



www.zazdravje.net

# Skupaj za zdravje človeka in narave

● julij/avgust 2011

brezplačen izvod



Tema meseca:

## Moč in nemoč marketinga



# Oglasna deska projekta Skupaj za zdravje človeka in narave

## Niste dobili novic?

Pogosto nas sprašujete, zakaj vas ne obveščamo, kdaj poteče prispevek za obveščanje.



**Ta podatek je naveden na nalepki, kjer se nahaja tudi vaš naslov.**

Čez leto imate tako vsak mesec na razpolago podatek, do kdaj je poravnán vaš prispevek.

Mesec pred iztekom na nalepki piše:

**PRISPEVEK ZA OBVEŠČANJE BO POTEKEL**

Zadnji mesec pa je na nalepki pripis:

**PRISPEVEK ZA OBVEŠČANJE POTEKEL**

Po preteku tega meseca vas izbrišemo s seznama prejemnikov.

Še enkrat bi vas radi opozorili, da nakazilo ne zagotavlja samodejno tudi prejemanja novic. Ker od banke NIKAKOR ne moremo prejeti vaših celotnih podatkov, ki vključujejo tudi vaš naslov, nam morate ta podatek sporočiti ločeno. Po e-pošti na [posljite.novice@gmail.com](mailto:posljite.novice@gmail.com), po telefonu na telefonsko številko 041 770 120 ali po pošti nam sporočite datum, ko ste znesek poravnali, in na kateri naslov naj vam pošljemo novice.

Tudi pri pošiljanju znamk vas prosimo, da ste natančni. Če dobimo le kuverto, v kateri so znamke in na zadnji strani kuverte naveden pošiljatelj, brez pripisa naslova za pošiljanje novic, ne vemo, ali nam znamke podarjate ali želite tudi prejemati novice. Zato vas prosimo, da k znamkam priložite tudi pojasnilo.

Zelo si želimo, da bi vse potekalo brez zapletov. Če ste vse navedeno storili in novic iz kakšnega razloga ne boste prejeli, vas prosimo, da nas o tem čim prej obvestite. Preverili bomo pri Pošti Slovenije in/ali vam takoj poslali še en izvod novic.



## Pomagaj si sam!

Končno se je v naših kioskih pojavila revija, v kateri je veliko dobrega branja in še boljšega vzdušja.

Revija Jana je izdala posebno poletno izdajo »**Pomagaj si sam**« in če bo sreča ter podpora bralcev, se obeta, da bi iz tega zrasla nova revija za takšne, ki mislijo s svojo glavo ter si prizadevajo imeti svoje življenje in zdravje v svojih rokah. Poiščite jo v kioskih in sporočite uredništvu svoje mnenje, želje in predloge.

## Tokrat zares!

V času, ko berete te novice, se **knjiga Ščepec rešitve - zamolčane zdravilne moči začimb** že tiska. Dodatne informacije o vsebini ter možnosti naročanja v prednaročilu z 20-odstotnim popustom si preberite na [www.zazdravje.net/literatura.asp](http://www.zazdravje.net/literatura.asp).



Naročila s popustom so možna do 10. avgusta.



## DOGAJANJA VSAK PRVI VIKEND V MESECU

Celoten program Ekofesta boste našli na spletni strani: <http://www.zkst-zalec.si/>

# Gospodarji želja!

V zbirki Anastazija lahko preberemo odlično zgodbo o razvoju promocije. Pred tisočletji so ljudi morali prisiliti, da so počeli nekaj, česar niso marali, tako da so jih dobesedno zvezali in z bičanjem prisilili v suženjsko delo. Obvladovanje sužnjev je terjalo veliko stroškov, zaposlovanje čuvajev ter vedno negotovost, kaj bi se zgodilo, če bi se sužnji kljub vsemu uprli. Mogočen lastnik sužnjev Demokrates se je zato odločil, da preoblečen v sužnja preživi nekaj časa z njimi. Zanimalo ga je, ali bi se dalo ustaviti naraščajočo nevarnost pred vstajami. Poslušal je, o čem snujejo, ko si zamišljajo svoje življenje izven suženjstva. Želeli bi si imeti hišo, ženo, konja itd. Demokrates je hitro dojel, da je njihova želja po imetju tako močna, da jih lahko drži močnejše kot verige. Odločil se je razpustiti čuvaje in vsem svojim sužnjem ponuditi možnost, da bi delali za plačo. Omogočil jim je tudi košček zemlje, ki jo bodo seveda s svojim delom odkupovali do konca svojih dni. Dal jim je posojilo za gradnjo hiše, ki ga bodo vračali z velikimi obrestmi. Dejansko ga je to stalo manj kot vzdrževanje armade čuvajev, storilnost se je povečala in sužnji so ga vzljubili. Od takrat je moral skrbeti le za to, da ljudem ne zmanjka želja ... In tako je nastala demokracija – privid občutka moči množic, ki jih krmili nevidni vladar – »promocija«.

Sanja Lončar, urednica

## Dolgo poletje?

Naše naslednje novice – **eko vodič** pričakujte okrog 20. avgusta. Če imate eko ponudbo in te dni niste prejeli naše ponudbe za vpis v eko vodič, nas kontaktirajte na tel. št.: 041 770 120 ali po e-pošti: [info@zazdravje.net](mailto:info@zazdravje.net).

Ker je do naslednjih novic daljše obdobje, bomo vsebine, ki se bodo vmes nabrale, redno objavljali na spletni strani [www.zazdravje.net](http://www.zazdravje.net). Tudi koledar dogodkov je dobro spremljati na tem naslovu, saj tam vsak mesec objavimo vsaj 50 dogodkov.

Če pa vam zmanjka dobrega branja, pobrsčajte po arhivu naših novic. Vse številke iz zadnjih treh let so vam na voljo v zavihku z imenom »PDF arhiv novic« (glejte zgornjo vrstico).



## V tokratnih novicah preberite:

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Narejeni po meri promocije            | 4  |
| Registracija – pomoč ali ovira?       | 8  |
| Ko fikcija postane zakon ...          | 10 |
| Resnice ali laži na policah s hrano?  | 13 |
| Kakšno hrano jemo po Fokušimi?        | 15 |
| Poceni, enostavno, predvsem pa zdravo | 16 |
| Mrežni marketing? Ne, hvala!          | 18 |
| Javno mnenje po naročilu              | 20 |
| Naličene zgodbe                       | 24 |
| Poletne skrbi!                        | 26 |
| Obsojeni na molk?                     | 28 |
| Koledar dogodkov                      | 30 |
| Nesramne laži v oglasih za otroke     | 32 |
| So vsi za zdravje?                    | 34 |





## Narejeni po meri promocije

Besedilo: Sanja Lončar

Podobno prepletenemu genskem zapisu se tudi v mojem življenju od samega začetka prepletata dve zgodbi.

Promocija mi je bila očitno položena v zibelko. Verjetno sem to besedo znala povedati zelo hitro po besedah »mama« in »oče«, saj sem se že s tremi leti »udeležila« prvega mednarodnega simpozija to temo na območju nekdanje Jugoslavije. Odkar pomnim sem kot otrok poslušala učene razprave veteranov promocije (včasih so jo imenovali ekonomska propaganda). Spremljale so skoraj vsa naša družinska in prijateljska kosila. Če so druge otroke peljali na sejme, da so se lahko vozili na vlakcih in jim kupili sladkorno peno, sem bila jaz na sejmiščih, še ko so se razstavniki postavljali, ko se je ocenjevalo konkurenco in na koncu prejemale nagrade za najboljše sejemске

predstavitve. Promocija se mi takrat ni zdela nič slabega, saj sem v lastni hiši vedno gledala, kako z njeno pomočjo zelo kakovostni in človeku koristni izdelki končno dobivajo svoj prostor pod soncem. Vsaj moj oče se je ukvarjal pretežno s takšnimi. Tisto, kar sem pogrešala, je bila družina, narava, doma pripravljeno kosilo in kakršna koli druga tema razen promocije.

