také přispívat ke zvyšování úrovně zdraví obyvatelstva, např. formou transparentního nutričního označování NutriScore. Tento systém, který je založen na vědeckých poznátcích, společnost využívá na stále větším množství obalů svých výrobků.
UNILEVER ČR, spol. s r. o.	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 Czech Republic s.r.o.	Označování velikosti porce na produktech. Do roku 2025 se společnost zavázala opatřit veskeré obaly svých produktů po celém světě ikonou „Snack Mindfully“ s vyznačením doporučené porce a vysvětlením uvedené velikosti konzumace	Společnost označuje spotřebitelé vhodnou velikost porce, a to nad rámec legislativních požadavků, které požadují pouze uvedení výživových údajů na 100 gramů. Například informace jsou v rozšířené podobě uváděny u čokolád Milka. Čokoláda Milka White 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.
Platforma pro reformulace	Druhý ročník soutěže Reformace roku 2018	Postupně se jako snadno zrozmítnělé označení pro spotřebitele, např. 1 porce = 6 sásenky, které bude vyjadřet i vizuálně, bude zavádět na všech produktech naš společnosti.
Platforma pro reformulace	Třetí ročník soutěže Reformace roku 2019	Den 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 Reformace roku. Oceněni a možností využít logo „Reformace roku“ získaly tyto společnosti: <ul style="list-style-type: none">Ve skupině „Mlékopřírodné“ <ul style="list-style-type: none">Corax Trading, s.r.o. – Bejby Jerky krůti a Bejby Jerky hovzí ADVENI MEDICAL, spol. s r.o. – Bezlepkový chléb BODYGUARD, bezlepkový chléb GENTLEMAN, kreky s chia semínky a brokoliovými klíčky a kreky s mákem a fasou Nori. Ve skupině „Ostatní podniky“ <ul style="list-style-type: none">Emco spol. s r.o. – Emco Super káše Chia semínka+šlešní směs a Emco Super káše Proteínová s vůními IDC-FOOD, s.r.o. – Dezert za studena vanilkou MASO UZENIN Y PISEK, a.s. – MUJU Šunka omega-3 Nestlé Česko, s.r.o. – MAGGI Smáček Thajská kari kašička Nestlé Česko, s.r.o. – JOJO Medvídků 30 % méně cukru UNILEVER, spol. s r.o. – Hellmann´s salátový dresink med a hořčice a Hellmann´s salátový dresink Tisic ostrou PENAMA, a.s. – Větrná chlebíček Semix Pluso, s.r.o. – Sladké s rozumem IREKS ENZYMA s.r.o. – Sladový samotný chléb se SLADEM Premium, Sladový Zitrno-pšeničný chléb se SLADEM Premium.
Platforma pro reformulace		Den 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 Reformace roku. Jako nejlepší výrobek byl vyhodnocen produkt společnosti SEMIX PLUSO, s.r.o. – Lhneč pečivo omega-3. Oceněni a možnost využít logo „Reformace roku“ získaly tyto společnosti:

STR. 8	STR. 13
STR. 9	STR. 14

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 pracovišních míst (kancelář, auto). Vzdělávací program zaměřený na děti základních škol Nestlé pro zdraví dětí. Formou tematických modulů připravených pro interaktivní učebnice vzdělávají profesionální lektori děti ve zdravém a vyváženém životním stylu. Děti se dozvídel nejen informace o pestře stravě, ale také o pohybu a jeho důležitosti, hygieně potravín, prevenci rizik spojených s nesprávnou životosprávou a také o důležitosti konzumace ovoce a zeleniny. Společnost Nestlé byla v minulosti oceněna např.: Top odpovědná firma 2015 i 2017. Podnik podporující zdraví 2015–2018. V letošním roce byl společností udělen titul Podnik podporující zdraví II. 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 vzájemně sportovní aktivity a pohybovou gramotnost školních dětí a o vstátní partner projektu Děti na startu. Program je celoroční a ve školním roce 2017/18 se do něj zapojilo na 5 000 dětí. Podporuje pohybové aktivity vlastních zaměstnanců - běžecké soutěže, interní soutěž v krokovani apod. V roce 2018 jsme se stali partnery cyklistického závodu v regionu Holešovsko Rousavská pedasteka a podpořli tak sport a pohyb v komunitě našeho závodu ŠFINX.
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 hrají volejbalové a tenisové kurty, nabízí free passy zaměřené na permanentky do různých sportovišť, ale také pořádá aktivity Emco vikendy, plné péší 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 flexibilitu benefitů, předplácené karty na sportovní a relaxační vyžití včetně dovolených, pravidelné dočady na pracovišti 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.
Nutričia a. s.	Podpora zdravého životního stylu	Společnost různými způsoby podporuje zdravý životní styl svých zaměstnanců. Poskytuje flexibilitu benefitů, předplácené karty na sportovní a relaxační vyžití včetně dovolených, pravidelné dočady na pracovišti 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	Pravidelná každoroční konference PPR, -Tiskové konference PPR.
PK ČR	Spolupráce a výměna zkušeností a poznatků s FoodDrinkEurope	Pravidelná účast na pracovních skupinách FoodDrinkEurope (pracovní skupina DIET a INCO).
PK ČR	Pravidelné sdílení informací s odbornou veřejností u příležitosti výroční konference Platformy pro reformulace (shrnující dosažené výsledky), průběžné kontakty s médii	Pravidelné každoroční konference PPR, Tiskové konference PPR.

