

АПБНБ В ОТГОВОР НА ВЪПРОСИ НА ГЛАВНИЯ РЕДАКТОР НА ВЕСТНИК ТРЕТА ВЪЗРАСТ

- Втори пореден екип на здравното министерство подготвя мерки за ограничаване на потреблението на вредни храни. Какво мислите за подобен закон (от гледна точка на вашия бранш)?

Отговорът на въпроса налага няколко важни уточнения.

Поставянето на етикети и приписване „вреди“ върху една или друга храна, произведена по най-високите стандарти на Европа за безопасност, е не само напълно некоректно, но и крайно безотговорно. Има вредни хранителни навици, нездравословен начин на живот – въпроси на личен избор и отговорност на всеки индивид, и именно те са част от рисковите за здравето фактори, а не храната сама по себе си. Проблемите в общественото здраве са много и храненето е само един от рисковите фактори. Безспорно са необходими комплексни мерки и усилия на цялото общество и ние като отговорна индустрия не само сме съпричастни, но работейки от години в тази насока, приветстваме диалога и партньорството. Не е само въпрос на реформулиране и в разработването на нови продукти с цел намаляване на количествата на определени хранителни вещества, където нашите резултати са значими, усилията трябва да се фокусират върху подкрепата за активен начин на живот, повишена информираност за балансиран хранителен режим. Доказано е, че само с обединени усилия в работата по тези приоритети се постигат устойчиви резултати.

Колкото до идеи за законови рестрикции върху потреблението на храни, настоящият екип на здравното министерство категорично заяви, че няма да експериментира с доказали се неработещи мерки и отхвърли идеята за нови данъчни тежести. Лансираният преди година и половина подобен Закон, беше категорично отхвърлен от експертите, производителите и потребителите и доводите за това са много във всички направления – здравни, социални, икономически.

Позицията на цялата хранително-вкусова индустрия против въвеждането на нови данъци върху потреблението на храни е ясна и неизменна. Опитът за неоправдано оскъпяване на храни е модел с доказан неуспех, включително и в здравен аспект. С данъци не се променят поведенчески модели, но негативите от подобен експеримент са големи. Пример за това е Дания - държавата, която е го е прилагала най-дълго и се отказа от него. Не само, че не реализираха никакъв здравен ефект, данъкът върху храни, нанесе сериозни загуби за местната икономиката. Срив в индустрията, загуба на работни места - пряко заети и косвено, по веригата – са само част от настъпилите последици.

Важно е да се има предвид, че данъкът се доказва като сериозен двигател на сивата икономика при това дори в общество, в което толерантността към измами и прегазване на закона е нулева. Не само, че начинът на хранене не се промени в желаната посока, напротив - най-уязвимите групи от населението се оказаха най-засегнати и потърпевши. Неблагоприятни за здравето лишения в

храненето, засилване на трансграничната търговия, а от там и на презапаяването и повишената консумация; заместването на храни с аналози, често без ясен произход и със състав с понижени качествени показатели – всичко това пряк отговор на въвеждането на такси върху едни или други храни.

Напълно очаквано потреблението бързо се пренасочва към ценово „по-изгодни“ варианти, независимо дали към заместители на обложените с данък храни, които съдържат дори по-големи количества на сол, захар, или транс мазнини; към продукти на незаконния бизнес, който така или иначе не плаща данъци и не носи отговорност и грижа за състава на храните; или пък към храни от съседни държави, където дори и ДДС е много по-нисък. Резултатите: по-малък бюджет на държавата, на семействата с останали без работа хора; унищожаване на производствен сектор и дори повишена консумация на веществата, чийто прием се цели да бъде намален. Тъжното, че такъв експеримент ще бръкне отново в джоба на българина, а печалби ще отидат при тези, които не плащат данъци; не допринасят за подобряване на общественото здраве, не дават гаранции и не носят отговорност за безопасността и качеството на храната.

Нека не забравяме също, че болшинството от българите са с ограничени доходи - живеят в лишения и не могат да подобрят храненето си, здравето си, качеството си на живот, поради липса на средства. Допълнителни данъци няма да подобрят тяхното хранене и тяхното здраве.

Неоспорим факт е, че която и да било умерено консумирана безопасна и качествена храна с гарантиран произход и обявен състав и хранителна стойност не е риск за общественото здраве.