Zato sem se precej zgodaj odpravila od doma, se preživljala tako, da sem kuhala zdravo hrano bolnim ljudem po njihovih domovih in v preostalem času delala kot novinarka. Nadaljevalo se je s prvim biovrtom, v katerem smo gojili manj znane sorte zelenjave, zato so sosedje prihajali preverjat, ali ne gojimo slučajno marihuane. Naslednji korak je bilo sodelovanje pri nastajanju prve trgovine z zdravo prehrano v nekdanji Jugoslaviji, BIOŠPAJZ, ki dobro posluje še danes. Vse to se je dogajalo pred 25 leti! Bi bilo logično, da je projekt Skupaj za zdravje nastal že takrat? Danes vem, da še ni bil čas za to.

Očitno sem morala bolj podrobno spoznati tudi drugo stran in življenje je že poskrbelo, da sem se iz idile svojega vrta, korak za korakom, znova našla sredi promocijske stroke. Ker sem verjela, da počnem pravo stvar, so bile moja radovednost, ustvarjalnost in energija zelo »iskano blago«, zato tudi uspehi niso izostali. Živela sem »v rožicah«, dokler me iz tega vrtička ni pregnal vse močnejši smrad.

## Prebujanje iz pravljice

Odpiranje trga, vojne, razpad skupne države in delo v velikih svetovnih metropolah pa so mi sliko promocije obrnili na glavo. Začelo se je tako, da so v agencijo začeli prihajati predstavniki največjih svetovnih multinacionalk, ki so zahtevali predvajanje skrajno neumnih sporočil. Na ugovore, da res ne morejo pričakovati, da bo kaj takega vplivalo na »naše« ljudi, so se le smejali in nam kazali rezultate psiholoških testov, meritev zenic in srčnega utripa testiranih gledalcev, ki so morda ob koncu testiranja res izjavljali, da jim določeni spot ni všeč, vendar pa so naslednji dan prav ta izdelek položili v svoj nakupovalni voziček. Področje raziskovanja potrošnikov me je takrat začelo zelo zanimati in pred menoj se je začela razkrivati neverjetna razsežnost možnosti manipulacije, s katerimi je razpolagala promocija že pred desetletji in dosegala svoj vpliv na ljudi.

Sledili so matematični izračuni, koliko predvajani določenega sporočila je potrebnih za kakšen nakup. In znova nisem verjela, da bodo ljudje res delali tako, kot pravijo njihove številke. Po letih opazovanja in primerjave tržnih deležev oglaševanih blagovnih znamk pa mi je postalo jasno, da

njihova matematika resnično deluje.

Na mednarodnih kongresih so nam natančno napovedali, kje se v naslednjih dveh letih pričakuje vojne, kateri izdelki bodo izginili s trga, kateri se bodo šele pojavili ter kakšne trende in »potrebe« bodo ustvarili.

## Narod po meri globalizacije

Po prihodu v Slovenijo pa sem imela priložnost opazovati, kako nacionalna kultura ne predstavlja nobene ovire za globalne interese, podpore z neomejenimi promocijskimi proračuni. Slovenci ne hranijo psov in mačk s kupljeno hrano za hišne ljubljence, smo jim dopovedovali. »Ah, ni problema, čez par let bomo to spremenili,« so mi razlagali. In naenkrat so tudi najbolj zanikrne trgovine dobile metre polic hrane za hišne ljubljence. Slovenci ne marajo nogometa, smo jim poročali in predstavili vrsto individualnih športov, ki so v Sloveniji v ospredju. »Ah, to pa res ni praktično. Kdo pa bo še sponzoriral individualne športe?« Cena na tisoče gledalcev televizijskih prenosov ni ustrežna. Zato se tudi celotni svetovni posel vrtili okrog športov, ki so za televizijo najbolj zanimivi. In naenkrat so multinacionalke začele sponzorirati razvoj slovenskega nogometa. V pomanjkanju naših so vam napovedovalci v osrednjih informativnih oddaja začeli poročati o vseh nogometnih moštvih sveta. Pa koga še to zanima, sem se spraševala. Vendar ne za dolgo. Slovenci so tudi na tem področju hitro pokleknili pred svetovnimi »trendi« in postali smo nogometni narod.

Analitiki različnih multinacionalk so se enega za drugim lotevali vseh odstopanj od globalnih trendov, ki jih je bilo pri »novih trgih« treba popraviti. Spomnim se sestankov v najbolj luksuznih svetovnih hotelih, na katerih so nam razlagali, da imamo v Sloveniji preveč toleranten odnos do potovanja in da bi bilo to nujno treba spremeniti. Pohvalili so Madžare, ki so že pred 18 leti dosegli, da se tam ljudje zaradi prepotenosti počutijo veliko bolj neprijetno kot pri nas. Pokazali so nam njihove kampanje, da se iz tega česa naučimo. Od takrat v reklamah gledamo, kako morate tudi pri alpinizmu na vrh priplezati suhi. Podobno je veljalo tudi za zobne kreme in žvečilke. Tudi tega smo po mnenju »vodij mednarodnih projektov« premalo porabili. »Vsaj šest žvečilok na dan bi morali doseči«. Kaj šele prhljaj. »Kako lahko dovolite, da ljudje mislijo, da je to nekaj običajnega?« Za njim je sledil drugi vodja, ki se je ukvarjal z zdravili. Razložil nam je, da ima velika farmacevtska družba isto zdravilo pod dvema imenoma. Eno za ciljno skupino, ki ne mara zdravil in bi raje imela občutek, da uživa bombončke, drugo pa za tiste, ki bi radi verjeli, da uživajo nekaj resnega. Pri obeh

## TEŽAVE Z MEHURJEM? NIČVEČ.



Izdelek **Brusnifem forte** vedno svetujem za preprečevanje okužb sečil in kot podporno zdravljenje pri hudih vnetjih mehurja in sečnih poti. Svetujem ga kot izdelek prvega izbora. Vsaka ženska bi morala imeti **Brusnifem forte** doma, tiste s ponavljajočimi vnetji sečil pa tudi v torbici!

Helena Istenič

Helena Istenič, dr. med., spec. gin. in por.

Zanesljiva naravna pomoč pri  
ohranjanju zdravih sečil.

Zdravi  
z naravo!

medex  
od 1954

bi morali prepričati uporabnike, da je to rešitev zanje, ki naj bi jo zaužili še pri prvem simptomu.

Moja zgodba iz prve roke se tukaj nekeje konča. Med odmorom takšnega »izobraževanja« sem na stranišču luksuznega hotela naenkrat dojela, da si že tretjič zaporedoma umivam roke. Počutila sem se umazano in izkoriščeno. Kot da bi me nekdo odčaral, sem strmela v svoj obraz v ogledalu, okrašenem z zlatim okvirjem, in se spraševala: »Sanja, kaj ti počneš v tem filmu?« Počutila sem se kot Nikita iz istoimenske serije, ki ji nekdo govori, koga je treba ubiti. Razlika je bila le v tem, da nam niso povedali imen in priimkov žrtev, pomemben je bil le njihov odstotek v celotnem prebivalstvu.

In tako sem zapustila delo v agenciji, ki je takrat pripadala eni najmočnejših svetovnih verig, in si prisegla, da tega znanja nikoli več ne bom uporabila v škodo človeka.

