



1ª MARCA GLOBAL DE SORVETES COM A

PROMESSA "DESENVOLVIDO COM NUTRICIONISTAS. FEITO PARA CRIANÇAS"

Nós da Kibon acreditamos que **todos merecem uma guloseima** de vez em quando. Portanto, nos esforçamos 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 sorvetes, consideramos seriamente nosso papel e impacto.

É nossa **missão oferecer produtos** que deem autonomia aos pais e responsáveis 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"!

QUE SIGNIFICA "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** em nossos princípios de marketing que se aplicam ao nosso portfólio global de sorvetes infantis. Essas revisões estarão totalmente implementadas no início de 2023.

- **Não direcionaremos** mais Comunicações de Marketing a **crianças menores de 16 anos;**
- **Nos canais de mídia social,** nossas comunicações de marketing não serão direcionadas a **crianças menores de 16 anos.**
- **Não utilizaremos influenciadores** como celebridades, estrelas de mídia social ou outros **que atraiam principalmente crianças menores de 16 anos, nem utilizaremos influenciadores menores de 16 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/responsáveis 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 16 anos** estarão expostas aos nossos produtos no ponto de venda, usamos nossas Comunicações de Ponto de Venda para indicar aos pais e responsáveis 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 e tabelas de preços terão uma sessão sinalizada com o logotipo **Desenvolvido com Nutricionistas. Feito para Crianças** para ajudar pais e responsáveis a identificar produtos feitos especialmente para as 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 da nossa linha de produtos "**Desenvolvido com Nutricionistas. Feito para Crianças**". Isso significa que nosso portfólio global de sorvetes infantis aderirá a padrões nutricionais cuidadosamente autoimpostos, estabelecidos nos **Mais Altos 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 açúcares totais 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.

Informações mais detalhadas podem ser encontradas nos princípios da Unilever sobre marketing responsável de alimentos e bebidas para crianças - atualização emitida em fevereiro de 2022.