



[Пандемия COVID-19](#) статистически переходит в [эпидемию ожирения](#). После ограничительных мер, введенных из-за пандемии коронавируса, мир погружается в эпидемию ожирения, констатируют ученые университета Копенгагена и РНИМУ имени Пирогова. Платежеспособность населения падает, до четверти торговых центров могут закрыться до конца сентября 2020 по заявлению их союза.

В статье, опубликованной в журнале Nature reviews, датчане выделили пять факторов, которые способны усугубить и без того сложную ситуацию с болезненной полнотой.

Высокий уровень сахара в крови связали с удвоением риска гибели от COVID-19. В их число вошли и стресс, который многие привыкли заедать, и доступность холодильника при дистанционной работе, увеличение количества бедных людей (в статье показана взаимосвязь между социально-экономическим статусом и риском ожирения), и [ограничение движения](#), а также вынужденное одиночество, которое сопровождается неконтролируемым приемом пищи. В самоизоляции ожирение [охватило даже детей](#)

Подтвердили наличие обостряющейся проблемы и российские эксперты. В мире ежегодный прирост количества людей с ожирением уже называют настоящей неинфекционной пандемией, и, возможно, она страшнее коронавируса, считает заведующая кафедрой эндокринологии лечебного факультета РНИМУ имени Пирогова Татьяна Демидова. «К сожалению, текущая пандемия может способствовать дальнейшему увеличению распространенности ожирения. Правительством были приняты масштабные меры по предотвращению стремительного распространения вируса, введены ограничения на перемещения и личные контакты, занятия спортом. Переедание стало одной из основных проблем в карантинный период и для многих обернулось возникшими или усугубившимися проблемами с весом», — рассказала она

газете «Известия».

В свою очередь Экспертный Совет РДА предлагает рассмотреть следующие [ВОЗМОЖНЫ](#)  
[е](#)  
изменения продовольственного ассортимента в торговых сетях:

1. Уменьшение индивидуальной герметичной упаковки SKU (единицы товара) как в целях эпидемиологической безопасности, так и в целях возможности создания более - менее разнообразной корзины при однократном посещении магазина при ограничении денежных ресурсов потребителя – покупателя.
2. Снижение себестоимости товара «любой ценой» как за счет качества и количества ингредиентов, так и за счет всех законных механизмов, которые ранее считались «неэтичными»
3. Рост значения частных торговых марок торговых сетей при более частой смене поставщиков и производителей товаров под торговой маркой сети – сжатие маржи производителя и поставщика до «предела» выживаемости.
4. Общее сужение ассортимента товаров в сторону вымывания дорогих позиций при увеличении количества разных этикеток, упаковок на аналогичные товары.
5. Относительное расширение бакалейного ассортимента, «долгохрана» и «сухостоя»
6. Рост посещаемости магазинов нижнего ценового сегмента типа «Почто России», Фикс Прайс, выживших магазинов шаговой доступности X5 – retail group, «Магнит».
7. Мягкий и ненавязчивый отход от жестких норм технических регламентов к специализированному питанию к [нормам и стандартам 2-го и 3-го \(СТО\) уровней](#) .

8. Рост спроса на товары со сниженным [содержанием добавленного сахара](#) и с требованием потребителей к общему снижению калорийности и к [функциональности продуктов](#)

9. Вероятный рост спроса на товары, которые потенциально могут доставляться курьерами без нарушения упаковки.

10. Рост спроса на товары, которые можно получать и [оплачивать бесконтактно](#) .

11. Появление [«умных кассовых аппаратов»](#) .

Дискуссия на [Форуме](#) .