

Po uspehah v boju s sladkorjem v pijačah zdaj še nad sol v kruhu

Projekt Zaveza odgovornosti zbornica kmetijskih in živilskih podjetij

Projekt Zaveza odgovornosti je v zgolj treh letih dosegel, da tako številne nove brezalkoholne pijače kot tudi številni mlečni izdelki vsebujejo manj sladkorja kot v preteklosti, kar pomeni, da imajo tudi manjšo energetska vrednost.

Gregor Cerar

18. december 2018 ob 15:20

Zadnji poseg: 18. december 2018 ob 15:56

Ljubljana - MMC RTV SLO



Foto: Blaž Tišler

Ob tem naj bi imelo do leta 2020 najmanj 60 odstotkov njihovih izdelkov informacijo o energijski vrednosti na prednji strani embalaže in poudarjen njihov energijski značaj oz. informacijo o znižani vsebnosti sladkorja v izdelkih (npr. nizka energijska vrednost; zmanjšana energijska vrednost; brez energetske vrednosti; nizka vsebnost sladkorjev ...).

Pomemben je čas, da se potrošnik privadi na takšne izdelke. V preteklih letih se je dogajalo, da so podjetja razvijala izdelke s spremenjeno sestavo, z manj kalorijami. Takšni izdelki niso bili uspešni na trgu. Mislim, da smo zdaj v času, ko se potrošnik bolj zaveda svoje odgovornosti, kaj kupuje, kaj daje v košarico. Zato tudi računamo na večjo uspešnost zavez.

Tatjana Zagorc, direktorica zbornice kmetijskih in živilskih podjetij, o večji ozaveščenosti potrošnikov.

Slovenija se lahko pohvali, da smo leta 2012 opazili trend upadanja debelosti med otroki. Ta trend gre počasi navzdol, čeprav so otroci še vedno pretežki in predebeli. Vendar smo na dobri poti, kar lahko pripišemo sistemskim ukrepom. Imamo organizirano prehrano v šolah, ki sledi smernicam zdravega prehranjevanja. Številne evropske države tega nimajo, in to šele zdaj vzpostavljajo. V šolah pa imamo tudi telesno oz. športno vzgojo v šolah. To so pomembni ukrepi.

Marjeta Recek, vodja sektorja za obvladovanje nalezljivih bolezni, hrano in okolje na ministrstvu za zdravje.



Podobno znižujejo dodani sladkor v svojih izdelkih tudi mlekarne.

Zbornica kmetijskih in živilskih podjetij, ki deluje v okviru GZS-ja, je ob koncu leta predstavila rezultate projekta Zaveza odgovornosti v praksi, s katero skuša večina živilskopredelovalnih podjetij, ki delujejo v Sloveniji, potrošnikom ponuditi za zdrav življenjski slog prijaznejša živila, ki vsebujejo manj sladkorja ali soli.

Hkrati pa se želijo tudi odgovorno obnašati, kar se tiče trženja svojih izdelkov, in med drugim potrošnike obveščati, kaj vsebujejo njihova živila.

Projekt se je začel pred dobrimi tremi leti, ko so dogovor podpisali proizvajalci brezalkoholnih pijač, lani pa tudi mlekarji. Proizvajalci brezalkoholnih pijač so se med drugim zavezali, da od leta 2016 naprej ne bodo oglaševali svojih izdelkov otrokom, mlajšim od 12 let oz. da bodo storili vse, da njihovi oglasi ne bodo prisotni v tiskanih, kinematografskih medijih in na spletnih straneh, kjer ni podatkov o demografski sestavi gledalcev, in da oglasi ne bodo prisotni, kjer menijo, da nad 35 odstotkov gledalcev predstavljajo otroci.

Ob tem naj bi imelo do leta 2020 najmanj 60 odstotkov njihovih izdelkov informacijo o energijski vrednosti na prednji strani embalaže in poudarjen njihov energijski značaj oz. informacijo o znižani vsebnosti sladkorja v izdelkih (npr. nizka energijska vrednost; zmanjšana energijska vrednost; brez energijske vrednosti; nizka vsebnost sladkorjev ...).