## Vrag je dobil mlade ...

V zadnjem desetletju, ko sem le od daleč opazovala, kaj se na tem področju dogaja, je postalo jasno, da so padle še zadnje ovire in manire v »prepričevanju potrošnikov«. Namesto subtilnega manipuliranja vam zdaj oglasi neposredno

# Kako ločiti resnice od zmot?

Različne nepopolne informacije ali celo neresnice, ki jih širijo ponudniki različnih izdelkov, razkrivamo v knjigah projekta.



**\*že ponatis!**

Če vas zanima, kako je z mlekom, s sojo, z različnimi prehranskimi dopolnili – kaj deluje, kako in v kakšni količini, ter kako lahko kalcijev in razne mineralne pripravke pripravite sami, in sicer brezplačno – vabljени k branju knjige **Resnice in zmot**

**o osteoporozi.** Knjigo lahko naročite na spletni strani [www.soncnatrgovina.com](http://www.soncnatrgovina.com).



**ZADNJI KOSI**

Če bi se radi znašli med vsemi pripravki za krepitev imunosti, razumeli delovanje probiotikov in prebiotikov ter si pri različnih boleznih pomagali brez antibiotikov, je zelo dobro poiskati še zadnje izvide knjige **Vojna ali mir z bakterijami**

(ne vemo namreč, ali jo bomo še ponatisnili). Knjiga je na voljo le še v trgovinah in knjigarnah, zato je ne morete naročiti pri nas.



**\*že ponatis!**

Težave z razbohoteno kandido ne izgubljajo na pomenu. Kako ugotoviti, ali je imate res preveč, kako se znajti med pogosto nasprotujočimi si nasveti, ali bioresonanca pomaga, kakšna dieta je pokazala največ uspehov itd. Vse to so

teme, s katerimi se ukvarjamo v knjigi **Resnice in zmot o kandidu**, ki je ponatisnjena že šestič. Knjigo lahko naročite na [www.kandida.si](http://www.kandida.si)

grozijo, kaj se vam bo zgodilo, če ne uporabite njihovega izdelka. Žalijo vas, da niste dobra mati ali da vas nobeno dekle ne bo pogledalo, če ne boste storili tistega, kar od vas želijo. Da ne marate svojega otroka, če ne boste znižali lastnega holesterola, in da daje mehčalec perila bolj nežen objem od vašega poljuba za lahko noč. Tudi nersramne obljube brez pokritja postajajo stalnica, ki je nihče ne sankcionira. Multinacionalke so v takšni meri obvladale svet, da lahko danes javno kritizirate vse predsednike in verske vodje, le v blagovne znamke ne posegajte, saj boste čez noč ostali brez vsega.

Velikokrat so ljudje z moralno držo v naših državnih ustanovah v smernicah zapisali, da nekatere pijače in slaščice za otroke niso primerne. Ni minilo nekaj dni, pa so imeli na vratih delegacijo odvetnikov navedenih blagovnih znamk, ki so državi grozile s tožbo, če takšnega mnenja ne bodo takoj preklicali.

Poskusite se na olimpijskih igrah ali velikih prvenstvih pojaviti na stadionu v majici z logotipom podjetja, ki ne sponzorira tega dogodka. Zahtevali bodo, da jo slečete, saj s tem promovirate konkurenta, ki ni plačal promocije. Iz enakega razloga vam bodo iz prtljage vzeli pijačo blagovnih znamk, ki niso sponzorji. Torej so si podjetja z zakupljenimi sponzorskimi pravicami prilastila tudi pravico odločanja o tem, kaj boste jedli, pili in oblekli, če boste želeli priti na dogodek. Oglaševalska stroka to podpira, saj »je treba preprečevati« nepoštene oblike promocije konkurence. To podpirata tudi policija in sodstvo, ki večje skupine, za katere sumijo, da promovirajo kakšno drugo blagovno znamko, celo aretirajo in kaznujejo, kar je na velikih dogodkih postala stalna praksa.

## Kar je dovoljeno bogovom ...

Motite se, če mislite, da so pravila za vse enaka. Centralizacija oblasti je omogočila, da so se lobiji velikih podjetij sistematično lotili tudi vpliva na zakonodajo. Tako so si izposlovali kriterije za »znanstveno resnico« po svoji meji in si omogočili, da nam lahko le oni skozi reklamna sporočila nenehno ponavljajo svoje »znanstveno potrjene resnice«. Če ste manjše podjetje, ki nima v svoji lasti tudi raziskovalnih centrov in ne »hranite« na tisoče znanstvenikov, potem boste zelo težko prišli do dokazov, ki bi izpolnili njihove kriterije.

Takšni lobiji na podoben način določajo, kaj bo in kaj ne bo pisalo na deklaracijah izdelkov, kakšni prospekti bodo sprejemljivi in kateri ne ter kakšne oblike promocije se bodo izvajale. Z vsakim dnem življenje »majhnih« postaja vse bolj težavno in komuniciranje prednosti njihovih izdelkov vse bolj

omejeno. Inšpekcijske službe, laboratoriji in razni uradi pa tudi nevede le služijo utrjevanju takšnega »novega poredka«.

## Glas zamolčanih ...

Če ima Goljat pod seboj vse tiskovne agencije, skoraj vse medije, nepredstaviteljive proračune, vpliv na filmsko in glasbeno produkcijo, vpliv na prodajnem mestu ter celo vpliv na zakonodajo, kakšne sploh ima David možnosti v tej igri?

Kljub temu, da so me statistike »produktivnih vodij« tolikokrat demantirale, še vedno naivno verjamem, da ima resnica, četudi jo slišite le enkrat, moč preglasiti laži, ki so vam jih že tisočkrat ponovili. Seveda če vas ni strah resnice.

Poslanstvo našega projekta je že od samega začetka iskati naravne rešitve in tistim, ki to želijo, pomagati z bolj celostnimi informacijami. Nikogar ne prepričujemo. Vemo, da potrošniški družbi ne bo zmanjkalo pridnih uporabnikov. Vzgajajo jih že od vrtca. Menimo le, da imajo tisti, ki želijo bolj celostno sliko, pravico do tega. Ne rečem, da je v tem močno zmanipuliranem svetu do resnice vedno možno priti. Ob vsakem odgovoru na vprašanja, ki jih zastavljamo, se tudi nam porajajo nova vprašanja. Veliko jih prihaja tudi z vaše strani in nas spodbujajo, da kopljemo še globlje. Kar izvedemo, vam povemo. Včasih je možno priti do zelo zanesljivih podatkov, včasih se zanašamo na pričevanja ljudi, za katere menimo, da so kredibilni viri, včasih le delimo z vami naša glasna razmišljanja. Toda to počnemo po lastni vesti in z vso odgovornostjo, ki iz tega izhaja.

## Tudi vi imate oglase!

Pogosto slišimo ta komentar – pa saj imate tudi vi oglase, torej niste neodvisni. Količina oglasnega prostora in neodvisnost nista nujno povezani. Poglejte dokumente mnogih uradnih ustanov, društev, združenj, strokovnih organizacij. V njih ni oglasov, pa je še kako jasno, v čigavem interesu so napisani. Ko smo se odločali, ali bomo sredstva za delovanje tega projekta iskali v raznih državnih ustanovah, mednarodnih fundacijah in evropskih sredstvih, smo ugotovili, da ta denar še zdaleč ni »brezplačen« in bi mnogi načini delovanja nekatereh fundacij bolj »pritiskali« na našo kredibilnost kot odločitve, da jasno in transparentno povabimo k sodelovanju tiste, ki jih želimo videti kot partnerje.

Smo edini medij, ki zelo omejuje oglaševanje. Sprejemamo le oglase prehranskih izdelkov z eko certifikati, certificirane naravne kozmetike, certificiranih naravnih oblačil, certificirana naravna čistila ter registrirana zdravila naravnega izvora.

