



26.01.2017, Poznań

Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!

Jak wynika z badań, zaledwie co trzeci Polak sprawdza datę ważności na produkcie i jest to najczęściej sprawdzana informacja. To niestety efekt niedostatecznej wiedzy konsumentów na temat tego, co oznaczają informacje umieszczone na produkcie i jak można je przełożyć na wybór zdrowszej, a przez to lepszej dla siebie żywności. Dlatego Instytut Żywności i Żywienia przeprowadza kampanię edukacyjną pod hasłem: „Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!”. Jej celem jest przekonanie Polaków do porównywania etykiet, dokonywania korzystnych dla zdrowia wyborów, a co za tym idzie świadomego podejścia do żywienia.

Mimo prowadzonych w ostatnich latach licznych działań edukacyjnych na rzecz zwiększenia świadomości Polaków na temat wartości odżywczej produktów, konsumenci wciąż mają duże problemy z rozumieniem treści umieszczanych na etykietach. Wyniki badań „Eksploracja postaw związanych ze zdrowym odżywianiem w kontekście czytania etykiet”, których przeprowadzenie zlecił w 2016 r. Instytut Żywności i Żywienia (IŻŻ), wskazują, że konsumenci nie radzą sobie z interpretacją informacji o wartości odżywczej umieszczanych na etykiecie, a także z odnoszeniem ich do swojego sposobu żywienia. W efekcie, ulegając dotychczasowym nawykom, kupują takie same produkty, nie zwracając uwagi na ich wartość odżywczą.

– *Niestety, w większości przypadków, konsumenci robiąc zakupy spożywcze, czynią to schematycznie i często w pośpiechu. Stojąc przed półką sklepową z całą paletą często tego samego rodzaju produktów, ale w różnych opakowaniach, wybierają zwykle te same co zawsze produkty, bo tak im prościej, wygodniej i – w ich przekonaniu – bezpieczniej. Sięgają po produkty już sprawdzone, do których nie mają wątpliwości. Ale kupując produkty rutynowo, nie zwracają uwagi na informacje na etykiecie. A przecież to właśnie one powinny pomagać nam w podejmowaniu właściwych decyzji dotyczących tego, co powinniśmy kupić, a później zjeść* – podkreśla prof. Mirosław Jarosz, dyrektor Instytutu Żywności i Żywienia.

Jak wynika z badań, dla konsumentów jednym z ważniejszych elementów etykiety jest wykaz składników, w praktyce jednak niewiele osób ma nawyk jego sprawdzania. Konsumenci mają również świadomość, że na opakowaniu znajduje się tabela wartości odżywczej, ale zdecydowana większość kupujących nie zwraca na nią uwagi. Wynika to najczęściej z braku wiedzy, co oznaczają poszczególne elementy tabeli oraz w jaki sposób przełożyć zawarte tam informacje na swoje żywienie i wybór produktów. Mimo wszystko, w opinii

INSTYTUT ŻYWNOŚCI I ŻYWIENIA
IM. PROF. DRA MED. ALEKSANDRA SZCZYGLA

NATIONAL FOOD
AND NUTRITION INSTITUTE

ul. Powsińska 61/63
02-903 Warszawa

NIP 525-000-89-10
REGON 000288478

Tel: (022) 55 09 771
Fax: (022) 842 11 03

izz@izz.waw.pl
www.izz.waw.pl

Zrealizowano ze środków finansowych projektu „Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Realizator:



Instytut
Żywności
i Żywienia

Instytucja współfinansująca:



Ministerstwo
Zdrowia





konsumentów, dobrze jest być świadomym tego, co się je. Patrzenie jednak na jedzenie tylko z perspektywy zdrowego odżywiania kojarzy się z ograniczeniami, wyrzeczeniami, brakiem przyjemności, czasami wręcz obsesją. Zjawisko „smart shoppingu” w Polsce zdaje się więc dopiero raczkować.

Rozpoczęta przez Instytut Żywności i Żywienia kampania ma dlatego szczególnie zwracać uwagę na trzy składniki, które znajdują się w produktach: cukry, sól i tłuszcz. Pokazać, że często produkty tej samej kategorii, ale innych producentów, mogą mieć różną wartość odżywczą i że należy wybierać te, które mają mniej cukrów, soli, tłuszczu. Nadmierne spożycie tych składników negatywnie wpływa na zdrowie nasze i naszych bliskich, a dzięki świadomemu podejściu do zakupów będziemy mogli oszczędzić sobie i swoim bliskim ryzyka rozwoju wielu chorób.

