

Companiile alimentare vând produse care sunt mai puțin sănătoase în țările mai sărace (raport)

Cele mai mari companii mondiale de alimente și băuturi vând în medie țarilor cu venituri scăzute produse care sunt mai puțin sănătoase decât cele pe care le vând în statele cu venituri ridicate, se arată într-un raport publicat joi, transmite Reuters.

Produsele vândute de companii, inclusiv Nestle, Pepsico și Unilever, au fost evaluate ca parte a indicelui global publicat de grupul non-profit Access to Nutrition Initiative (ATNI), pentru prima dată din 2021.

În urma evaluării a 30 de companii, produsele vândute țarilor cu venituri scăzute au avut un punctaj mai mic la sistemul de clasificare cu stele dezvoltat în Australia și Noua Zeelandă decât cele vândute în statele cu venituri ridicate. În sistemul Health Star Rating, produsele sunt clasificate de la unu la cinci în privința gradului lor de sănătate, cel mai bun nivel fiind cinci, iar un scor de peste 3,5 este considerat a fi o alegere mai sănătoasă.

În țările cu venituri scăzute, portofoliile multinationalelor au fost evaluate la 1,8 de acest sistem, în timp ce în statele cu venituri ridicate, unde au fost testate mai multe produse, nivelul a fost de 2,3.

"Este o imagine extrem de clară că ceea ce vând acele companii în cele mai sărace țări din lume, unde ele sunt din ce în ce mai active, nu sunt produse sănătoase. Este un semnal de alarmă pentru ca guvernele din acele țări să fie vigilente", a afirmat Mark Wijne, director de cercetare la ATNI, într-un interviu acordat Reuters.

Este pentru prima dată când indicele a fost împărțit între țarilor cu venituri scăzute și cele cu venituri ridicate.

Indicele este important deoarece produsele alimentare ambalate au un rol din ce în ce mai mare în criza de obezitate care este acum un fenomen global. Mai mult de un miliard de persoane din întreaga lume sunt obeze, conform Organizației Mondiale a Sănătății (OMS), precizează ATNI. Banca Mondială estimează că 70% din persoanele supraponderale sau obeze trăiesc în țările cu venituri scăzute și medii.

"Ne-am angajat să majorăm vânzările de alimente nutritive și să-i îndrumăm pe oameni spre diete mai echilibrate", a precizat un purtător de cuvânt al Nestle, adăugând că firma îmbogățește produsele pentru a ajuta la reducerea decalajului nutritiv din țările în curs de dezvoltare.

Un purtător de cuvânt al PepsiCo nu a dorit să facă comentarii. Anul trecut, compania a stabilit noi obiective pentru a reduce sodiul în chipsurile de cartofi și a adăugat ingrediente, cum ar fi boabele întregi, în produsele sale alimentare.