



РОССИЙСКАЯ ДИАБЕТИЧЕСКАЯ АССОЦИАЦИЯ

В Торгово – Промышленной палате (ТПП) РФ по инициативе Комитета предпринимательства здравоохранения и медицинской промышленности, состоялось заседание круглого стола по теме « Актуальные проблемы и перспективы формирования и регулирования рынка функциональных и специализированных продуктов для здорового образа жизни и активного долголетия». В дискуссии выступили ведущие специалисты...

в области создания, производства, продвижения на рынок здоровых продуктов питания.

Определение понятия «Функциональные продукты питания» в понимании ТПП можно прочитать, перейдя [по этой ссылке](#).

Сергеенко В.И., Председатель Комитета ТПП РФ о предпринимательстве в здравоохранении и в медицинской промышленности, выделили 3 группы проблем на пути Функциональных Продуктов Питания (ФПП):

1. Отсутствие нормативно-правовой базы по разработке и регистрации ФПП.
2. Высокая себестоимость ФПП.
3. Отсутствие знаний и навыков у населения как о здоровом питании в целом, так и в ФПП.

Мировой годовой продовольственный рынок составляет около 400 млрд. долларов США, из них 70 млрд. – продажа ФПП.

Д.м.м. Сергеев В.Н. из НИИ Курортологии Минздрава РФ обратил внимание на наличие массовой заболеваемости «лекарственной болезнью», связанной с избыточным назначением лекарственных препаратов по причине беспрецедентном рекламно – информационного прессинга фармацевтической промышленности. Практически все лекарственные препараты влияют на всасываемость, усваиваемость, обмен биологически активных ингредиентов пищи. Уже давно созрел и перезрел общественный конфликт интересов фармацевтической и пищевой промышленности, за который расплачивается потребитель. Кроме ГОСТ 52349 – 202005 и ТР ТС последнего времени регламентирующих документов вырабатывалась недостаточно. Если в структуре цены лекарства 80-85 % от конечной цены заложено на продвижение, то допустить такое в структуре цены продовольственного товара не представляется возможным.

Профессор Карагодин В.П. из РЭУ им. Г. Плеханова обратил внимание на барьеры на пути к здоровым продуктам. В 2016 году средний россиянин употребил 58 граммов ФПП, в то время как в Японии 50% продаваемых продуктов питания являются функциональными. Профессор выделили непреодолимые барьеры на пути к ФПП:

1. Отсутствие реального источника денег для проведения образовательных программ для населения о здоровом питании, что порождает отсутствие спроса на эти товары.
2. Отсутствие ближайших экономических перспектив роста потребительского спроса населения РФ.
3. Отсутствие возможности оказания государственной поддержки отрасли здорового питания в силу имеющегося дефицита бюджета

Были выделены также преодолимые барьеры:

1. Совершенствование пищевого законодательства.
2. Информирование населения через этикеточную надпись и рекламу. Более широкое использование добровольной сертификации продуктов с рекомендательными надписями негосударственных некоммерческих организаций.

В своем выступлении врач-диабетолог, Президент МОО «Российская Диабетическая Ассоциация» Богомолов М.В. выделил 7 групп преодолимых барьеров на пути здоровых продуктов

1. Идея и разработка: Противоречия в определениях ТР ТС (022 и 027), например, относительно фруктозы. Не полное соответствие Клинических рекомендаций, Протоколов и ТР ТС, Приказов Минздрава РФ и производственно-технологических и экономических нормативов. Однобокость определения «диабетического продукта», затрагивающего ТОЛЬКО углеводы. Сложно позиционировать овощи, рыбу, крупы, масла и иные продукты как здоровые нормативно, хотя они такими являются по факту существования. Здоровые продукты – это не только кондитерские изделия. «Продукты» выпали из структуры более общего понятия «питание».
2. Бытовая идеология : Отсутствие систематических представлений о здоровом питании у населения (детский сад, школа, орг.коллективы...). Отсутствие государственной идеологии по работе со СМИ в области здорового питания. Поощрение детей «нездоровыми» продуктами.
3. Высокая себестоимость «здорового» продукта: технологии (авторские права), долгая и чрезвычайно дорогостоящая регистрация вплоть до Реестра Роспотребнадзора служит только для государственных тендеров, более дорогие (импортные) ингредиенты, необходимость использования импортного оборудования не имеющего аналогов в РФ, этикетка, продвижение, НЕПОНИМАНИЕ потребителем «зачем мне это».
4. Подход сетевого категорийного менеджера: «Дай низкую себестоимость», нужно масштабное производство, узнаваемость продукта. Ответственность ТОЛЬКО за прибыль. Отрицание 1-го закона маркетинга в угоду 2-му. Сужение ассортимента, ограничение торговых площадей под здоровые продукты, ОТСУТСТВИЕ у сетей ассортимента «здоровой» продукции под СОБСТВЕННОЙ торговой маркой.
5. Статистика: Кто может сказать: Какой % «здорового хлеба» от общего количества хлеба был продан в 2016-м. Нельзя управлять тем, о чем нет сведений! ОТСУТСТВИЕ статистики производства «здоровых продуктов» питания из за отсутствия официальных определений терминов для РосКомСтата. ОТСУТСТВИЕ отдельной статистики производства и реального потребления здоровых продуктов. Кто не видел коробки и

корзины с продуктами с резкими запахами рыбы и капусты, выносимые вечером на мусорку из детских садов?

6. Противоречие законодательства практике: Репрессии загоняют бизнес в тень, но не увеличивают объемы продаж и ПОТРЕБЛЕНИЕ здоровых продуктов. Кнут без пряника не работает: (история с сахаром, ккал).

7. Непубличный делёж копейки из кармана потребителя в структуре цены «здорового» продукта при отсутствии целостного подхода.

Должны соблюдаться ДВА условия успеха здорового продукта:

1. Потребитель должен ХОТЕТЬ его потребить.
2. Потребитель должен иметь ВОЗМОЖНОСТЬ его купить.

Это КЛЮЧЕВЫЕ звенья на пути здоровых продуктов, уцепившись за которые можно вытащить всё тело удава, живущего на шее продавцов и производителей здоровых продуктов питания, включая функциональные продукты.

По итогам круглого стола был принят проект Резолюции, с которым можно ознакомиться [перейдя по ссылке](#) . ТПП ждет предложения по Резолюции.