

# Popijemo manj sladkih pijač, a so komaj kaj manj sladke

**Industrija pijač je predstavila poročilo o uresničevanju zavez zmanjševanja sladkorja v letu 2016.**

*Maja Prijatelj Videmšek*

sre, 20.12.2017, 19:00

**Ključne besede:** [brezalkoholne sladke pijače](#), [zmanjševanje sladkorja](#), [prostovoljna zaveza odgovornosti](#), [industrija pijač](#), [zdravje](#), [debelost](#), [zbornica kmetijskih in živilskih podjetij](#)

Industrija pijač v Sloveniji si je z zavezo o prostovoljnem zmanjšanju vsebnosti sladkorja v brezalkoholnih sladkih pijačah morda pljunila v lastno skledo, vendar je ob tem naredila vsaj nekaj dobrega za zdravje prebivalcev.

Poraba teh pijač se zmanjšuje, kažejo podatki iz poročila o napredku pri uresničevanju zaveze pijačarske industrije, ki so ga pripravili na Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij. Od leta 2010 do lani se je poraba zmanjšala za slabo tretjino, od leta 2015, ko je pijačarski sektor sprejel zavezo, pa za približno štiri odstotke. Prebivalec Slovenije je leta 2010 spil 127 litrov brezalkoholnih pijač, lani pa »le« še 92 litrov. Po drugi strani se povečuje poraba embaliranih vod.

Podatki industrije so skladni s podatki ministrstva za zdravje, da se poraba sladkanih brezalkoholnih pijač postopoma zmanjšuje tako pri odraslih kot pri otrocih in mladostnikih. Pri odraslih se je delež tistih, ki jih uživajo pogosto (enkrat do trikrat tedensko) v obdobju 2004 - 2016 zmanjšal z 22 na 14,8 odstotkov. Med mladimi pa se je delež tistih, ki vsak dan uživajo sladke pijače, v obdobju 2004-2014 zmanjšal s 37 na 24 odstotkov. Obrnil se je tudi trend naraščanja prekomerne teže in debelosti pri mladih, vendar še ne smemo biti zadovoljni, saj je debelih še vedno četrtnina fantov in petina deklet, opozarja dr. **Katja Povhe Jemec** z direktorata za javno zdravje pri ministrstvu za zdravje.

## **Namesto konkretnega cilja pet zavez**

Enajst proizvajalcev in distributerjev pijač, ki predstavljajo 80-odstotno tržni delež (med njimi so tudi Coca-Cola, Radenska, Dana in Fructal), se je septembra 2015, verjetno tudi pod vtisom grožnje sicer padlega zakona o uvedbi davka na sladke pijače, zavezalo, da bodo prispevali k uresničevanju ciljev nacionalne prehranske politike. Konkretnega cilja zmanjšanja vsebnosti sladkorja v brezalkoholnih pijačah niso podali, temveč so se zavezali k petim aktivnostim.

Poročilo o njihovem uresničevanju, ki ga je potrdil odbor za spremljanje implementacije zavez - v njem so med drugim predstavniki Nacionalnega inštituta za javno zdravje ter ministrstva za zdravje in kmetijstvo -, prikazuje dosežke v preteklem letu glede na referenčno leto 2015. Zavezo, da sladkih pijač ne bodo oglaševali mlajšim od 12 let, izpolnjujejo tako rekoč v celoti na televiziji, v tisku, kinu in na spletnih straneh.

Če mladih že ne dosežejo z oglasi, jih premamijo s prodajo pijač v bližini šol. Čeprav so se zavezali, da bodo spoštovali nekomercialen značaj šol in bodo ponujali celoten nabor brezalkoholnih pijač, ne le najcenejših, so ponujali oziroma prodajali sladke pijače na območju tretjine analiziranih osnovnih šol in kar v 70 odstotkih srednjih šol, kar je več kot leta 2015. Prodajni avtomati so bili kar v tretjini srednjih šol, v vsaki peti so pijače tudi oglaševali. »Oglaševalska sporočila v srednjih šolah nameravamo ukiniti, pri čemer bomo sodelovali tako z ministrstvi kakor s posredniki, ki prodajajo pijače,« je obljubila dr. **Petra Medved Djurašinić**, vodja projekta zavez odgovornosti na zbornici kmetijskih in živilskih podjetij.

