



## Slovenski sektor brezalkoholnih pijač družno za bolj zdravo otroštvo

17.03.2016

V sklopu prizadevanj za izboljšanje zdravja slovenskega prebivalstva je septembra lani v Radencih enajst slovenskih proizvajalcev in distributerjev brezalkoholnih pijač podpisalo listino zavez odgovornosti. Podpisniki so se med drugim zavezali, da od leta 2016 naprej sladkih pijač ne bodo oglaševali nikjer, kjer je določena vsebina namenjena otrokom, mlajšim od dvanajst let.

Malce konkretnije formuliran osnovni cilj se glasi: ne samo umik oglasnih sporočil iz televizijskih programov za otroke, mlajše od dvanajst let, temveč tudi iz drugih programskih vsebin, kjer ta skupina predstavlja nad petintrideset odstotkov vseh gledalcev. Podobno velja tudi za vse druge medije – torej tako tiskane medije in spletne strani kot tudi kinematografe.

Podpisniki so se nadalje zavezali k odgovornemu ravnanju v osnovnih in srednjih šolah. V primeru, da na območju srednjih šol ali v njih poteka prodaja brezalkoholnih pijač, nosilci dejavnosti pa so posredniki, bodo podpisniki zavez poskrbeli za njihovo informiranje in zagotavljanje ponudbe celotnega asortimaja izdelkov. V praksi to pomeni, da bodo imeli dijaki vedno na voljo tudi nizkoenergijske različice pijač in vodo.

Naslednja pomembna zaveza naslavlja podatek o energijski vrednosti, za katerega podpisniki obljublajo, da ga bo do leta 2020 nosilo vsaj šestdeset odstotkov njihovih izdelkov. Na podlagi dosedanjega truda – kot tudi naporov za širitev osnovne ponudbe v smeri pijač z zmanjšano energijsko vrednostjo – znotraj sektorja radi navajajo podatek, da se je v zadnjih petih letih energijski iznos povprečnega prodanega litra pijač že zmanjšal za devet odstotkov. Napori v tej smeri se bodo s podpisom zavez odgovornosti še stopnjevali. Ne nazadnje tudi na podlagi družne obljube, da bo do leta 2020 najmanj devetdeset odstotkov proizvajalcev spodbujalo zdrav življenjski slog širše družbe s tem, da bo finančno ali drugače podpiralo dogodke, ki spodbujajo gibanje slovenskega prebivalstva. Obenem so se podpisniki zavezali, da bodo še dodatno spodbujali zdrav življenjski slog svojih zaposlenih.

“Preko zavez odgovornosti sektor dosega popolnoma novo raven sodelovanja med industrijo, državo in civilno družbo,” spremembe pojasnjuje dr. Petra Medved Djurašinović, sekretarka Sekcije proizvajalcev brezalkoholnih pijač pri Gospodarski zbornici Slovenije. “Premiki potekajo v pravi smeri. Želimo si informiranega potrošnika, ki bo znal tudi v segmentu pijač prepoznati sebi najprimernejši izdelek.”

S proizvodnjo brezalkoholnih pijač se v Sloveniji ukvarja šestnajst podjetij s 365 zaposlenimi. Zaradi močnih političnih pritiskov tako na ravni Evropske unije kot doma je sektor brezalkoholnih pijač sklenil dokazati, da lahko imajo samoregulativni ukrepi v sodelovanju z vladnimi organi in civilno družbo vpliv tudi na vedenje potrošnika. Po mnenju dr. Medved Djurašinovićeve vlada med podpisnicami zavez odgovornosti visoka motivacija za implementacijo naštetih zavez.

Seveda pa največja odgovornost za zdravje naših najmlajših še vedno počiva na samih starših. “Zelo pomembno je, kaj otroku ponuditi v zameno za manj zdrave pijače in kako to narediti,” pravi prehranska strokovnjakinja Marija Merljak. “Kot nekdo, ki ima kar osem vnukov, zelo dobro vem, da to ni vedno lahka naloga in da je treba pri tem pogosto kar malo čarati!”

Po mnenju gospe Merljakove nikakor ne smemo zapasti v drugo skrajnost in otroku ponujati nesladkanih in drugače neprivlačnih pijač. “Treba se je zavedati, da otroški možgani dejansko potrebujejo glukozo – le da je pomembno, da jo pridobijo iz dovolj kakovostnega vira sladkorja. Najbolj nevarno je, če ponudimo otroku navaden nerafiniran sladkor brez vitaminov in mineralov, saj je v tem primeru mladi organizem prisiljen snovi, potrebne za razgradnjo tega sladkorja, vzeti iz telesnih rezerv. To pa seveda slabi in siromaši otroka. Zato mu v čaj recimo mnogo raje zamešajmo melisni sladkor ali sladkor iz kokosovega cveta ali seveda tudi med – naj to priložnost izkoristim, da povem, da je slovenski med izvrsten in da se mu je v zadnjem času v slovenskih medijih dogajala huda krivica!”

Poleg kakovosti sladkorja je velikega pomena tudi to, kako otroku pijačo ponudimo. “Otrok je praviloma na razvojni stopnji, kjer ga preprosto ne zanima, ali je nekaj zdravo ali ne. Mnogo bolj ga zanima, kako se bo ob posamezni izkušnji ali jedi počutil. Zato je ključno, da mu ob uživanju zdrave hrane pričramo celostno prijetno izkušnjo. Pri pijačah je tako velikega pomena tudi barva – priporočila bi predvsem ognjevite, kot sta oranžna in rdeča, na drugi strani pa zelenkaste, ki potegnejo na svežino. Še prav posebej pa se nam bo obrestovalo, če se naučimo otroka na kreativni način vključiti v sam proces priprave jedi ali pijače – naj iz tega zanj nastane prava mala pustolovščina! Tako bo do prave hrane razvil pozitivno čustveno navezanost, ki jo bo potem lahko ohranil celo življenje.”

**Seznam podpisnikov listine:**

Coca-Cola HBC Slovenija, d. o. o.

Costella, d. d.

Dana, d. o. o.

Droga Kolinska, d. d.

Fructal, d. o. o.

Nektar Natura, d. o. o.

Pivovarna Laško, d. d.

Pivovarna Union, d. d.

Radenska, d. d.

Vipi, d. o. o.

Vital Mestinje, d. o. o.