Ker je področje prehranskih dopolnil zelo netransparentno, se odločamo od izdelka do izdelka, odvisno od sestave, koristnosti in mehanizma delovanja posameznih izdelkov. Enako velja tudi za druga področja, ki do zdaj niso bila transparentno urejena.

Posledica tega je, da smo do zdaj več oglasov zavrnili kot sprejeli. Vemo, da nas mnogi zaradi tega ne marajo, in tudi opažamo, da pospešeno nastajajo mediji, ki bodo ustregli tudi takšnim. To nas ne moti in tega denarja ne pogrešamo. Člankov ne pišemo zato, ker bi nekdo hotel kaj oglaševati, temveč sami povabimo k sodelovanju tiste, za katere menimo, da imajo najboljše produkte s področja, ki se ga lotevamo. Želimo, tako kot vi, da bi dobri izdelki obstali, saj brez tega ne bi več imeli možnosti izbire. Želimo vedeti, kako jih je treba uporabiti in pri kakšnih težavah jih lahko uporabimo. In če mi stotine ljudi pove, koliko jim je pomagal Atrogel, če mi toliko mamic pove, kako so pomagale svojim dojenčkom, ko so zamenjale kozmetiko in odkrile Weledo, koliko ljudi je opustilo »pumpice«, ko so odkrili blagodejnost eteričnih olj in aromaterapije, koliko vnetij mehurja so ljudje do zdaj v hipu odpravili z dr. Steinbergerjevimi ali Eden sokom brusnic, ali pa s kapsulami Brusnifem forte, potem mirno spim, ko to povem naprej.

 **Sanolabor**  
*Ko gre za zdravje!*

**Zakaj bi iskali drugje, ko pa v specializiranih prodajalnah Sanolabor dobite vse, kar potrebujete za ohranjanje zdravja in kakovostno oskrbo različnih težav?**

S široko ponudbo diagnostičnih in terapevtskih pripomočkov vam omogočamo, da sami spremljate in nadzirate svoje zdravje.

Pester program naravnih zdravil in prehranskih dopolnil vas bo po varni in naravni poti vrnil v ravnovesje.

Za dobro spanje poskrbite z vrhunskimi vzglavniki, za brezskrbno gibanje pa vam ponujamo široko paleto ortopedske obutve in pripomočkov.

Smo tudi največji ponudnik naravne kozmetike različnih certificiranih proizvajalcev.

**Končno tudi v Kranju!**  
Obiščite našo novo prodajalno  
na Bleiweisovi 30 (poleg Eurospina).  
Vse informacije na: 04 252 11 34.

Viljudno vabljeni v naše prodajalne po vsej Sloveniji.  
Seznam prodajaln z naslovi in telefoni poiščite na  
[www.sanolabor.si](http://www.sanolabor.si)



*Alfred Vogel (1902-1996), eden najpomembnejših pionirjev naravnega zdravljenja v 20. stoletju*

Številni naturopati v preteklosti svojih izkušenj o uspešnih naravnih terapijah niso zadržali zase, temveč so jih na vsakem koraku delili z ljudmi. Učili so jih, kako poiskati naravne rešitve za različna bolezenska stanja in kako pripraviti dobra naravna zdravila. S časom so s pomočjo teh znanj nastala sodobna zdravila rastlinskega izvora, med katerimi se nekatera ponašajo z najboljšo možno kakovostjo. Ta so lahko tudi prestala stroge pogoje registracije in dobila uradno dovoljenje za promet z zdravilom. Registracija naj bi olajšala možnost komunikacije z uporabniki ... Vendar ni vedno tako. O prednostih registracije smo v naših novicah že veliko pisali. Naravnih zdravil, ki lahko predložijo vse dokaze o svoji učinkovitosti, neškodljivosti in stabilnosti, ni veliko. Tudi postopek registracije za takšna kompleksna zdravila, ki vsebujejo izvlečke rastlin z veliko učinkovinami, je včasih precej bolj zapleten kot registracija sinteznih snovi, ki so v večini primerov monokomponentne. Nagrada za takšen napor in stroške je ta, da lahko ponudnik registriranega zdravila v javnosti sporoči, katere težave lahko njegovo zdravilo odpravlja. To NAJ bi mu olajšalo komunikacijo z uporabnikom. "

## Registracija – pomoč ali ovira?

Besedilo: Adriana Dolinar

Skozi vsa leta delovanja svetovalnega kotička našega projekta dobivamo vprašanja, iz katerih je razvidno, da včasih prav registracija ponudniku ustvari tudi vrsto težav v komunikaciji, ki jih neregistrirani izdelki nimajo. Morda zveni nepričakovano, vendar je tako. Zato smo se odločili v tej številki obdelati prav nekaj takšnih primerov.

Zelo pogosto dobivamo vprašanja, povezana s starostnimi omejitvami pri uporabi.

***Na registriranem zdravilu, ki izboljšuje odpornost, je navedeno, da ga ne smejo jemati otroci, mlajši od 4 let. Zakaj je tako? Je to zdravilo za otroke nevarno? Obstajajo namreč neregistrirani izdelki s podobno sestavo, ki so namenjeni tudi najmlajšim.***

Razlog za starostno omejitev pogosto ni varnostni pomislek, temveč je posledica pomanjkanje sodobnih kliničnih raziskav pri mlajših otrocih. Smatra se, da zato učinkovitost ni bila nedvoumno dokazana, izkušnje iz preteklosti pa dandanes pri registraciji niso zadostne. Včasih je bilo dopustno, da so bile študije izvedene zgolj na odraslih, podatki pa so se smiselno prenesli na uporabo pri otrocih. Danes to ni več sprejemljivo, temveč je zahtevano, da proizvajalec izvede ločene klinične študije na ustrezno velikem prebivalstvu otrok. Pri tem sta dve oviri: ena je finančna, saj so take študije zelo drage, zato jih proizvajalci ne morejo izvesti veliko v kratkem času, temveč pri tem napredujejo počasi. Druga ovira pa so etični pomisleki. Etične komisije, ki morajo odobriti vsako klinično študijo, so precej konservativne, ko gre za odobritev študij na otrocih.

Varnost je v tem konkretnem primeru vprašljiva le pri zelo majhnih otrocih, pri katerih se imunski sistem še intenzivno razvija in zato nanj ni pametno vplivati z zdravili. Pomembno je namreč vedeti, da se otrokov imunski sistem v začetnih letih intenzivno »učič«, otrok preboleva t. i. otroške bolezni, ki se pozneje ob ponovni okužbi ne razvijejo v tipične znake/simptome. Varnost in smiselnost uporabe zdravila, ki vpliva neposredno na imunski sistem, je zato treba dobro raziskati v skladu s sodobnimi smernicami.

Kako potem nekateri na trgu ponujajo takšne sirupe, se lahko vprašate. Odgovor je preprost: gre za izdelke, ki niso registrirani kot zdravila, temveč imajo status prehranskega dopolnila. Ker pri



tovrstnih izdelkih ni treba navajati opozoril, kakršna morajo imeti zdravila, ljudje enostavno mislijo, da je vse v redu. Toda ni nujno tako. Dobro je tudi vedeti, da za nadzor prehranskih dopolnil Agencija za zdravila ni pristojna.