Vodja projekta Petra Medved Djurašinić je pojasnila, da je glede na raziskavo, ki jo je za zbornico izvedla Mediana, oglaševanje brezalkoholnih pijač otrokom že izginilo iz kinematografov in tiskanih medijev. Prav tako se zmanjšuje oglaševanje v spletnih medijih in tudi v TV-oddajah, kjer otroci in mladostniki lahko predstavljajo več kot tretjino gledalcev.

Večja prodaja brezalkoholnih pijač

Prodaja brezalkoholnih pijač se je sicer lani v primerjavi z letom 2016 sicer nekoliko povečala, predvsem pri embaliranih vodah in pijačah, ki ne sodijo med vode, sokove ali nektarje. Vendar imajo brezalkoholne pijače manjše energijske vrednosti. Tako je bila povprečna energijska vrednost brezalkoholne pijače 21,4 kalorije na deciliter, kar je dva odstotka manj kot v letu 2016. 43 odstotkov novih izdelkov pa je že imelo manj kot 43 kalorij na deciliter, kar je energijska vrednost klasične brezalkoholne pijače. Podobno znižujejo dodani sladkor v svojih izdelkih tudi mlekarne. Mlečni napitki in drugi sorodni izdelki so imeli lani dodanih sedem gramov sladkorja na 100 gramov izdelka, kar je bilo devet odstotkov manj od povprečja v letu 2016. Dodani sladkor v mlečnih izdelkih pa je v povprečju predstavljal 28 kalorij. (Sadni jogurti so imeli lani v povprečju dodanega 7,6 g sladkorja na 100 gramov izdelka, njihova povprečna energijska vrednost pa je znašala 80 kalorij na 100 gramov izdelka.)

Proizvajalcem brezalkoholnih pijač in mlečnih izdelkov naj bi sledila tudi pekarska industrija, in sicer tako, da bi zmanjševali količino soli v pekarskih izdelkih, potrošnikom pa bi ponudili več polnozrnatih mok in s tem bi želeli izboljšati ponudbo na slovenskem trgu.

Bolj zdrav življenjski slog slovenskih otrok

Spodbujanje uživanja manj sladke hrane in bolj "zdravih" živil v zadnjem desetletju pa ima že posledice na slovenskih mladostnikih, ugotavljajo na ministrstvu za zdravje. Marjeta Recek, vodja sektorja za obvladovanje nalezljivih bolezni, hrano in okolje na ministrstvu za zdravje, je pojasnila, da slovenski mladostniki spijejo manj sladkih pijač, pojedjo več sadja in zelenjave in so dejavnejši od preostalih otrok po Evropi. *"V naši državi se umirja trend debelosti pri otrocih,"* je poudarila.

Sicer pa so projekti, kot je zaveza odgovornosti, po njenih besedah šele začetki na poti k bolj zdravemu življenjskemu slogu na področju prehrane. *"Slovenija je na področju zmanjševanja soli začela osem let nazaj in tedaj je bilo definirano, katerih živil se največ poje, kje je treba začeti, in med živili je bil prepoznan kruh. Dozorel je čas, da je k zavezi odgovornosti pristopila pekarska industrija. Na področju sladkorja ni postavljenih akcijskih vrednosti in mislim, da jih bomo morali kmalu postaviti, katera kategorija živil in za koliko sladkorja naj bi se zmanjševalo. To je neka pomemben signal in vodilo, da vsi deležniki sledijo tem ciljem. Skupaj z NIJZ-jem smo že naredili seznam, pri katerih živilih je nujno potrebno zniževanje sladkorja, in to so zagotovo žitarice za zajtrk,"* je povedala za MMC.

Ob tem dodaja, da je pomembno, da se je sektorju brezalkoholnih pijač pridružil tudi mlekarški sektor, ki tudi znižuje sladkor v svojih izdelkih. *"V okviru nacionalnega programa o prehrani in telesni dejavnosti si želimo vključitve tudi trgovskih verig, ker so tu pomemben akter, in tudi drugih. Temu bi lahko sledila gostinska ponudba. Gre za pomemben prostor, saj se ljudje čedalje več prehranjujejo zunaj svojega doma. To so pomembni izzivi, ki nas čakajo v prihodnosti,"* je še poudarila Reckova.