## **Z decilitrom sladke pijače zaužijemo 20 kalorij**

Proizvajalci so se zavezali tudi k navedbi informacij o energijski vrednosti pijač na prednji strani embalaže. Z njimi je bilo označenih več kot polovica izdelkov, ki so jih podpisniki dali na trg v lanskem letu. To je za 20 odstotkov več kot leta 2016, končni cilj pa je najmanj 60 odstotkov vseh izdelkov z energijsko vrednostjo na prednji strani embalaže. Obljubo o čim širši ponudbi različnih pijač, predvsem takšnih z znižano energijsko vrednostjo ali brez nje ter z manj ali brez dodanega sladkorja, so uresničili z zmanjšanjem povprečnega energijskega iznosa celotne ponudbe pijač za 0,5 kcal (v 100 ml) oziroma za 2,4 odstotka. Od leta 2010 se je povprečno število kalorij v sladkih pijačah zmanjšalo za devet odstotkov.

Zdrav življenjski slog pa proizvajalci pijač spodbujajo s podporo rekreativnim dogodkom. V lanskem letu se je takšnih dogodkov udeležilo 610.900 udeležencev.

## **Strniša: Prostovoljne zaveze uspešnejše od davka**

Državna sekretarka na ministrstvu za kmetijstvo **Tanja Strniša**, ki predseduje odboru za spremljanje implementacij zavez, je ocenila, da se je s prostovoljnimi zavezami pijačarske industrije doseglo boljše cilje kot z obdavčitvijo sladkorja v pijačah in drugih jedeh. A je poudarila, da bo živilska industrija pri uresničevanju svojih zavez uspešna le, če bo na drugi strani ozaveščena javnost, ki bo sprejela takšne izdelke, ki so na prvi pogled manj privlačni.

Kot druga živilsko-predelovalna panoga/sector je zavezo odgovornosti novembra letos podpisalo sedem proizvajalcev mleka in mlečnih izdelkov, ki so se zavezali k desetodstotnemu zmanjšanju deleža dodanega sladkorja v mlečnih izdelkih do leta 2020. Na zbornici pa se že dogovarjajo za pripravo podobne zaveze za peke. Ti so že deloma zmanjšali vsebnost soli in povečali vsebnost vlaknin v svojih izdelkih.

Direktorica zbornice kmetijskih in živilskih podjetij dr. **Tatjana Zagorc** je dejala, da na zbornici razmišljajo tudi o oblikovanju krovne zaveze živilsko predelovalne industrije, oblikovali bodo tudi priročnik za preoblikovanje živil, ki bo olajšal to nalogo srednjim in manjšim podjetjem.

## **Zaveze bi bile lahko bolj ambiciozne, vendar ...**

Dejanja industrije so pomembna, vendar so le ena od desetih področij nacionalnega programa o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje do leta 2025 (**Dober tek Slovenija**), sprejetega pred dvema letoma.

Dejanja industrije so pomembna, vendar so le eno od desetih področij nacionalnega programa o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje do leta 2025, ki s številnimi drugimi aktivnostmi poskuša spremeniti prehranske in gibalne navade prebivalcev Slovenije. »Samo z enim ukrepom namreč ni mogoče spremeniti prehranskih navad ali navad gibanja,« meni Povhe Jemčeva.

Na vprašanje, ali so zaveze industrije dovolj ambiciozne, odgovarja, da so vedno lahko še boljše. Bolj ambiciozen cilj bi si lahko po njenem mnenju postavili mlekarji. »Če ima sadni jogurt največ 13 gramov sladkorja v stotih gramih, desetodstotno znižanje pomeni za 1,3 grama manj sladkorja v izdelku, kar ni veliko.« Po drugi strani pa so ljudje navajeni na okus določenega živila. Če bi proizvajalec drastično znižal količino sladkorja v jogurtu, bi potrošniki prešli na izdelke konkurence, opozarja Povhe Jemčeva. Cilj je postopno sistematično zniževanje za zdravje manj ugodnih hranil, ki ga potrošnik ne bo zaznal.