

Ali vem kaj jem – bo vilicam zadoščeno?

Marjana Peterman,
Zveza potrošnikov Slovenije

“Consumers by definition, include us all. They are the largest economic group, affecting and affected by almost every public and private economic decision. Yet they are the only important group... whose views are often not heard” John F. Kennedy, 15th March 1962

POTROŠNIK IZBIRA

Od vil do vilic (from farm to fork), od vilic do vil (from fork to farm), sta izraza, ki ju danes tako zakonodaja kot tudi politika in seveda vsi deležniki družbe uporabljajo kadar govorijo o varnosti živil (food safety) oziroma procesu zagotavljanja varnih oziroma zdravstveno ustreznih živil v prehranski verigi. Potrošnik je na koncu, vilica. Je edini člen, del verige, ki ni profesionallec, ni usposobljen za ravnanje z živili tako, kot so to vsi ostali členi verige. Hrano potrebuje za zadostitev osnovnih življenjskih potreb, osnovno gonilo izbire hrane vsakega človeka pa je lakota.

Vendar, v današnjem času, ko je hrane v naprednih deželah sveta v izobilju (po podatkih WHO je poraba hrane v razvitih državah za 500 kcal previsoka) in je na razpolago 365 dni v letu, gonilo izbire hrane za posameznega potrošnika ni več samo fiziološka ali nutricejska potreba, je vse več. Po podatkih EUFIC (European Food Information Council), faktorji, ki vplivajo na izbiro hrane so lahko: lakota in sitost, okus in druge organoleptične lastnosti, pa cena, ekonomski status, dostopnost in dosegljivost hrane, izobrazba, čas, kultura, družina, psihološki faktorji kot na primer razpoloženje, stres, krivda, kakor tudi odnos tako do hrane in okolja, vrednote in vedenja ter znanje, etika in morala in še in še, seznam je neskončen. Vsak posameznik pa v različnih življenjskih obdobjih in okoliščinah uporablja te faktorje tako pri izbiri kot tudi uporabi živil. Pri izbiri živil varnost oziroma zdravstvena ustreznost ni faktor izbire in tako je samo posebi umevno, da je napredna družba, kjer ponudniki hrane (od primarne proizvodnje do prodaje) delujejo v konkurenčnem okolju prostega trga, postavila meje, zakonske akte in standarde, od vil do vilic, za zdravstveno ustrezno hrano oziroma živla na krožniku potrošnika. Pa je to res? Zastrupitve s hrano se še vedno dogajajo, gastrointestinalne bolezni ne pojenjajo, pojavljajo se nova dognanja o boleznih, ki jih povzroča hrana (rdeče meso, akrilamid, benzen, transmaščobne kisline itd.), povečujejo se alergije in intolerance in ne nazadnje, epidemija 21. stoletja – povečana telesna teža in z njo povezane zdravstvene težave.

KDO JE TOREJ POTROŠNIK?

Potrošnik je fizična oseba, ki kupuje izdelke za svojo uporabo. Za vožnjo z avtomobilom uporabnik/potrošnik potrebuje izpit, se mora usposobiti za ravnanja tako z izdelkom kot tudi za vožnjo. Kaj pa pri kupovanju in porabi živil? Teoretično se vsak posamezen potrošnik, kot ekonomski subjekt tržnega gospodarstva, razumsko in suvereno odloča o svoji potrošnji. Zaveda se vseh možnih posledic in izbira blago, ki je po njegovem mišljenju zanj ekonomsko optimalno. Enako se pri svojih odločitvah vede proizvajalec. Tudi njegove odločitve so racionalne in temeljijo na upoštevanju vseh ekonomskih okoliščin. Ta teoretičen aksiom pa ima resno pomanjkljivost. Izobražen, osveščen in dobro informiran potrošnik, ki na osnovi analize vseh ekonomskih okoliščin sprejme suvereno in razumsko odločitev, ne obstaja. Med proizvajalci, trgovci in potrošniki obstaja velika razlika, predvsem v dejanskem znanju, vedenju o izdelkih ter storitvah. Da bo vilica zares varna moramo strokovnjaki pri ocenah tveganja upoštevati kot enega izmed faktorjev tudi potrošnika, posameznika: tako otroka, starejšega, bolnega.

