

Wiem, co wybieram

Dołącz do grona firm odpowiedzialnych społecznie i przyłącz się do programu producentów żywności „Wiem, co wybieram”.

Konsumenci przy półce sklepowej mogą wybierać spośród olbrzymiej ilości różnorodnych produktów żywnościowych. Zgodnie z obserwowanymi tendencjami coraz większe znaczenie ma dla nich korzystny profil żywieniowy oferowanych im produktów spożywczych. Poza tym, że mają być smaczne, konsumenci oczekują produktów żywnościowych, dzięki którym będą mogli zadbać o zdrowie i odpowiednio bilansować codzienną dietę. Z pomocą przychodzą im produkty z logo „Wiem, co wybieram”.

Warto znakować produkty

„Wiem, co wybieram” to międzynarodowy program znakowania produktów spożywczych, który powstał jako odpowiedź producentów żywności na apel Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) o dostosowanie receptur produktów żywnościowych do zaleceń specjalistów ds. żywienia i ograniczenie w nich ilości czterech składników pokarmowych: tłuszczów nasyconych, kwasów tłuszczowych typu trans, sodu (soli) oraz cukru. Naukowcy na całym świecie zgodnie podkreślają, że nadmierne spożywanie tych czterech składników w istotny sposób przyczynia się do zapadalności na wiele poważnych chorób cywilizacyjnych, takich jak: choroby układu krążenia, nowotwory, osteoporoza, cukrzyca,

nadwaga/otyłość oraz problemy stomatologiczne. Program ma także na celu wyróżnienie produktów o odpowiednim profilu żywieniowym jednym, łatwo rozpoznawalnym znakiem, który ułatwi konsumentom komponowanie lepiej zbilansowanej diety.

Otwarty charakter programu

Program „Wiem, co wybieram” jest otwarty dla wszystkich producentów żywności, których produkty spełniają kryteria kwalifikujące. Obecnie w Polsce w programie uczestniczy ośmiu producentów żywności: Agros Nova, Bakalland, FRoSTA, Hoop Polska, POSTI, Rieber Foods Polska, Sawex oraz Unilever Polska, a znakiem „Wiem, co wybieram” jest opatrzonych ponad 120 produktów spożywczych. Liczba produktów w programie na świecie szybko rośnie i wynosi około 7 tysięcy, zaś do grona partnerów programu należy ponad 120 firm. Program stanowi inspirację dla producentów żywności do modyfikowania receptur produktów żywnościowych tak, aby spełniały kryteria programu, jak również do stałego rozszerzania oferty produktowej o wyroby z niższą zawartością tłuszczów nasyconych, kwasów tłuszczowych typu trans, sodu (soli) oraz cukru. Przykładowo, sama zmiana receptur zup w proszku marek Knorr i Amino, wprowadzona przez firmę Unilever Polska, pozwoliła na wyeliminowanie z diety Polaków 80 ton soli rocznie. Z kolei firmy Rieber Foods Polska oraz FRoSTA opracowały receptury swoich nowych produktów, uwzględniając kryteria „Wiem, co wybieram” tak, aby mogły się one znaleźć w programie.

Konsumenci zainteresowani

W Polsce rośnie grupa konsumentów zainteresowanych produktami o lepszym profilu żywieniowym. Badania przeprowadzone w Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie w 2010 r. pokazały, że 80 proc. dorosłych konsumentów uważa, iż logo „Wiem, co wybieram” uła-

Uczestnictwo w programie „Wiem, co wybieram” oznacza wiele korzyści dla producentów produktów spożywczych:

- Pomoc konsumentom w ograniczeniu spożycia tłuszczów nasyconych, kwasów tłuszczowych trans, soli (sodu) oraz cukru.
- Rozwijanie nowych receptur produktów pod kątem lepszego profilu żywieniowego, w zgodzie z nowymi trendami rynkowymi oraz w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.
- Dołączenie do grona prekursorów prozdrowotnej edukacji konsumenckiej w Polsce.
- Pozyskanie przychylności środowiska medyczno-naukowego dla prozdrowotnego charakteru produktów z logo „Wiem, co wybieram”.
- Odróżnienie produktów swojej firmy od produktów konkurencji (umieszczone na opakowaniach logo „Wiem, co wybieram” jest wyraźnym sygnałem dla klientów: „Ten produkt pomaga zbilansować moją dietę”).
- Wzmocnienie przekazu reklamowego swoich produktów.

twia wybór produktów korzystnych dla zdrowia, a 78 proc. z nich widzi potrzebę umieszczania logo „Wiem, co wybieram” na opakowaniach produktów żywnościowych. Natomiast wyniki badań przeprowadzonych przez Interaktywny Instytut Badań Rynkowych (2010 r.) pokazują, że aż 77 proc. badanych osób zdecydowałoby się na zakup produktów opatrzonych logo „Wiem, co wybieram”, wiedząc, co ono oznacza.

Więcej informacji na temat „Wiem, co wybieram”, kryteriów programu oraz tego, jak można dołączyć do grona jego partnerów można znaleźć na stronie: www.wiemcowyberam.pl