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
		<ul style="list-style-type: none">Emco spol. s r.o. – Emco tyčinka s olechy a proteinem bez přidaného cukru varianty kokos a mandle a dle varianty pitstáče a výrobek super mussels bez přidaného cukru s jahodami Nestlé Česko, s.r.o. – ORION Granko ochucené kakaoe SEMIX PLUSO, s.r.o. – Ovesná kaše pro děti s vápníkem bez lepku ve variantě s ovocem a s variantě s čokoládou a banánem Rezníctví I+H, s.r.o. – Spekačky extra 1978 Zeelandia, spol. s r.o. Víceroznný maslový mazanec non-E se záparou.
Platforma pro reformulace	Čtvrtý ročník soutěže Reformace roku 2020	Den 20. 7. 2020 byl vyhlášený výsledky 7. ročníku soutěže „Cena PK ČR o nejlepší inovativní potravinářský výrobek“. V rámci této soutěže bylo již páté uděleno právo používat logo Reformace roku. Jako nejlepší výrobek byl vyhodnocen produkt společnosti MADETA, a. s. Línánek tvarohový 130 g.

6. Potravinářský průmysl informuje spotřebitele nad rámec legislativních požadavků

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
PK ČR	Do Etického kodexu Rady pro reklamu je na žádost PK ČR vložena specifická část týkající se reklamy na děti a reklama ve školách. Společnost se zavazuje, že reklama nebude klamat ohledně kladného efektu spotřebního s konzumací potravin či nápoje, nebude zpochybňovat roli rodičů při vedení dětí ohledně správné výživy ani nebude využívat dojem naléhavosti či nezbytnosti koupě. Jakkoliv propagace na školách jejich stupně musí být nevhodně vedenou představitelům školy.	Do Etického kodexu Rady pro reklamu je na žádost PK ČR vložena specifická část týkající se reklamy na děti a reklama ve školách. Společnost se zavazuje, že reklama nebude klamat ohledně kladného efektu spotřebního s konzumací potravin či nápoje, nebude zpochybňovat roli rodičů při vedení dětí ohledně správné výživy ani nebude využívat dojem naléhavosti či nezbytnosti koupě. Jakkoliv propagace na školách jejich stupně musí být nevhodně vedenou představitelům školy.
PK ČR	Připravit národní samoregulační závazek k zodpovědnému marketingu	Potravinářská komora ČR vydala „Deklaraci k zodpovědné komerční komunikaci“, ve které se potravináři zavazují formou dobrovolných pravidel a samoregulace komunikovat se spotřebiteli zodpovědným způsobem a vyvíjet specifické samoregulační závazky. Přílohou dokumentu jsou závazky jednotlivých firem, které jsou ještě nad rámec obecných pravidel.
Nestlé Česko, s.r.o.	Dobrovolný závazek omezení marketingové komunikaci na děti	Nestlé je jedním ze zakládajících členů dobrovolné iniciativy EU Pledge od roku 2007. Nad rámec této iniciativy má společnost Nestlé implementovanou přísnější interní politiku omezení marketingovou komunikaci na děti.
Mondelez Czech Republic s.r.o.	„Marketing to kids“ závazek omezení komunikaci zaměřenou přímo na děti	Společnost nerealizuje přímé marketingové komunikaci na děti mladší 12 let a neadekájí přímo na nutriční 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. 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, v mobilních zařízeních, v herním byznysu (gaming), DVD / videu, při streamování i v kiněch. Veškerá komunikace na obalech a materiálu v obchoděch jsou zaměřena na dospělé. Ve školách předcházejících univerzitnímu vzdělávání je jakýkoliv marketing zapovězen.

STR. 9	STR. 14
STR. 10	STR. 15

Subjekt	Závazek	Vyhodnocení
PK ČR	Spolupracovat s VŠCHT a VFU Brno při přípravě odborných podkladů pro vypracování senzorických a technologických limitů pro reformulace	Pravidelná vzájemná spolupráce. V roce 2019 zveřejnění publikace „Reformulace potravin“.
Danone a.s.	Zajištění udržitelnosti ve sféře obalů a zajištění maximálně šetrného nakládání s produkty – prevence plýtvání s potravinami	Společnost si stanovila celosvětové cíli do roku 2025 výživě obaly svých výrobků recyklovatelné, znovu použité nebo kompostovatelné. V praxi to znamená například dosáhnout do roku 2025 minimálně 25 % recyklovatelného materiálu u plastových obalů a v Evropě nápojové lahve se 100 % PETU (navyšeny cíle z 50 %). V současnosti je již více než 80 % obalů celosvětového portfolia společnosti recyklovatelných, znovu použitelných nebo kompostovatelných. Společnost se i řady svých produktů systematicky zaměřuje na záměnu obalových materiálů z plastu za materiálu s vyšší mírou recyklace (papír, sklo atd.), součástí celosvětové udržitelné strategie je například kompletní nahrazení polystyrenu do roku 2025. 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 (recyklovány PETU). V těchto produkto-ech inovacích vedoucích ke snadnější recyklaci potravinářských obalů. Společnost také implementovala systém, který pomáhá minimalizovat objem zbytné kůlpidace výrobků s koncepcí data spotřeby, včetně realizace spolupráce se 3. osobami (Nabýváte, azývají domy, dětské domovy atd.).
Nutričia a.s.	Inovace v oblasti udržitelnosti obalů	V roce 2020 společnost spustila projekt postupného odstraňování plastových brek v cel