PASTI TRGA

Večina med nami se čedalje bolj zaveda pomembne vloge, ki jo imata zdrava in uravnotežena prehrana v našem vsakdanjiku, saj z njeno pomočjo lahko poskrbimo za boljše zdravje in splošno počutje. V trgovinah oprezamo za prehrabnimi izdelki, ki se ponašajo z oznakami, kot *naravno, dobro zate, z dodanim*, ...Proizvajalci nas z oznakami na prehrabnih izdelkih in z oglaševanjem le-teh prepričujejo, da nam bo prav njihov izdelek pomagal pri krepitvi ali ohranitvi zdravja, ter da je prav ta in ta izdelek proizveden na povsem »naraven« način.

Poglejmo nekaj primerov:

Sadni sok vsebuje 100 % sadni delež. In kako vemo, da smo kupili povsem naravni sok, torej samo sadje brez »dodatkov«? Pregledati moramo oznake na embalaži. Pijača, ki vsebuje do 10 % sadnega deleža (soka), mora biti označena kot negazirana brezalkoholna pijača s sadnim sokom. Če pa vsebuje ogljikov dioksid (CO₂), se mora imenovati osvežilna brezalkoholna pijača s sadjem, preostale sestavine so voda, sladkor in predvsem aditivi.

Značilna hrana otrok je lahko koktajl aditivov, na živilu pa so označeni med seznamom sestavin. Koktajl dobimo, če jih takole nanizamo:

Pijače: E – 412,440,160a,104...Bomboni: E – 902, 325, 270, 440, 104, 124, 100,..Žvečilni gumi:E – 967,420,170,422,171,..Mlečni izdelki:E – 407, 410, 331, 339,...Čips: E – 233, 503, 500, 621,..mesni izdelki.ipd.

Vas je že kdaj zavedla navedba ali trditev, na embalaži, etiketi ali ovojnicah, v oglasih in drugih medijih, kot na primer: »*wellness, zdravo življenje, fitness, zaLife, vita, vitavigor, za srce, zdravje naše največje bogastvo, dobro zate itd*«, ki jih najdemo v naših trgovinah? Ti izrazi so nedoločeni in brez pomena. Kar je »dobro, zdravo, vigorozno,..itd.« za enega človeka, bo neprimerno za drugega, glede na starost, spol ali zdravstveno stanje. In tako ima »*lahka in slastna*«, sicer malo maščob, a veliko sladkorja: preko 10g na 100g, sadni musli, »*Zdravo življenje*« vsebuje kar 17,4 g sladkorja na 100 g, pijača »*Za Life*« z okusom jabolka, izgleda kot voda, a vsebuje 4,5 g sladkorja na 100 ml. Pri priporočeni

količini popite vode na dan (najmanj 1,5l) lahko vnesemo celotno količino dodanega sladkorja z pitjem tega izdelka (preko 60 g sladkorja). »0% holesterola« je zdravstvena trditev na izdelku, ki vsebuje veliko sladkorja (10,8%) in skupnih maščob (5,2%). Znanstveno je potrjeno, da na krvni holesterol predvsem vpliva dnevni vnos skupnih maščob in nasičene maščobne kisline, kakor tudi številni drugi faktorji, najmanj pa vpliva na krvni holesterol vsebnost holesterola v hrani. *Praženi kosmiči s cimetom: Cini Mini* vsebujejo kar 34 g sladkorja v 100 g in 9,8 g maščob v 100g. *Cerealije Chocopic*, pa vsebujejo kar 42 g sladkorja v 100g. *Actimel (navadni)* vsebuje več kot 10gramov sladkorja v 100g, kar pa nam v reklami ne povedo. Probiotične bakterije, ki pa jih vsebuje pa se nahajajo tudi v drugih jogurtih, ki imajo označeno vsebnost probiotičnih mlečnokislinskih bakterij. Učinek *katerekoli* probiotične kulture v jogurtih s probiotičnimi bakterijami je enak, kar je znanstveno tudi potrjeno: da pomagajo pri driski in uravnavajo naš prebavni sistem, *če pojemo vsaj 200 gramov takega navadnega jogurta na dan, vsaki dan.*

Preveč trditev in izjav na predpakiranih živilih o hranljivosti, hrani in prehranjevanju je nejasnih, brez pomena ali dvoumnih. Hrana z veliko sladkorja, maščobami ali soljo ni slaba hrana sama po sebi, toda če jo potrošnik uživa prepegosto, lahko povzroča prekomerno težo in druge zdravstvene težave. Take hrane ne bi smeli prodajati oziroma njene prodaje pospeševati s pomočjo trditev ali izjav o zdravju ali hranljivosti.

