

Sporočilo za medije

VIŠJI DDV NA SLADKE PIJAČE JE NOVA MEGLENA ZAVESA

Navad potrošnikov, da bi posegali manj po sladkih pijačah, Vlada RS z dvigom davka na sladke pijače ne bo spremenila. Namesto da bi se osredotočili na ozaveščanje in izobraževanje prebivalcev o zdravi prehrani in življenjskem slogu, se je Vlada RS odločila za ukrep, ki bo morda res dvignil cene pijač, lahko pa tudi ne. Združenje proizvajalcev pijač zato Vlado RS poziva, da umakne predlog dviga DDV na pijače z dodanim sladkorjem, sladili ali aromami, ki ga predlaga v Zakonu o spremembah in dopolnitvah Zakona o davku na dodano vrednost.

Po dosedanjih izkušnjah iz drugih držav, ki so se odločile za višje davke, potrošniki niso bistveno zmanjšali porabe. Izdelke priznanih blagovnih znamk so zamenjali cenejši in običajno tudi manj kakovostni izdelki, okrepljen pa se je tudi sivi trg. Združenje proizvajalcev pijač pri GZS – Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij tako z ogorčenjem spremlja ukrepe Vlade RS, s katerimi želi usmerjati zdravstveno in prehransko politiko preko dviga davkov samo za določene skupine živil.

Marian Šefčovič, predsednik Združenja industrije pijač: *»Jasno je, da vlada s tem ukrepom le zavaja javnost, dviguje cene in želi povečati prihodke v državni proračun na račun državljanov, a cilja, da bi se kupovalo manj sladkih brezalkoholnih pijač, s tem ne bo dosegla. Proizvajalci pijač že od leta 2015 aktivno izvajamo samoregulativne zaveze odgovornosti, vključno z dodatno zavezo odgovornosti na področju znižanja vsebnosti dodanega sladkorja, s katerimi potrošnike spodbujamo k poseganju tudi po manj sladkih pijačah.«*

Podjetja iz sektorja brezalkoholnih pijač so se že leta 2015 proaktivno zavezala:

- da ne bodo oglaševala brezalkoholnih sladkih pijač otrokom, mlajšim od 12 let,
- da se bodo odgovorno obnašala v šolah,
- da bodo jasno informirala potrošnike o energijski vrednosti pijač,
- da bodo širila ponudbo pijač z znižano energijsko vrednostjo,
- da bodo spodbujala zdrav življenjski slog širše družbe in svojih zaposlenih.

V letu 2020 so si podjetja zadala še dodatno zavezo odgovornosti s ciljem, da bodo do leta 2025 za 5 % znižala vsebnost sladkorja.

Analiza sektorja za leto 2023 je pokazala bistven napredek pri udejanjanju zavez odgovornosti:

- Pri oglaševanju v tiskanih medijih, na spletnih straneh in v kinematografih so podpisniki ponovno dosegli 100 % skladnost z zavezo.
- V letu 2023 je bilo na trg danih 86 novih izdelkov. Od tega je bilo 19 izdelkov preoblikovanih in 45 novih izdelkov izboljšane hranilne sestave.
- Od vseh novih izdelkov je bilo več kot polovica z energijsko vrednostjo nižjo od 34 kcal/100 ml.

- Povprečna energijska vrednost brezalkoholnih pijač je v letu 2023 znašala 29,5 kcal/100 ml, kar je 2 kcal/100 ml manj kot v letu 2022 in 5 kcal/100 ml oziroma 14 % manj v primerjavi z letom 2015.
- Povprečna vsebnost sladkorja v brezalkoholnih pijačah je v letu 2023 znašala 7,1 g/100 ml, kar je 11 % manj kot v izhodiščnem letu.

Skoraj desetletje transparentnega in jasnega, s podatki in analizami podprtega komuniciranja s posameznimi ministrstvi, očitno nima nobene vrednosti, ko pobudo prevzame v svoje roke Strateški svet za prehrano brez vsakršnega dialoga. Črno-bela interpretacija dogajanja na trgu je enostavno nedopustna.

Združenje industrije pijač pri
GZS – Zbornici kmetijskih in živilskih podjetij