***Zakaj naravnih zdravil ne smem jemati brez posveta z zdravnikom ali s farmacevtom, če sem noseča ali dojim? Ali to pomeni, da to naravno zdravilo škodi otroku?***

Opozorilo glede uporabe med nosečnostjo in dojenjem je treba navesti v navodilu za uporabo vsakega zdravila, tako rastlinskega kot sinteznega, če proizvajalec z njim ni opravil študije, ki bi se osredotočala na uporabo med nosečnostjo in dojenjem. Pri tem pa veljajo enake (če ne še hujše) omejitve, kot navedeno zgoraj pri otrocih. Poleg izdatnih finančnih obremenitev so tukaj še težji etični pomisleki. Žal pa v večini primerov tudi zdravnik ali farmacevt ne bosta vedela več kot mi, vendar bosta morda lažje presodila o uporabi (odvisno od tega, v katerem mesecu nosečnosti je ženska, koliko je star otrok, ki ga mati doji, ali mati, na primer, že jemlje antibiotike in je zato manj pomembno, če jemlje še druga zdravila itd.). Ko zdravnik odloča o dopustnosti uporabe, mora vedno vzeti v obzir razmerje med koristjo in tveganjem. Če je pričakovana korist zdravljenja majhna, bo verjetno presodil, da ni vredno tvegati. Če pa nosečnica s težavo prenaša določeno bolezen (zaradi česar verjetno tudi njeno splošno stanje v telesu ne vpliva najbolje na plod), pa je bolje sprejeti določeno stopnjo tveganja in bolezen zdraviti/lajšati z naravnimi zdravili, kot, denimo, z antibiotikom ali s kakšnim bolj agresivnim zdravilom.

***Ali zdravila z arniko ne smem uporabljati ob venškem popuščenju? V navodilu za uporabo namreč ni navedeno, da je zdravilo namenjeno tej bolezni, je pa to tradicionalno poznano. Ali lahko tako zdravilo uporabijo tudi otroci?***

Kljub temu, da je poznana tradicionalna uporaba določenega zdravila, se lahko zgodi, da ta indikacija (dokazano področje uporabe) ni navedena v navodilu za uporabo. Med indikacije je namreč dovoljeno pisati samo tiste bolezni, ki so bile v dovolj visokem številu zajete v sodobnih kliničnih študijah. Na primer: če izvedemo študijo z določenim zdravilom, v katero vključimo 200 bolnikov in v njej dokažemo koristi za določeno bolezen, je to dovolj trden podatek. Če se je v isti študiji sočasno le pri 30 ljudeh pojavljala druga bolezen in je zdravilo ugodno vplivalo tudi nanjo, bo to verjetno premalo, da bi zdravilo pripisali še to indikacijo. To pomeni, da bi bilo treba za potrditev uradne indikacije na zdravilo opraviti študije na zadostnem številu oseb, ki imajo prav to težavo.

Enako velja za uporabo pri otrocih. Kljub temu, da se zdravila z arniko tradicionalno uporabljajo tudi pri otrocih v primeru zvinov, podplutb, udarcev ali vnetih mišic, tega za otroke proizvajalec ne sme zapisati, če ni izvedel študije posebej na tej ciljni skupini.

Včasih pa določenega izdelka nima smisla registrirati kot zdravilo, saj je namenjen izključno dopolnjevanju prehrane in ima zato lahko povsem upravičeno status prehranskega dopolnila. Žal je potrošnik tudi v teh primerih pogosto postavljen pred težko izbiro, in sicer katero prehransko dopolnilo je najustreznejše. Zakonodajca namreč ne ločuje med bolj in manj kakovostnimi prehranskimi dopolnili.

***Na prehranskem dopolnilu, ki v eni tableti vsebuje, na primer, 80 mg naravnega vitamina C, piše, da je primerno za odrasle in otroke, starejše od 14 let. Ali to pomeni, da je naravni vitamin C, ki ga pripravek vsebuje, škodljiv za otroke, mlajše od 14 let? Oziroma zakaj ga ne smejo uživati mlajši otroci?***

Razlog je ponovno v zakonodaji in ne v škodljivosti pripravka. Obstaja pravilnik, ki določa mejo med prehranskim dopolnilom in zdravilom (Pravilnik o razvrstitvi vitaminskih in mineralnih izdelkov za peroralno uporabo, ki so v farmacevtskih oblikah, med zdravila). Ta predpisuje količino vitaminov na dan v odvisnosti od starosti uporabnika. Za vitamin C so omejitve takšne: od 6 mesecev do 1 leta 35 mg, od 1 do 3 let 40 mg, od 4 do 10 let 45 mg, od 11 do 14 let 50 mg in nad 14 let 180 mg. V tem primeru ena tableta vsebuje 80 mg vitamina C; ker nima razdelilne zarez, je ni mogoče razdeliti na enakomerni polovici, zato jo lahko zaužijemo samo eno celo. 80 mg vitamina C, ki ga s tem zaužijemo, pa naj bi bilo glede na navedeni pravilnik dopustno zgolj za otroke, starejše od 14 let.

Če kljub vsemu menite, da ste sposobni tableto enakomerno razpoloviti, jo lahko uživajo tudi otroci od 1 leta dalje (polovico na dan). Vendar proizvajalec tega ne more priporočati, če tableta nima razdelilne zarez.

Na številnih drugih pripravkih, kjer z gotovostjo ne veste niti tega, ali so vitamini res naravni, pogosto ne zasledimo nobenih tovrstnih omejitev. Zato uporabniki pogosto zmotno menijo, da so takšni pripravki bolj primerni za otroke.

Ker sodi vitamin C med vitamine, ki se ne nalagajo v telesu, uživanje večjih količin, zlasti če so naravnega izvora, in praksi ne predstavlja težave. Za primerjavo: že ena limona, iz katere pripravimo limonado, naj bi zadostila dnevni potrebi po vitaminu C. Ali to pomeni, da dveh limonad na dan ne smemo zaužiti?



## Ko fikcija postane zakon ...

Besedilo: Sanja Lončar

Že v času druge svetovne vojne so se znanstveniki začeli ukvarjati z vprašanjem, koliko vitaminov in rudnin naše telo potrebuje za svoje normalno delovanje. Tako so nastajale in se, v skladu z novimi spoznanji, spreminjale RDA oz. RDI vrednosti (Recommended Dailu Allowance /Intake) vitaminov in rudnin.

Metodologij za tovrstne meritve je nešteto in v znanstvenih krogih nenehno potekajo razprave, katera bo prava, glede na tako različne rezultate, ki jih različne meritve pokažejo. Tako kot na vseh drugih področjih so »uzakonjene« tiste vrednosti, za katere industrija in lobiji, ki za to skrbijo, najbolj pritiskajo. In prav nič ni pomembno, da bi druge metode pokazale drugačne rezultate, da ni vseeno, ali opazujemo resorbcijo sintezno pridobljenih ali naravnih snovi, da tisto, kar se izkaže za resnico v laboratoriju, ne velja nujno tudi v življenju ... ZDA so sprejele določene vrednosti, ki jih skozi različne svetovne organizacije, med katerimi je tudi Codex

Alimentarius, zdaj uzakonjajo tudi v drugih državah. Dejstvo je, da vsaj polovica sveta v svoji dnevni prehrani ne uživa odmerkov, ki jih določa RDA. Eni so dober zgled, da presežki določenih snovi ne povzročajo nobenih posledic, drugi pa s svojim življenjem in zdravjem dokazujejo, da lahko preživimo tudi brez marsikatere snovi, ki so jih znanstveniki imenovali esencialne

oziroma življenjsko potrebne. Morda je skrivnosti v tem, da jih dejansko ne potrebujemo vsi v enaki meri, ali pa gre za to, da ima telo svoje »skrivne moči«, da iz ene snovi dela drugo, kljub temu da znanstveniki vztrajajo pri tem, da so vitamini in rudnine esencialni in jih ne moremo proizvesti sami. Karkoli je res, eni in drugi so dokaz, da stoji naša znanost na majavih nogah in se nam bo verjetno čez deset let zdela smešna.

