

# Manj sladko, manj slano, manj mastno - bolj zdravo

Grožnje z uvedbo davka na sladke pijače in nove prehranske smernice so dale pospešek k samoregulativnemu ravnanju proizvajalcev

[Marjeta Šoštarč](#)

pet, 16.12.2016, 19:23



Foto: Zdenka Lindič-Dragaš/Delo

Ljubljana – Slovenski proizvajalci brezalkoholnih pijač z dobrimi praksami prispevajo k uresničevanju ciljev prehranske politike kaže poročilo Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij o stanju sektorja brezalkoholnih pijač za preteklo leto na petih področjih iz septembra lani podpisane listine Zaveze odgovornosti.

Listina, ki jo je podpisalo 11 proizvajalcev brezalkoholnih pijač (od skupno 17) z 80-odstotnim količinskim tržnim deležem, je bila odgovor na grožnje oz. poskuse z uvedbo davka na sladke pijače, s katerim naj bi vplivali na manjšo porabo nezdravih sladkih pijač. Tako so se zavezali za omejitve pri oglaševanju in ponudbi sladkanih pijač otrokom in mladostnikom, da ne bodo več oglaševali otrokom, mlajšim od 12 let; da bodo zmanjševali vsebnost sladkorja v svojih izdelkih in ponujali ter promovirali izdelke z nižano energijsko vrednostjo, z manj ali brez dodanega sladkorja ter da bodo hkrati spodbujali k zdravemu življenjskemu slogu družbe (s finančno podporo in na druge načine podprto izvedbo športno rekreativnih dogodkov).

Po poročilu Zbornice kmetijskih in živilskih podjetij GZS in analizi o stanju sektorja brezalkoholnih pijač ta podjetja že uresničujejo omenjene zaveze. Kot je ob predstavitvi rezultatov poudarila Petra Medved Djurašinović, vodja projekta, velika večina proizvajalcev brezalkoholnih pijač ne

oglašuje otrokom, natančneje več kot 95 odstotkov oglasov ni predvajanih v času televizijskih programov, kjer otroci predstavljajo 35 odstotkov gledalcev. Enak odstotek je tudi v tiskanih in spletnih medijih ter v kinematografih.

Pri drugi zavezi o odgovornemu obnašanju v šolah analiza kaže, da v osnovnih šolah ni bilo oglasnih sporočil, medtem ko so bila prisotna v skoraj osmih odstotkih srednjih šol. Napredek je bil dosežen tudi pri tretji zavezi o jasnem informiranju o energijski vrednosti – na tretjini izdelkov so prostovoljno dodatno izpostavljali podatek o energijski vrednosti pijače na sprednji strani embalaže.

### **Otroci lahek plen tržnikov**

*V Zvezi potrošnikov Slovenije (ZPS) o sprejetih zavezah pravijo, da so prav otroci in mladostniki zaradi svoje »nevednosti in občutljivosti lahek plen tržnikov«, zato vsakršno promoviranje živil vpliva na njihovo izbiro in način prehranjevanja. Včasih otroci vplivajo celo na izbire svojih staršev. V ZPS se zato zavzemajo za omejitve oglaševanja otrokom.*

*Po njihovih izkušnjah pijače brez sladkorja sicer nikoli niso večinsko zastopane v prodajni ponudbi, problematično pa je tudi njihovo označevanje: »Označevanje energijske vrednosti na sprednji strani embalaže podpiramo, problem pa je določanje porcije.« V zvezi potrošnikov kot pomanjkljivost navajajo še zavezo o zmanjšanju ponudbe pijač z visoko vsebnostjo sladkorja, ki v sto mililitrih pijače vsebujejo več kot 6,3 grama sladkorja. S. H.*

### **Spremembe tudi v mlečnem in pekarskem sektorju**

Rezultat zaveza k ponudbi različnih izdelkov so trije izdelki z izboljšano sestavo in 46 novih izdelkov, od katerih jih je bilo 17 z energijsko vrednostjo nižjo od 34 kilokalorij na 100 mililitrov, kar kaže na širjenje ponudbe izdelkov z nižano energijsko vrednostjo ali brez nje ter z manj ali brez sladkorja. Podjetja pa so (peta zaveza) v analiziranem letu podprla in omogočila izvedbo številnih športnih ali rekreacijskih dogodkov.

Zgledu sektorja brezalkoholnih pijač bodo zdaj po napovedih Tatjane Zagorc, direktorice zbornice kmetijskih in živilskih podjetij, sledili še drugi. V pripravi so že zaveze mlečnega sektorja, je dejala. »Mlekarne so tiste, ki same lahko največ prispevajo k izboljšanju sestave izdelkov. Soglasje za oblikovanje zavez je doseženo tudi za pekarstvo, pekarji so celo prvi začeli aktivno sodelovati na področju zavez in sicer pri zmanjševanju soli in transmaščobnih kislin v svojih izdelkih.« S samoregulativnim spreminjanjem delovanja v smeri boljše sestave živil z manj soli, maščob in sladkorja želijo okrepiti zaupanje strokovne in širše javnosti v domačo pridelavo hrane in pijač. To je po besedah Marjete Recek z ministrstva za zdravje tudi v duhu lani sprejetega nacionalnega programa o prehrani in telesni dejavnosti za zdravje do leta 2025 s sloganom Dober tek Slovenija, »kjer je država določila strateške cilje, ki vodijo k zmanjševanju kroničnih nenalezljivih bolezni in debelosti«. Ministrstvo za zdravje bo, kot je dejala, zagotovilo neodvisno spremljanje sestave živil in oglaševanja teh otrokom, s čemer bo tudi nadziralo upoštevanje in dejansko učinkovitost zavez in samoregulacije prehranskih podjetij.