- Зам.-министър Галин Каменов обяви, че се обмисля такса върху подсладените напитки. Първо, за кои напитки става дума. Колко подсладени са тези напитки? (с какво са подсладени - как е у нас, как е по света). Ще се съгласи ли браншът на това? Какви ще са последиците (за бранша, за потребителите)

Както подчертахме в отговора на предишния Ви въпрос здравното ведомство и д-р Каменов категорично заявиха, че се въздържат от подобни мерки, които освен всичко друго пораждат и правни проблеми. Колкото до нашия бранш и продукти можем да заявим следното:

Безалкохолната индустрия винаги е поставяла потребителя и неговите нужди на първо място. Иновираме и развиваме продуктите си категории по начин, който да удовлетворява не само вкусовете предпочитания на потребителите, но също и неговите потребности. Нашата индустрия е сред най-ранните двигатели в намаляване консумацията на добавени захари – стартирайки своите усилия още през 70-те години на миналия век, когато бяха разработени и въведени първите напитки без захари и без калории. Доказан ефективен инструмент в подкрепа регулирането на телесното тегло и намаляване приема на калории.

74% от продуктите на безалкохолната индустрия в България не съдържат калории или са ниско калорични (т.е. имат от 4 до 20 kcal на 100 ml). Това е значимо постижение на бранша сравнено в национален, европейски и световен мащаб. Ако през 1990 година всички газирани напитки в страната са се произвеждали със захари, то този процент през 2005 е намалял на 45%, а през 2015



съставлява едва 14,4%. За всички продукти „с добавени захари“ разработваме, предлагаме и насърчаваме консумацията на алтернативи без добавени захари или с намалена калоричност.

Безалкохолните напитки допринасят едва до 2% от средния калориен прием на българина и както всяка друга храна могат да бъдат част от балансиран хранителен режим.

Тези постижения са резултат от системните и дългогодишни усилия на бизнеса в разработване и предлагане на голямо разнообразие напитки по вид, състав и разфасовки. Над 65% от новите продукти в индустрията са с намалена калоричност или без калории. Ние създадохме и развиваме категорията бутилирана вода. Изградихме изцяло от нулата тази дейност и за по-малко от 10 години (2000-2006) успяхме да наложим бутилираната вода като категория с най-голям пазарен дял в консумацията на безалкохолни напитки. Променихме културата на потребление. Този тренд е устойчив и бутилираните води е най-бързо растящият сегмент в сектор храни в България.

По отношение на състава: Напитките, които произвеждаме отговарят на всички стандарти валидни и спазвани в цяла Европа. Използваме само одобрени и проверени съставки. Залагаме на съвременните тенденции за повече натуралност и допълнителни здравни ползи от консумацията на храни.

Ние вярваме, че образованието и информацията са ключът към насърчаване балансираното хранене и активен начин на живот. Именно с цел да подпомогнем потребителите за информиран избор и балансирано хранене, сме сред пионерите в хранителното етикетирание. 10 години преди да стане задължително (13.12.2016 г.), голяма част от напитките се предлагаха с лесно достъпна и разбираема за потребителя информация за тяхната калоричност и нейния източник – захари.

- Расте потреблението на тези напитки, те са все по-достъпни като цена - какво е отражението върху здравето на клиентите (възрастни и деца)? При алкохола има "консумирайте с мярка", редно ли е и при безалкохолните да има предупреждение.

Благодарим за оценката на усилията на индустрията продуктите ни да са достъпни и за признанието на потребителя, които ежедневно избира за себе си, за семейството си нашите напитки. Когато говорим обаче за статистика и оценка на потреблението трябва да имаме предвид, че различните категории напитки имат различна динамика на търсене и реализация. Да, индустрията бележи общ ръст, но то този извод не еднакво съотнесим за всички видове напитки. С най-голям ръст и пазарен дял в сектора е категорията бутилирани води, където обаче, все още сме на нива под средните за ЕС по консумация на вода на човек от населението. С грижа и към това, че средно консумацията на вода е под физиологичните норми за населението и с пълната увереност за безспорните здравни ползи, ние продължаваме да влагаме усилия в утвърждаването на култура на потребление на вода.

По отношение на останалите продукти на безалкохолната индустрия - те носят свежест, наслада и всички са с важен принос към адекватна хидратация на организма. Според научните оценки 80%



от нужните за здравето ни течности се приемат от напитки. Освен, че са източник на хидратация, ние предлагаме формули, източник на ценни за организма нутриенти – минерали, витамини и фибри. Що се отнася до подсладените напитки. Да, част от безалкохолните съдържат калории, както и повечето храни. А това е основното предназначение на храната - да зарежда организма ни с енергия. Алтернативно се предлагат формули с подсладители – натурални и синтезирани по химичен път. Всички съставки, които използваме са проверени и одобрени и не представляват риск за здравето.

