1ª MARCA GLOBAL SORVETE COM A PROMESSA “DESENVOLVIDO COM NUTRICIONISTAS. FEITO PARA CRIANÇAS”

Nós de Kibon acreditamos que todos merecem uma guloseima de vez em quando. Portanto, esforçamo-nos para garantir que nossos produtos ofereçam algo para todos: não importa se você gosta de morder ou lamber, comer com a colher ou mastigar, doce ou azedo, ou ambos ... nosso objetivo é oferecer o sorvete mais saboroso para iluminar o seu dia e levar um sorriso ao seu rosto!

Nossos consumidores mais preciosos são as crianças e, embora apreciemos como uma coisa simples como um sorvete pode trazer alegria instantânea, não nos preocupamos apenas com a diversão! Como um fabricante global de sorvete, consideramos seriamente nosso papel e impacto.

É nossa missão oferecer produtos que deem autonomia aos pais e cuidadores para que façam melhores escolhas e tragam felicidade, alegria e entusiasmo para seus filhos.

É aí que entra a nossa promessa “Desenvolvido com Nutricionistas. Feito para Crianças”!

*O QUE SIGNIFICA “DESENVOLVIDO COM NUTRICIONISTAS. FEITO PARA CRIANÇAS”?*

*DESENVOLVIDO COM NUTRICIONISTAS.*

*FEITO PARA CRIANÇAS*

Queremos apoiar pais e filhos a fazerem boas escolhas, especialmente no contexto desafiador do aumento da obesidade infantil, o impacto das mídias sociais e o vasto número de produtos para escolher.

Para tanto, estamos dando um passo à frente fazendo uma promessa clara que é construída em torno dos seguintes princípios: Comunicado de Maneira Responsável, Vendido de Maneira Responsável e Desenvolvido de Maneira Responsável.

1. COMUNICADO DE MANEIRA RESPONSÁVEL

Na Kibon adoramos nos conectar com nossos consumidores, por isso somos diligentes na maneira como fazemos isso. Nosso princípio de nos abster de qualquer forma de comunicação com crianças menores de 6 anos continua firme. Também fizemos revisões significativas[[1]](#footnote-1) em nossos princípios de marketing que se aplicam ao nosso portfólio global de sorvetes infantis. Essas revisões estarão totalmente implementadas no final de 2020.

• Não direcionaremos mais Comunicações de Marketing a crianças menores de 12 anos;

• Nos canais de mídia social, nossas comunicações de marketing não serão direcionadas a crianças menores de 13 anos.

• Não utilizaremos influenciadores como celebridades, estrelas da mídia social ou outros que atraiam principalmente crianças menores de 12 anos,

• nem utilizaremos influenciadores menores de 12 anos.

• Também estamos fazendo uma mudança significativa em nosso modelo de comunicações de marketing, direcionando totalmente a comunicação para os pais, pois acreditamos que cabe aos pais/cuidadores tomar a decisão quando se trata de seus filhos comerem uma guloseima.

2. VENDIDO DE MANEIRA RESPONSÁVEL

Todos os dias, consumidores em todo o mundo procuram com entusiasmo seus sorvetes Kibon favoritos enquanto leem a tabela de preços (priceboard). Como sabemos que crianças menores de 12 anos estarão expostas a nossos produtos no ponto de venda, usamos nossas Comunicações de Ponto de Venda para indicar aos pais e cuidadores quais produtos são “Desenvolvidos com Nutricionistas. Feitos para Crianças”, para que eles possam fazer uma escolha responsável ao comprar nossos produtos.

Para isso, criamos alguns indicadores. As nossas embalagens tabelas de preços terão uma sessão sinalizada com o logotipo Desenvolvido com Nutricionistas. Feito para Crianças para ajudar os pais e cuidadores a identificar produtos feitos especialmente para crianças.

3. DESENVOLVIDO DE MANEIRA RESPONSÁVEL

Acreditamos que as crianças devem poder desfrutar de um delicioso sorvete ocasionalmente e, portanto, tomamos muito cuidado no desenvolvimento de nossa linha de produtos “Desenvolvidos com Nutricionistas. Feitos para Crianças”. Isso significa que nosso portfólio global de sorvetes infantis aderirá a padrões nutricionais cuidadosamente autoimpostos, estabelecidos nos Mais Elevados Padrões Nutricionais da Unilever, que se baseiam nas diretrizes dietéticas da Organização Mundial da Saúde (OMS). Levamos em consideração quanto de uma categoria específica de produto é normalmente consumida e, em seguida, traduzimos as diretrizes da OMS em critérios nutricionais por categoria de produto.

Cada sorvete infantil da Kibon não terá mais do que 110 calorias, um máximo de 12 gramas de açúcar e 3 gramas de gordura saturada por porção e estamos trabalhando continuamente para melhorar isso ainda mais.

DESENVOLVIDO COM NUTRICIONISTAS. FEITO PARA CRIANÇAS

Esses três fundamentos se unem em nossa promessa “Desenvolvido com Nutricionistas. Feito para Crianças”. É o nosso compromisso genuíno com as crianças e com todos que são afetados pela maneira como desenvolvemos e posicionamos nossos sorvetes. É a promessa de espalhar felicidade entre as crianças por meio de sorvetes divertidos, saborosos e responsáveis, à qual damos vida através do visual de alguns dos nossos materiais de comunicação, nossas embalagens e tabelas de preços.

1. Informações mais detalhadas podem ser encontradas nos princípios da Unilever sobre marketing responsável de alimentos e bebidas para crianças, atualização emitida em fevereiro de 2020 [↑](#footnote-ref-1)