



POLSKA FEDERACJA PRODUCENTÓW ŻYWNOSCI

ul. Chałubińskiego 8, 00-613 Warszawa
Tel.: (48 22) 830 70 55, tel./fax (48 22) 830 70 56
e-mail: mail@pfpz.pl www.pfpz.pl

Warszawa, dnia 22 listopada 2006 r.

Stanowisko PFPŻ dotyczące głosowania w Komitecie ENVI Parlamentu Europejskiego nad projektem raportu Frederique Ries w sprawie Zielonej Księgi "Promowanie zdrowego żywienia oraz aktywności fizycznej: Europejski wymiar problemu zapobiegania nadwadze, otyłości i chorobom przewlekłym"

Opracowywanie nowych receptur: produkty i wybór

Sektor żywności i napojów jest zaangażowany w zapewnianie konsumentom szerokiej gamy produktów oraz możliwości wyboru, a przedsiębiorstwa z branży spożywczej wprowadziły tysiące nowych produktów korzystnych odżywczo, w tym produkty o obniżonej wartości energetycznej, obniżonym poziomie cukrów, węglowodanów oraz tłuszczu, o mniejszej zawartości tłuszczu typu trans, a także produkty wzbogacane witaminami, składnikami mineralnymi, błonnikiem oraz pełnoziarniste. Aby utrzymać postępy w tej dziedzinie, ważne jest, aby firmy mogły nadal swobodnie wykorzystywać wyniki analiz naukowych i biznesowych w celu zaspokojenia oczekiwań konsumentów na innowacyjne, cenowo akceptowalne i wspierające realizację zaleceń zdrowej diety produkty, bez ograniczeń bądź zakazów odnośnie kompozycji składów recepturowych produktów pod kątem ich wartości odżywczej.

➔ **W związku z powyższym PFPŻ rekomenduje ODRZUCENIE poprawek nr 61, 62, 102 oraz 112.**

Reklama i marketing: proporcjonalna odpowiedź

Badania naukowe pokazują, że reklama ma jedynie bardzo ograniczony bezpośredni wpływ na wybory produktów spożywczych. Co więcej, ograniczenia i zakazy wprowadzania na rynek nie przynoszą skutku jeśli chodzi o wpływ na niezdrowy styl życia czy też na wielkość zjawiska otyłości. Branża spożywcza stara się rozwiązać ten problem na drodze dobrowolnych przepisów (samoregulacji) oraz udoskonala standardy dotyczące treści oraz umieszczania reklam żywności i napojów, zgodnie z *Ramowymi wytycznymi dotyczącymi odpowiedzialnej reklamy żywności i napojów* wydanymi przez ICC oraz zgodnie z Zasadami CIAA dotyczącymi reklamy wprowadzanych na rynek artykułów żywnościowych i napojów, przyjętymi w 2005 roku.

➔ **W związku z powyższym PFPŻ rekomenduje POPARCIE poprawki nr 58, która uznaje działania na rzecz dobrowolnych samoregulacji w obszarze marketingu oraz ODRZUCENIE poprawek nr 77, 82, 86, 87, 88, 89, 90, 91 oraz 93.**

Znakowanie żywności: znakowanie bardziej zrozumiale dla konsumenta

PFPŻ uważa, że ważne jest zapewnienie konsumentom informacji na opakowaniach na temat wartości odżywczej produktów spożywczych, tak aby pomóc im w doborze produktów wchodzących w skład ich diety. Jednakże sektor żywności i napojów ma poważne zastrzeżenia odnośnie skuteczności systemów znakowania żywności, które koncentrują się na poszczególnych składnikach, a nie na całościowej wartości energetycznej spożywanej żywności i napojów. Ponadto takie systemy nie uwzględniają dziennego spożycia poszczególnych składników żywnościowych i dyskryminują produkty, które mogą również wchodzić w skład zbilansowanej diety.

➔ **W związku z powyższym PFPŻ rekomenduje POPARCIE poprawki nr 106, która uwzględnia znaczenie edukacji konsumentów oraz ODRZUCENIE poprawek nr 105, 110, 111, 115 oraz 116.**

Pozostałe kwestie

- Do podstawowych zasad żywieniowych należy zasada, że każdy produkt spożywczy może stanowić część zdrowej, zbilansowanej diety oraz fakt, że tak naprawdę ważny jest zestaw spożywanych produktów spożywczych oraz ich ilości, a nie zawartość składników odżywczych w poszczególnych produktach.

➔ **W związku z powyższym PFPŻ rekomenduje ODRZUCENIE poprawki nr 7.**

- Powszechnie wiadomo, że otyłość jest problemem, u podstaw którego leży wiele czynników. Udana interwencje będą wymagały wielu strategii oraz długotrwałych wysiłków wielu podmiotów.

➔ **W związku z powyższym PFPŻ rekomenduje POPARCIE:**

- poprawki 32, która wskazuje na potrzebę zastosowania podejścia holistycznego do problemu;
- poprawki 45, która kładzie nacisk na rolę oświaty; oraz
- poprawki 114, która podkreśla znaczenie umożliwienia konsumentowi podejmowania świadomych wyborów żywieniowych w oparciu o pełną informację.

- PFPŻ w pełni popiera działania CIAA na rzecz Unijnej Platformy ds. żywienia, aktywności fizycznej i zdrowia. CIAA w znacznym stopniu i na dużą skalę zaangażowała się w kierowanie działaniami w tym zakresie. Zaangażowanie CIAA obejmuje m.in. związki partnerskie, edukowanie opinii publicznej oraz programy na rzecz aktywności fizycznej w celu promowania zdrowego stylu życia, informowania konsumentów, reklamy i marketingu produktów i świadomego wyboru oraz badań. Platforma służy również pobudzaniu zaangażowania ze strony firm, krajowych oraz branżowych federacji producentów żywności i napojów.

➔ **W związku z powyższym PFPŻ rekomenduje POPARCIE poprawki nr 55 oraz o ODRZUCENIE poprawki nr 50.**