По отношение на спекулациите за прекомерна консумация с напитки предоставяме информация от последното Национално изследване на факторите за риска за здравето (2014-2015), проведеното от структурите на МЗ по методика на СЗО /Световната здравна организация/.

Два са изводите от проучването за консумацията на безалкохолни напитки сред всички групи от населението и сравнението на данните спрямо 2004 година, а именно: средната консумацията на безалкохолни (без да са включени води, сокове и нектари) бележи спад за последните 10 години във всички възрастови групи и максималната средна консумация достига едва 100 милилитра на ден. Нещо повече - за групите, в които се наблюдава ръст в наднорменото тегло и затлъстяване – тя е от 2 пъти по-малка до несъществена.

Причина за затлъстяването и наднормено тегло, не е една или друга храна или хранителна съставка, а е енергийния дисбаланс между калориите които консумираме и тези, които изразходваме. Данните за българите са шокиращи. България е страната с най-ниско ниво на физическа активност в Европа – 78% от населението на страната никога не се занимава със спорт (при 40% средно за Европа). Първенци сме и по заседнал начин на живот. Например, от всички европейци - българите прекарват най-много време пред телевизора – средно по 4:08 часа на ден.

Въпреки, че решението на този проблем е извън сферата на нашата индустрия, като социално отговорен партньор влагаме много усилия и в тази насока. Безалкохолната индустрия е сред основните и най-големи спонсори и организатори на мероприятия за насърчаване на масовия спорт, особено фокусиран върху повишената физическа активност при децата. Подкрепяйки също така професионалния спорт, местните общности - с изграждането на инфраструктури и мероприятия за физическа активност, в рамките само на последните няколко години са инвестирани десетки милиони лева от представителите на отговорния бизнес.

- През януари 2017 г. Франция забрани свободната продажба на напитките със захар и синтетични оцветители, в това число енергийните напитки и тези за спортист. Мярката е част от борбата със затлъстяването и диабета. От 2008 г. по британските детски телевизии е забранена рекламата на "нездравословни храни" заради нарастващия брой на деца с наднормено тегло и диабет в страната. Какъв е вашият коментар. Възможно ли е да се случи у нас такова нещо?

Нека бъдем коректни. Забраната, която наложи Франция от началото на 2017 година е за продажба на неограничено количество подсладени напитки на фиксирана цена, т.е. върху



безлимитното пълнене на напитки от автомат при заплащане на единична стойност. Такава практика в страната ни почти не съществува. Още нещо – на 21.12.2016 г. Френският парламент отмени таксата върху кофеина, каквато рестрикция неоправдано прилагаше за енергийните напитки, съдържащи кофеин. Това решение кореспондира напълно с оценката на Европейския орган по безопасност на храните, потвърдил през 2015 година, че консумацията на кофеин от всички източници е безопасна.

По отношение на отговорния маркетинг и реклама и намаляване натиска от реклами върху деца. В България за безалкохолната индустрия не говорим за възможности да пренесем добър опит, а за прилагана от години практика. Още от 2009 година членовете на АПБНБ приеха и спазват стриктно Кодекс за отговорен маркетинг и реклама при продажбата на безалкохолни напитки. Част от него е абсолютната забрана за реклама на напитки, които не са предназначени за деца. Тази забрана покрива всички медии и канали, в които зрителската аудитория е под 12 годишна възраст. Уточняваме, че забраната не включва категориите вода, сокове и нектари – част от нормативите на държавата за детско и училищно хранене. Нещо повече, АПБНБ е сред инициаторите и партньорите на държавата да бъде въведен регламент за детското и училищното хранене. Наши членове, прилагат и допълнителни рестрикции, изисквайки отговорно поведение от своите партньори по веригата – фирми дистрибутори на напитки. Продължаваме да работим по темата. Като член на европейските браншови структури, ние се стараем да разпространим най-добрите прилагани в Европа практики, вкл. за привличане на още партньори и от други сектори на ХВП към спазваните от безалкохолната индустрия ангажименти.

За повече информация:

Жана Величкова - Изпълнителен директор

Асоциация на производителите на безалкохолни напитки в България
тел.: +359 2 983 24 22; e-mail: bsda@techno-link.com