»Pa pustimo znanstvenike na strani,« sem si dolgo časa mislila. Tudi oni morajo od nečesa živeti in če jih za to še nekdo plačuje, naj živijo lepo in srečno skupaj v tej svoji pravljici. Potem je pravljica korak za korakom postala ZAKON, tisti, ki v to pravljico nočejo verjeti, pa so sankcionirani. V zadnjih nekaj letih to opažam, vsakič ko se odpravim po nakupih.

Ker zelo natančno berem deklaracije izdelkov, sem lansko leto postala pozorna na dialog med kupcem in prodajalko v trgovini, v kateri redno kupujem.

»Gospa, rad bi tisti drugi Tarteksov pivski kvas v tabletah,« prosi kupec. • »Gospod, to je ta, ni drugega,« mu odgovori prodajalka. • »Ne, gospa, ta ima le en vitamin B, žena pa hoče tistega, ki vsebuje tudi B2 in B6,« vztraja kupec. • »Pa to je ta,« se vmešam in pogledam na ovojnino. Toda začudena ugotovim, da se je deklaracija spremenila. Popis vseh vitaminov B, ki je bil na njej še do včeraj, je izginil. Preverim še doma, na stari embalaži in preberem: Vsebnost vitaminov v 100g. Vitamin B1 20mg Vitamin B2 5mg Vitamin B6 4mg Vitamin B12 Yg Pantotenska

kislina 8mg Niacin 45 mg Biotin 0,1mg Folna kislina 2g. Pokličem uvoznika in razložijo mi, da se sestava izdelka ni prav nič spremenila, vendar pa po novih predpisih ne smejo navajati tistih vitaminov, ki v priporočenem dnevnem odmerku ne dosežajo 30 % RDA. Če bi dnevni odmerek povišali, pa bi tisti vitamin B, ki ga je največ, presegel dovoljeno dnevno mejo in bi morali izdelek registrirati kot zdravilo. Torej tako priporočila postanejo zakonodaja.

Eden za drugim se je v zadnjih dveh letih enak proces zgodil neštetim izdelkom.

Ker doma hranim precej starih različic embalaže, občasno primerjam, kaj vse je moralo biti izbrisano. Tako ste prej na škatlici alg Chlorella lahko prebrali da 100g tabletk vsebuje 1800-4800mg klorofila, 12000-28000mg klorelinega izvlečka, vitamine A, B1, B2, B6, C in E ter minerale kalcij, kalij, magnezij in železo (1800-4800mg). Danes lahko preberete le standardno tabelico, koliko je v njej maščob, ogljikovih hidratov, beljakovin in kalorij. Inšpektorji so uvozniku celo prepovedali, da bi na izdelku zapisal, da je Chlorella bogat vir klorofila. Dobro je, da niso zahtevali še spremembe imena alge, saj lahko ocenijo da se tudi v imenu Chlorella skriva nedovoljeno oglaševanje klorofila.

Preverila sem in ugotovila, da so podobne obiske inšpektorjev in napotke, česa vse ne smejo zapisati na ovojnino, doživeli tudi ostali ponudniki tovrstnih izdelkov. Tako kljub laboratorijskim analizam, da, na primer, Bio Chlorella (Ekolife) vsebuje 10 različnih vitaminov, 9 aminokislin ter 7 mineralov, smejo na deklaracijo napisati le, da vsebuje vitamin B12 ter železo. Ostalih 24 mikroelementov Ekolife ne sme napisati ne na izdelku ne na prospektih, četudi je to za vegetarijance zelo pomemben podatek..

Ko sem inšpektorje prosila za pojasnilo, so mi prijazno razložili, da oni le skrbijo, da ponudniki ne zavajajo potrošnike z navajanjem vsebine, ki ni relevantna in v telesu ne bo imela nobenega učinka. Torej so prepričani, da vrednosti RDA odražajo resnično stanje in verjetno mirno spijo v prepričanju, da so si svojo plačo prislužili s tem, da služijo resnici in obvarujejo potrošnike pred škodo.

Pričevanja ljudi, ki takšne »zanemarljive količine« naravnih vitaminov uživajo, pa so živi dokaz, da ima telo drugačna merila, kaj in koliko česa potrebuje. Dober primer za to je kalcij.

Danes vemo, da lahko telo resorbira le od uboga 2 % do največ 10 % sinteznih oblik kalcija. Torej boste od 800 mg tablete sinteznega kalcijevega karbonata v telesu izkoristili le od 16-80 mg. Zato bi bilo pravilno zapisati, da je dnevni odmerek 80



**Brez sladkorja**  
**Brez glutena**  
**Brezmlečna**  
**Polnovredna žita**  
enostavna priprava - brez kuhanja  
**Lahko prebavljivo**

Kje kupiti: [www.biovan.si](http://www.biovan.si)

mg absorbiranega kalcija. Kljub temu je kot dnevna količina v RDA tablicah navedeno 800mg, kar je podatek, ki vsebuje tudi tistih od 90 do 98 % neuporabnega balasta. Ponudniku, ki bi ponudil popolnoma naravni pripravek (npr. kalcij iz kopriv) v količini 80 mg, zato ne bodo dovolili, da navede, da izdelek sploh vsebuje kalcij, saj ne doseže 1/3 priporočenega dnevnega odmerka. Ne morete verjeti, da je to res? Pa je. In na enak način deluje določanje vseh ostalih mineralov in rudnin.



YaeYama's  
The Nutritious Superstar-Green Algae Foodstuff  
**Chlorella**  
"Midori-no-sachi"  
クロレラ 緑の幸

**Naravna rešitev pri razstrupljanju, razkisanju in regeneraciji telesa.**

- naravna vzgoja
- hladni postopek pridelave
- preverjena kakovost

**Uvoznik in distributer**  
JANCOMM d.o.o. Tržič, Retnje 54, 4294 Krize  
T: 04 59 57 033, 04 59 57 033  
e-mail: [info@jancomm.si](mailto:info@jancomm.si)  
[www.jancomm.si](http://www.jancomm.si)

## Skrita matematika

Ne morem ubežati občutku, da tam nekje sedijo strokovnjaki, ki preverjajo, kakšno je naravno razmerje med elementi v naravnih pripravkih in nato »pravila« prikojijo tako, da narava nikakor ne more izpolniti zastavljenih kriterijev znanosti. Tako smo bili priča jo-jo igre z goji jagodami, ki je trajala nekaj let. Najprej so jih prepovedali, nato so jih dovolili, potem spet prepovedali, zdaj pa smo spet v fazi, ko so dovoljene. Težava s temi sadeži (velja pa za vsa superživila) je, da vsebujejo zelo dolg seznam koristnih snovi. In na tako dolgem seznamu je nečesa vedno hitro preveč, drugega pa premalo, če menimo, da narava deluje tako, kot opisujejo znanstveniki. Ker imajo goji jagode zelo veliko antioksidantov in vitamina C, so morali najvišji dnevni odmerek temu prilagoditi. Če pa jih boste uživali v tako majhnih odmerkih, pa ne morete pričakovati, da boste deležni vseh morebitnih koristi, ki jih lahko ima ta sadež za vaše zdravje.

