

Tak się wciska kit

30 września 2012

Analiza przeprowadzona przez brytyjski magazyn konsumentów wykazała, że produkty reklamowane jako „ze zmniejszoną zawartością tłuszczu”, „light” czy „lekkie”, wcale nie są zdrowsze niż tradycyjne produkty spożywcze.

Jak informuje Wyborcza.biz, przytaczając wyniki badań brytyjskiego magazynu konsumentów „Which?”, 6 na 10 konsumentów w Wielkiej Brytanii spożywa produkty typu „light” kilka razy w tygodniu, sądząc, że są one zdrowsze od zwykłej żywności i pomogą im zgubić zbędne kilogramy. Magazyn postanowił sprawdzić 12 takich produktów i porównać je ze standardowym jedzeniem. Okazało się, że różnice między nimi są minimalne, a często produkty „light” mają nawet więcej kalorii lub cukru niż zwykłe produkty. Przykładowo, ciasteczko czekoladowe McVietie’s w wersji „light” ma tylko 8 kalorii mniej niż w wersji „normalnej”. Z kolei jogurt Tesco z niską zawartością tłuszczu ma 130 kalorii, podczas gdy podobne opakowanie jogurtu Activia zawiera 123 kalorie. Jogurt Tesco zawiera też więcej cukru – 20,2 g (równowartość czterech łyżeczek) w porównaniu z produktem Activia (16,9 g).

„Which?” zwraca uwagę, że klienci często nie wiedzą, jaki skład powinny mieć produkty typu „light”. Na przykład produkt ze zmniejszoną zawartością tłuszczu – zgodnie z brytyjskimi regulacjami – powinien zawierać nie mniej niż 3 proc. tłuszczu. – „Konsumenci wybierają takie produkty, bo wierzą, że to zdrowy wybór, jednak często okazuje się, że tak nie jest. Dlatego polecamy, aby ludzie dokładnie czytali etykiety na produktach, zanim zdecydują się na zakup” – mówi dyrektor „Which?” Richard Lloyd.

Źródło: [Nowy Obywatel](#)