

Skłepowe promocje są... wyprzedają zdrowia klientów

22 maja 2025

Siedem stowarzyszeń francuskich przeprowadziło badania, z których wynika, że „dwie trzecie promocji (66%) dotyczy produktów, które są zbyt tłuste, zbyt słodkie lub zbyt słone” i po prostu „niezdrowe”.



Może i spleśniały, ale za to jaki tani!

W opublikowanym badaniu stwierdzono, że promocje żywności oferowane przez duże sieci supermarketów „zachęcają ludzi do kupowania niezdrowej żywności” i służą raczej „wyprzedąży zdrowia klientów”.

Takie badania przeprowadziły stowarzyszenia Foodwatch France, Climate Action Network, France Assos Santé, Francuska Federacja Diabetyków, Confédération Syndicale des Familles, Krajowy Związek Stowarzyszeń Rodzinnych i Krajowy Związek Stowarzyszeń Osób Otyłych. Zapewne jednak i bez badań, takie rzeczy da się zaobserwować w każdym kraju.

We Francji zbadano „5000 promocji żywności” w pięciu największych sieciach supermarketów, które były ogłaszane od lutego do marca 2025 r. Wnioski – przeceny dotyczyły i

zachęcały do kupowania „niezdrowej żywności”, a „dwie trzecie promocji (66%) dotyczyło produktów zbyt tłustych, słodkich lub zbyt słonych”. Carrefour, Coopérative U, Leclerc, Intermarché i Lidl „twierdzą, że są sojusznikami dobrej żywności przez cały rok, ale w praktyce łamią swoje zobowiązania” – mówiła Audrey Morice, rzeczniczka organizacji pozarządowych.

Tylko 12% ogłaszanych promocji dotyczyło „zdrowej żywności”, takiej jak owoce, warzywa czy produkty bio. Stowarzyszenia skrytykowały także to, że promocje zachęcają do nadmiernej konsumpcji, przez proponowanie dużych ilości towaru.

Stowarzyszenia mówią, że sieci handlowe prowadzą swego rodzaju „rynek dwubiegowy”, gdzie po jednej stronie są „najmniej zdrowe produkty w obniżonych cenach”, a po drugiej „zdrowe produkty w cenach zawyżonych”. Winsoki z badania to apel o wyznaczanie przynajmniej 50% promocji na produkty wysokiej jakości w przystępnych cenach.

Autorstwo: BD

Na podstawie: „Le Figaro”

Źródło: Nczas.info