– Co chwilę słyszymy, że nadmierne spożycie cukru, soli i tłuszczu negatywnie wpływa na nasze zdrowie i jest przyczyną wielu chorób cywilizacyjnych u dorosłych, a co gorsza także dzieci. Mimo to nie bardzo wiemy od czego zacząć, by ograniczyć ilość tych składników w codziennej diecie. Dlatego poprzez naszą kampanię chcemy pokazać, że zmiana wcale nie musi być trudna i powinna zacząć się już przy sklepowej półce. Na początku pewnie poświęcimy trochę więcej czasu, aby dokładnie przeanalizować umieszczone na produktach informacje, ale z czasem zaczniemy to robić sprawniej, a co najważniejsze odruchowo – dodaje dr Agnieszka Jarosz z Instytutu Żywności i Żywienia.

Ogólnopolska kampania „Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!” zaplanowana na pierwszy kwartał 2017 r., kierowana jest do osób decydujących o zakupach produktów żywnościowych dla siebie i rodziny w gospodarstwach domowych. W głównych stacjach telewizyjnych oraz stacjach tematycznych emitowane będą spoty zachęcające do porównywania etykiet i wybierania produktów z mniejszą zawartością soli, cukrów i tłuszczu. Natomiast w największych miastach Polski, na tablicach typu citylight, pojawią się plakaty kampanii. Zaplanowana jest również kampania typu display w Internecie. Powstała także dedykowana kampanii strona internetowa: www.kupujeto.pl, na której można znaleźć materiały poradnikowe na temat czytania etykiet, a także odpowiedzi na wiele pytań, m.in. dotyczących tego, czym jest wartość odżywcza, jak czytać etykiety, dlaczego warto ograniczać spożycie soli, cukrów i tłuszczu.

INSTYTUT ŻYWNOŚCI I ŻYWIENIA
IM. PROF. DRA MED. ALEKSANDRA SZCZYGLA

ul. Powsińska 61/63
02-903 Warszawa

NIP 525-000-89-10
REGON 000288478

NATIONAL FOOD
AND NUTRITION INSTITUTE

Tel: (022) 55 09 771
Fax: (022) 842 11 03

izz@izz.waw.pl
www.izz.waw.pl

Zrealizowano ze środków finansowych projektu „Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Realizator:



Instytucja współfinansująca:



**Kontakt dla mediów:**

Agnieszka Maślanka

tel.: 503 125 797

e-mail: biuroprasowe@zachowajrownowage.pl

Kampania „Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!” realizowana jest w ramach projektu „Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej” (2011–2017). Projekt, znany szerzej pod nazwą Zachowaj Równowagę, jest współfinansowany przez Szwajcarię w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy (SPPW) z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej. Jego całkowity budżet wynosi 5 294 000 CHF, z dofinansowaniem strony szwajcarskiej w wysokości 4 500 000 CHF (85% kosztów) i z budżetu Ministerstwa Zdrowia (15% środków). Partnerami projektu są: Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie, Polskie Towarzystwo Dietetyki i Instytut „Pomnik – Centrum Zdrowia Dziecka”.

Więcej informacji na temat projektu Zachowaj Równowagę na stronie: www.zachowajrownowage.plWięcej informacji o Szwajcarsko-Polskim Programie Współpracy na stronie: www.programszwajcarski.pl**INSTYTUT ŻYWNOŚCI I ŻYWIENIA**
IM. PROF. DRA MED. ALEKSANDRA SZCZYGLAul. Powsińska 61/63 NIP 525-000-89-10
02-903 Warszawa REGON 000288478**NATIONAL FOOD**
AND NUTRITON INSTITUTETel: (022) 55 09 771 izz@izz.waw.pl
Fax: (022) 842 11 03 www.izz.waw.pl

Zrealizowano ze środków finansowych projektu „Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Realizator:

Instytut
Żywności
i Żywienia

Instytucja współfinansująca:



Ministerstwo Zdrowia