Kričeči primer so določila, koliko vitaminov mora vsebovati otroška hrana. Nekaj časa so veljala takšna pravila, da so ponudniki eko izdelkov dosegali zastavljene vrednosti, tisti s konvencionalno vsebino pa so morali izdelkom dodajati vitamine. Potrošniki so začeli vse bolj posegati po eko izdelkih, zato so »poklicali na pomoč znanost«, da je popravila podatke. Nato je sledilo obdobje, v katerem so imeli, po mnenju znanstvenikov, tudi eko izdelki manj vitaminov, kot jih dojenčki potrebujejo, in so se skozi »šivankino luknjico« kot zadostni izkazali le Demeter izdelki. Toda tudi to ni bilo zadovoljivo, saj je kazalo na merljivo razliko v kakovosti naravnega in konvencionalno vzgojenega. Zato so vrednosti doživele še eno spremembo – za blagor naših otrok je bilo določeno, da potrebujejo še večjo količino vitaminov, takšno, kot je v naravnih izdelkih sploh ni mogoče najti. Zato

morajo vsi, ki želijo proizvajati hrano za otroke, svoje izdelke dodatno vitaminizirati. Zagovorniki naravne prehrane menijo, da je vsaka oblika vitaminiziranja poseganje v naravno strukturo in jo imajo za škodljivo. Vendar zakonodaja ukinja možnost vaše izbire. Kdor izdelkov ne bo vitaminiziral, jih ne bo mogel prodajati kot izdelke, namenjene dojenčkom, in konec. Pobuda Eliant že leta zbira podpise in poskuša ustaviti izvajanje tega zakona. Trenutno stanje je takšno, da inšpektorji »tolerirajo« kršitve zakona in zaenkrat ne umikajo hrane, kot sta Holle ter Sunval, s polic. Toda do kdaj bodo tako prijazni? Dokler odstotek tistih, ki sploh veste za to hrano, ne bo dovolj velik, da bi ogrožal interese velikih blagovnih znamk? Očitno je vse le matematika in upravljanje dobičkov.

Podobno velja tudi na področju kozmetike, o čemur bomo v tej številki še pisali. Različni pravilniki, izvedbeni akti, aneksi in pojasnila pa jasno nakazujejo, v katero smer se vse premika. Tisti, ki okrog pošiljajo peticije na temo, da bo dne xx stopil v veljavo Codex ali kakšna druga zakonodajna rešitev, ki bo prepovedala vse, kar je naravno, očitno ne vedo, kako sistem deluje. Ustvarjalci tega sistema zelo dobro vedo, da žabe ne moreš spraviti v krop. Lahko pa jo skuhaš, če jo daš v mrzlo vodo, ki jo nato postopoma segrevaš. In prav to počnejo. Zato tudi ne obstaja »Dan D«, ko bo stopila v veljavo kakšna grozna zakonodaja. Ne, vsak dan se nekje na svetu zgodi le en majhen premik, v kakšnem pravilniku, meja dovoljenega pesticida se dvigne za 0,2 %, potrebna količina vitamina C se spusti ravno toliko, da še ena limona postane »nevarno na meji«, kumaram pa se določi, koliko morajo biti ravne in podobno. Zavedajo se, da zaradi vejice gor ali dol nihče ne bo šel na cesto. Zato počakajo, da se temperatura v loncu dvigne za kakšno stopinjo in da se žabe nanjo navadijo, nato pa pridno kuhajo naprej.

Večina naravnih izdelkov je danes stisnjena v kot v tej igri med dvema ognjema. Če vam priporočijo večji odmerek, tvegajo, da bo vsaj enega elementa v tem priporočilu preveč. Če pa vam priporočijo matematično varen odmerek, boste kmalu ugotovili, da od tega ni učinka. In prav to je namen celotne igre – izriniti iz igre naravne izdelke in vas prepričati, da bodo znanstveniki eno kapsulo napolnili z natančno določenim odmerkom vseh vitaminov in rudnin, ki jih potrebujete v enem dnevu. Na vas je le, da zaupate tej pravljici in ta izdelek kupite.

Vir: *Dietary reference intakes, Food and Nutrition Boars Institute of Medicine, National Academy Press, Washington, D.C., 1997-2004.*



**100% NARAVNI PREHRANSKI DODATKI**

**BIO CHLORELLA, BIO ČEMAŽEVA in BIO KORIANĐROVA TINKTURA**  
Za razstrupljanje od težkih kovin (1., 2. in 3. stopnja razstrupljanja).  
Primerno tudi med nosečnostjo in dojenjem.

**CITROPLUS 800**  
Naravni vitamin C iz grenivkinih pečk z bioflavonoidi.

**BIO SPIRULINA**  
Kompleksen vir naravnih vitaminov, mineralov in mikroelementov.

Zastopa in prodaja:  
EKO LIFE, Turja Potok s.p.,  
Prilazec 36, 1361 Brezovica,  
041 370 814, info@ekolife.si

**www.EKO LIFE.si**  
Moj zdrav življenja



© mangostock - Fotolia.com

## Resnice ali laži na policah s hrano?

Besedilo: Nadja Bačac

»Klinično dokazana učinkovitost«, »topi maščobe«, »ohranja mladost«, »znanstveno odkritje ... medicinski čudež«, »pomaga vašemu telesu proti stresu«, »se uporablja v tradicionalnem zdravilstvu«, »preprečuje obolenje za rakom«, »Izgubite 15 kilogramov v samo 30 dneh!« ...

Ste se pravkar vprašali, ali niste morebiti tudi vi že kdaj »nasedli« takim trditvam na izdelku, oglasu na televiziji pa je sledil nakup? V bistvu niste mogli vedeti, ali za neko trditvijo stoji resnica: »uravnava prebavo« ali laž: »uravnava prebavo«. Sliši se enako, mar ne? Kaj je torej res?

Ker živimo v svetu, kjer smo najprej poteptali vse moralne norme in bi zdaj radi vse uredili z zakoni, se enako dogaja tudi na tem področju. Tako se je Evropska komisija, skupaj z Evropsko agencijo za varnost hrane (EFSA), odločila narediti red na tržišču živil v EU ter natančno določiti vse zdravstvene in prehranske trditve, ki se lahko uporabijo.

Ne prehranske ne zdravstvene trditve za proizvajalca niso obvezne, so pa lahko njegova konkurenčna prednost. Na vprašanje: »Kaj jem?« nam da odgovor prehranska trditev (PT). Na vprašanje: »Kaj naredi v telesu?« pa zdravstvena trditev (ZT).

PT daje informacijo o živilu, kot so »visoka vsebnost vlaknin«, »brez sladkorja«, »nizka vsebnost maščob« ipd. Natančno formulacijo in pogoje določa priloga uredbe! Bodite pozorni, kadar piše »vir vitamina A«, kajti to ne pomeni enako kot »visoka vsebnost vitamina A«. Za prvo trditev je potrebna vsaj znatna količina vitamina A v živilu ali prehranskem dopolnilu, za drugo pa mora obstajati najmanj dvakratna vrednost vitamina A (6 g na 100 g). Najdejo se tudi zavajajoče trditve, kot je tale, kot pojasnjuje EFSA: »90-odstotno brez maščob.« To pomeni, da izdelek v resnici vsebuje 10 % maščob, kar pa je še vedno veliko.

Za ZT je stvar bolj zahtevna. EFSI so morali proizvajalci podati in oceno svoje predloge ZT, skupaj z znanstvenimi dokazi, ki to utemeljujejo. Zanimivo je, da pri tem ni pomembno, katera institucija opravi raziskavo, lahko jo tudi podjetje, ki proizvaja izdelek, kar daje veliko prednost podjetjem, ki že imajo v svoji lasti raziskovalne ustanove, ki lahko zanje izdajajo takšna dokazna gradiva. EFSA naj bi ocenila ustreznost in znanstveno utemeljenost raziskave od primera do primera, pozorna pa naj bi bila predvsem na verodostojnost študije (število obravnavanih oseb v študiji, verodostojnost izbrane metode in rezultati).

