

قائم مقام دبیرکل خانه صمت: سازمان ملی استاندارد کوتاه آمد/ تولیدکنندگان برچسب‌های چاپ شده را استفاده می‌کنند



آرمان خالقی گفت: باید به تولیدکنندگان زمان می‌دادند که لیبل‌های چاپ شده را مصرف و آنها را دور نریزند چرا که هزینه اضافه به تولید تحمیل می‌شد که خوشبختانه سازمان استاندارد این فرصت را داد و با تولیدکنندگان همراهی کرد.

به گزارش پایگاه خبری صنعت غذا و کشاورزی (اگروفودنیوز)، به نقل از ایلنا؛ آرمان خالقی با بیان اینکه سازمان ملی استاندارد تولیدکنندگان را ملزم به رعایت یکسری نکات بهداشتی و درج ترکیبات موجود در محصولات می‌کند، گفت: در بحث محصولات غذایی به غیر از سازمان ملی استاندارد سازمان غذا و دارو نیز تولیدکنندگان را ملزم به رعایت یکسری الزامات کرده است به عنوان مثال درج چراغ‌های زرد و قرمز درباره ترکیبات محصولات و میزان حد چربی و نمک استاندارد در محصولات تولیدی.

وی هدف از درج علائم را حفظ سلامت مصرف‌کنندگان عنوان کرد و افزود: تولیدکنندگان از طرح‌های این چینی استقبال می‌کنند اما

برخی از نگرانی‌ها و مقاومت تولیدکنندگان برای اعمال و اجرای این ابلاغیه به خطر افتادن بازار مصرفشان باز می‌گردد به عنوان مثال اگر قرار باشد روی محصول اسنک لیبل درج شود این احتمال وجود دارد که چربی و نمک بیشتر این محصول و درج علائم هشدار برای مصرف‌کنندگان اشتیاق مصرف را کم و نوعی ممانعت در مصرف ایجاد می‌کند.

به گفته خالقی؛ درج میزان نمک و شکر استفاده شده در محصول ممکن است میزان مصرف را کاهش بدهد که این موضوع مطلوب تولیدکنندگان نیست.

وی با بیان اینکه سازمان ملی استاندارد در اجرای این ابلاغیه با تولیدکنندگان همراهی کرده است، افزود: بنا به اعتراض‌ها و نامه‌نگاری‌ها انجام شده از سوی تولیدکنندگان به سازمان ملی استاندارد، در نهایت سازمان کوتاه آمد چراکه کارخانه‌ها برای چند روز بسته‌بندی و لیبل تهیه نمی‌کند و در تیراژ منطقی و اقتصادی اقدام به چاپ لیبل می‌کند و بعد از پایان آن بسته‌بندی‌ها باید اقدام به چاپ بسته‌های جدید کند.

به گفته قائم مقام دبیر کل خانه صمت؛ باید به تولیدکنندگان زمان می‌دادند که لیبل‌های چاپ شده را مصرف و آنها را دور نریزند چرا که هزینه اضافه به تولید تحمیل می‌شد که خوشبختانه سازمان این فرصت را داد و با تولیدکنندگان همراهی کرد.

خالقی ادامه داد: آنچه از دید سازمان ملی استاندارد و سازمان غذا و دارو در درج برجسب‌ها اهمیت دارد این است که نوشته‌ها در راستای جهت دادن به ذهن مصرف‌کنندگان نباشد و اطلاعات درست به آنها داده شود. برخی خریداران به دلیل ذائقه و نوع تغذیه‌ای که دارند نباید از سس‌های مایونز که چربی اشباع آن بالاست استفاده کنند و به نوعی محصول رژیمی می‌خواهند از این‌رو درج این اطلاعات برای این مصرف‌کننده اهمیت دارد؛ اما برای خریدار دیگری میزان چربی موجود در سس اهمیتی ندارد و به آن علائم توجه نمی‌کند.

وی در پایان تصریح کرد: این تفاوت‌ها به مصرف‌کننده جهت می‌دهد که بتواند آنچه که به ذائقه او نزدیکتر است را تهیه کند.

سرویس خبری: صنعت غذا

منبع: ایلنا