JAVNOMNENJSKA RAZISKAVA (ZPS2007)O VARNOSTI HRANE

Terenska anketa je bila izvedena na vzorcu 700 oseb in je potekala med 17.9. in 8.10.2007. Opredeljene so bile naslednje regije:Ljubljana in okolica, Prekmurje in Štajerska, Celje in okolica, Primorska (Goriško) in Dolenjska.

POJEM VARNA HRANA IN VARNOST HRANE, PREPOZNAVANJE TVEGANJ

Največkrat so udeleženci odgovorili, da jim beseda varna hrana pomeni sinonim za zdravje, kakovost in zdravo (skupaj 83%). Največ udeležencev je pojem varnosti živila povezal z navedbo, da kakovost pregleduje zdravstveni zavod (20%), potem sledi da je živilo bio-ekološko (18%), v enakem odstotku so se odločili za živilo brez GSO in konzervansov (oba 15%). Najbolj (56%) jih skrbi higiena v trgovini in pri postrežbi, sledijo antibiotiki in hormoni v hrani (49%), težke kovine (45%) in pesticidi (41%), temperatura v hladilniku 38% in mikrobiologija le 37%.

ODGOVORNOST

Raziskava je pokazala, da udeleženci v večini primerov mislijo, da je za varnost hrane odgovorna inšpekcija in država oz. Ministrstva (skupaj 45%) in v največji meri starejši od 55 let in tisti z osnovnošolsko izobrazbo) sledijo jim proizvajalci in kmetje. Pokazalo se je tudi, da je zelo malo udeležencev (4%) mnenja, da so odgovorni za varnost hrane potrošniki sami.

NAKUP IN IZBIRA

Pokazalo se je da večina udeležencev (63%) le včasih prebira deklaracije na živilih in da so le-te v veliki večini primerov nerazumljive je odgovorilo kar 83% udeležencev ankete, ženske v večji meri kot moški, kakor tudi Primorci in Dolenjci in tisti med 31 in 55 let. Velika večina udeležencev, 47%, ne bi nikoli kupila živila z aditivi za otroke mlajše od 6 let. 53% udeležencev misli, da živila kupljena na tržnici vsebujejo manj kemikalij in dodatkov.

VEDENJE OB UPORABI

Udeleženci se zavedajo (86%), da po roku uporabe živila niso več varna, vendar sami večkrat obrežejo obtolčeno ali gnilo živilo in ga uporabijo, kar 70%.

Posamezniki tudi vedo, da navodilo hraniti na temnem in hladnem pomeni, da živilo hranijo hladilniku (59%). Večina udeležencev nikoli ne nosi hladilne torbe s seboj v trgovine (85%). Udeleženci le redko kdaj preverjajo temperaturo v hladilniku, 47%, 36% pa nikoli. Prav tako pa se je pokazalo, da večina udeležencev odmrzuje meso na kuhinjskem pultu in pod tekočo vodo (skupaj 63%), kar je v nasprotju z varnim odmrzovanjem mesa.

ZAUPANJE V INFORMACIJE

Za nasvet o varnosti in kakovosti hrane pa slovenski potrošniki največkrat prosijo prijatelje oz. sorodnike, 28%, velikokrat pa se obrnejo tudi na internet, 23% ter medije, 17%.

Potrošnik težko sledi vsem spremembam, če ni primerno informiran in izobražen. Vpeljevanje inovativnih izdelkov na trg pa lahko pripelje še do večjega prepada, zato se lahko vprašamo kako družba na sploh pa tudi raziskovalna skupnost skrbi, da bo potrošnik primerno informiran, tako o izdelku kot tudi posledicah, pa naj bodo te materialne ali družbene ali pa moralne

V to smer bi se morale spreminjati naloge in aktivnosti družbe kot celote, kakor tudi vlade, izobraževalne in raziskovalne skupnosti, gospodarstva in potrošniških nevladnih organizacij, ki ne samo, da dajejo potrošniku navodila (strokovna) za osnovno uporabno znanje o potrošniškem blagu, temveč usmerjajo svoje delovanje k družbenim vrednotam in merilih teh vrednot na podlagi poznavanja družbene vloge potrošnje.