

Edukacja czy manipulacja?

25 marca 2013

Sieć restauracji McDonald's znalazła się w Niemczech na liście konsultantów szkolnego projektu edukacji konsumenckiej.

Jak informuje Wyborcza.biz, w Niemczech powstaje Sojusz na rzecz edukacji konsumentów, który jest nowym projektem federalnego ministerstwa rolnictwa, żywności i ochrony konsumentów, Niemieckiej Fundacji Ochrony Konsumentów (VZBV) oraz blisko 60 organizacji i firm. W jego ramach przez co najmniej trzy lata uczniowie niemieckich szkół mają poznawać prawa konsumenta oraz uczyć się wyboru odpowiednich produktów żywnościowych.

Problem w tym, że na liście konsultantów projektu znalazły się podmioty takie jak McDonald's, sieci detaliczne Edeka oraz Rewe, a także Metro (Saturn i Media Markt) oraz koncern Procter & Gamble (Oral-B, Pantene, Pampers). Choć twórcy programu zastrzegają, że chodzi w nim wyłącznie o kreowanie zdolności analitycznych, to organizacja konsumencka Foodwatch obawia się, iż trudno będzie wyznaczyć wyraźną granicę między reklamą a edukacją. Najwięcej zastrzeżeń budzi McDonald's. Sieć restauracji typu fast food powszechnie krytykowana i obciążana współodpowiedzialnością za nadwagę wśród dzieci nie może doradzać w szkołach – uważa Foodwatch. Organizacja zarzuca ministerstwu, że finansując Sojusz, pomaga przeniknąć koncernom do szkół, dlatego apeluje o wykluczenie firm z projektu.

Źródło: [Nowy Obywatel](#)