

Slovenija izboljšuje prehranske navade: na trgu že večja ponudba nizkoenergijskih pijač in pijač z manj sladkorja

20. 12. 2017

Zaveza odgovornosti, ki so jo za izboljšanje prehranskih navad prebivalcev podpisala podjetja iz sektorja brezalkoholnih pijač, je v lanskem letu prinesla prve učinke. Tako podjetja med drugim širijo ponudbo nizkoenergijskih pijač in pijač z manj sladkorja, so pojasnili na današnji novinarski konferenci na Gospodarski zbornici Slovenije.

Enajst podjetij iz sektorja brezalkoholnih pijač je namreč septembra 2015 podpisalo zavezo odgovornosti, s katero naj bi prispevali k uresničitvi ciljev resolucije o nacionalnem programu o prehrani in telesni dejavnosti. V njej so se med drugim zavezali, da brezalkoholnih pijač ne bodo oglaševali mlajšim od 12 let, da bodo spodbujali odgovorno obnašanje v šolah, da bodo dodatno označevali energijske vrednosti pijač ter da bodo zmanjševali povprečen energijski vnos pijač in promovirali pijače z nizko vsebnostjo sladkorja. Da pijačarska podjetja s takšno samoregulacijo prispevajo k izboljšanju prehranskih navad, so poudarili na današnji novinarski konferenci na Gospodarski zbornici Slovenije (GZS). Predstavili so podatke za leto 2016, ki že kažejo prve rezultate. Tako so denimo skoraj v celoti dosegli zavezo, da brezalkoholnih pijač ne bodo oglaševali otrokom, je pojasnila vodja projekta Petra medved Djurašinović iz Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij pri GZS.

Dobre rezultate so dosegli tudi na področju informiranja o energijski vrednostih. Tako je več kot polovica izdelkov, ki so jih podpisniki zaveze dali na trg v letu 2016, imela informacijo o energijski vrednosti dodatno izpostavljeno na sprednji strani embalaže, je pojasnila vodja projekta.

V letu 2016 je prišlo na trg 64 novih izdelkov, od katerih jih je 48 odstotkov imeli nižjo energijsko vrednost. Povprečen energijski iznos pijač je v lanskem letu padel za 2,4 odstotka.

Omenjena zaveza je del programa Preživi (Preoblikovanje živilskih izdelkov), sledile pa ji bodo zaveze tudi drugih živilskopredelovalnih panog. Tako so po besedah direktorice Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij pri GZS Tatjane Zagorc podobno zavezo že podpisali predstavniki sedmih mlečnopredelovalnih podjetij, v prihodnjem letu pa naj bi sledila še zaveza pekarskega sektorja.

Po njenih besedah so že doslej naredili veliko, razmišljajo pa tudi o krovni zavezi živilskopredelovalne industrije. Njihov cilj je zmanjšati vsebnost sladkorja, soli in maščob v živilih, povečati vsebnost vitaminov in mineralov ter osveščati potrošnike.

Ravno osveščanje potrošnikov je po besedah državne sekretarke na ministrstvu za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Tanje Strniša ključno. Živilska industrija bo namreč s samoregulacijo uspela le, če bo javnost osveščena in se bo navadila na takšne izdelke.

Sicer pa se je po njenih besedah izkazalo, da so z družbeno odgovornostjo podjetij že dosegli boljše rezultate kot bi jih z uvedbo davka na sladke pijače. Po besedah Katje Povhe Jemec z ministrstva za

zdravje, kjer pozdravljajo takšne projekte, pa bo čas pokazal, da takšne zaveze zadostuje za
izboljšanje prehranskih navad.