

Śmieci dla dzieci

15 marca 2012

Mylące reklamy, lobbing, sprzedaż tanich produktów po wysokich cenach – takie grzechy producentów żywności wymienia organizacja Foodwatch. Oskarża przemysł spożywczy o powodowanie nadwagi u dzieci.

Jak informuje wyborcza.biz za portalem Spiegel Online, organizacja Foodwatch zbadała ponad półtora tysiąca produktów żywnościowych dla dzieci. Na podstawie badań powstał raport. Jego wnioski są pesymistyczne: większość produktów to słodkie i tłuste przekąski, nawet jeśli są reklamowane jako „naturalne”, „zdrowe” itp. Zrównoważona, zdrowa dieta dziecka jest w zasadzie niemożliwa w oparciu o produkty powszechnie dostępne – podsumowuje organizacja.

Autorzy raportu podają przykłady. Reklama koncernu Dr. Oetker głosi: „Moje ciało potrzebuje białka, wapnia i witamin. Będę duży i silny, i pracowity jak pszczoła. W mleku i puddingu Paula znajduję te dobre rzeczy”. Ale w tym puddingu jest coś jeszcze: równowartość sześciu kostek cukru. Sok owocowy Eckes-Granini Frucht-Tiger, uważany w Niemczech za zdrowy i naturalny, zawiera pięć i pół kostki cukru. W przypadku płatków śniadaniowych aż 96% przebadanych produktów zaliczono do słodkich i tłustych, z 25-50-procentową zawartością cukru – oczywiście w reklamach prezentowano je jako „naturalne” i „wartościowe odżywczo”.

Foodwatch szczegółowo omawia, jak tanie produkty doprawia się dużą ilością sztucznych składników i sprzedaje drogo jako „zdrowe”. Według raportu, firmy kładą szczególny nacisk na dzieci, by jak najszybciej przywiązać je do swojej marki. Inwestują setki milionów euro w reklamę skierowaną do młodych konsumentów. Żadna z firm nie bierze jednak odpowiedzialności za problem otyłości wśród najmłodszych. A problem ten wciąż narasta.

Źródło: [Nowy Obywatel](#)