Če gre za trditve o zmanjšanju tveganja za razvoj bolezni ali trditve glede otrokovega zdravja in razvoja, to ureja 14. člen in proizvajalec te trditve ne sme uporabljati, dokler mu tega ne odobri Komisija. Funkcionalne trditve, ki jih določa 13. člen, pa lahko proizvajalec uporablja tudi že prej.

| Kako mi koristi?                                    |   |   |
|---|---|---|
| Kaj naredi v telesu?                                |   |   |
| Zdravstvene trditve (ZT)                            |   |   |
| Funkcionalne trditve                                |   | Trditve o zmanjšanju tveganja za nastanek bolezni + Trditve glede otrokovega zdravja in razvoja |
| Temeljijo na splošno sprejetih znanstvenih podatkih | Temeljijo na novo odkritih znanstvenih podatkih |   |
| Člen 13.1   | Člen 13.5                                       | Člen 14   |

Slika: Pregled zdravstvenih (ZT) trditve iz evropske Uredbe 1924/2006.

Na primer za izdelka Becel® («odličen za zniževanje ravnih holesterola v krvi») in Danacol® («občutno zmanjša raven holesterola po treh tednih uživanja»), ki sta pri nas precej oglaševana, je Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (MKGP) potrdilo, da uporabljata zdravstveno trditve, ki jo je EFSA ocenila pozitivno, Komisija pa odobrila. Gre za odobritev po 14. členu, ki je vezana na rastlinske sterole, ki nižajo holesterol in zmanjšajo tveganje za srčne bolezni.

V javnem evropskem Registru ZT smo nato pobrskali za ocenami EFSE. Zanimalo nas je, kako je z vodilnimi probiotičnimi znamkami. Za fermentirano mleko s probiotično bakterijo *Lactobacillus casei*, Actimel®, je francoski proizvajalec Danone vložil vloge kar za 3 ZT, dve po 13.

členu («pomaga krepiti naravno odpornost»; »prispeva k/

vzdržuje črevesno obrambno funkcijo») in eno po 14.

členu («zmanjšuje toksine *Clostridium difficile* v črevesju pacientov, ki prejemajo antibiotik, in s tem zmanjšuje tveganje za akutno drisko»). Prvi dve vlogi je aprila 2009 oziroma aprila 2010 Danone umaknil kar sam, za zadnjo je junija 2011 prejel negativno mnenje EFSE, saj so bili dokazi pomanjkljivi in niso kazali zadostnega vpliva na zmanjšanje toksinov *C. difficile*, kljub delnemu preživetju probiotičnih bakterij *L. casei* med prehodom skozi zgornja prebavila.

Podobno zgodbo smo v registru našli tudi za razvpito Activio®. Danone je podal tri vloge za ZT: »pomaga uravnati prebavo«, »zmanjšuje napihnjenost«, »izboljša želodčno-črevesno udobje«, a jih je pozneje umaknil.

Kljub tem dejstvom pa lahko zasledimo, da sta oba izdelka še vedno oglaševana po starem. Zakaj gre?

MKGP nam je pojasnil, da v primeru, ko Komisija v postopku ocenjevanja ZT ne odobri, ima proizvajalec 6 mesecev časa, da proizvod s tako trditvijo umakne s tržišča. Velja tudi, da če je bila neka trditev na tržišču pred sprejetjem uredbe, se lahko uporablja do sprejetja skupnega seznama za 13. člen, vendar na odgovornost proizvajalca, ki mora imeti za učinke dokaze! Torej si lahko že predstavljamo novi scenarij, po katerem veliki že nekaj let igrajo to igro. Posplošeno bi bil videti takole: vložiš zahtevo za registracijo kakšne trditve, vmes oglašuješ brez omejitev, nato jo ali sam umakneš ali čakaš, da jo zavrnejo, in imaš še vsaj 6 mesecev časa, ko lahko nekaznovano oglašuješ tisto, česar konkurenca ne sme.

## Veliko pričakovanje

Težko pričakovani seznam odobrenih zdravstvenih trditev iz 13. člena (na podlagi več kot 44.000 vlog) naj bi predvidoma ugledal luč 31. decembra 2011. Obsegal bo vse ocene razen tistih, ki se nanašajo na zelišča (nejasnosti razmejitve z uredbo EU o tradicionalnih rastlinskih zdravilih).

ZT s seznama 13. člena bodo lahko uporabljali vsi nosilci živilske dejavnosti, katerih izdelki bodo izpolnjevali pogoje za uporabo takšne trditve, pojasnjuje MKGP. Po drugi strani bo potrošniku znanstvena ocena EFSE zagotavljala, da so trditve na živilih ali v oglasih za hrano in prehranska dopolnila znanstveno utemeljene. Vsekakor bo to dobrodošla pomoč potrošnikom pri izbiri zdrave prehrane. Do sprejetja seznama veljajo pozitivno odobrene zdravstvene trditve, objavljene na spletni strani Komisije: [http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/community\\_register/health\\_claims\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/claims/community_register/health_claims_en.htm)

Vendar bodo tudi izjeme. Če gre za izdelek z blagovno znamko ali s trgovskim imenom, ki ni skladen z uredbo, je pa obstajal na tržišču pred letom 2005, se sme še naprej tržiti do 19. januarja 2022. Kot primer navaja MKGP mineralno vodo Radenska, ki ima znak, da varuje zdravje. Inšpekcija v takih in podobnih primerih ugotavlja, ali gre res za obstoj pred 01.01.2005. Torej bodo znova v prednosti tisti, ki so bili glasni že prej, in sicer ne glede na to, ali je bilo to utemeljeno.

Morda bo nova zakonodaja res vnesla nekaj reda, vendar bo očitno pustila tudi dovolj lukenj, da zavajanjem še zdaleč ne bo konec.

Kar lahko naredite sami, je to, da ne dopustite, da vas zagrabi naravna težnja po hitrih rešitvah, ki vam jih obljubljajo ZT na izdelkih – tudi ne takrat, ko bo na voljo seznam 13. člena! Namesto tega raje zmanjšajte vnos nezdravih maščob, sladkorjev in soli ter pojejte več ekološkega svežega sadja in zelenjave. Takrat vas ne bo nihče prinašal naokoli, niti ne sami sebe!

*Opomba: Prevod zdravstvenih trditev iz angleščine ne odraža nujno primerne izraza v slovenščini oziroma prevoda strokovnjaka lingvista.*

Viri:

1. [http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/index_en.htm)
2. *British Journal of Nutrition*. 2007; 98: 474–484
3. *Archives of Biochemistry and Biophysics*. 2010; 501 (1): 6–15
4. *European Journal of Clinical Nutrition*. 2010; 64 (Suppl 3): S8–S13.



# Kakšno hrano jemo po Fokušimi?

Prejemamo veliko vaših vprašanj o morebitni radioaktivnosti hrane po katastrofi na Japonskem. Zato smo se odločili preveriti, kako je z navedeno zadevo, pri uvoznikih z Japonske, v trgovinah z zdravo prehrano in pri inšpekcijski službi ter ugotovili naslednje.



Fitosanitarna inšpekcija vzorči vse pošiljke, ki prihajajo z Japonske oziroma kjer gre za izdelke japonskih proizvajalcev (četudi pridejo do nas prek tretjih držav), če so ti proizvedeni po 11. marcu 2011. Izdelke pregledujejo na zdravstvenemu inšpektoratu RS in na inštitutu za varovanje zdravja RS.

Naš največji uvoznik izdelkov z Japonske, Janncom, pa je od vseh svojih dobaviteljev zahteval tudi potrdila o neoporečnosti izdelkov, še preden so

izdelke naročili. Nekaj japonskih partnerjev ni bilo pripravljenih podati takšna zagotovila, zato so z njimi prekinili sodelovanje. Obenem so prenehali z uvozom vseh izdelkov, ki so v prizadeti regiji. Tako na policah ne bo novih pošiljk sojinih omak, lotosovega čaja in še nekaterih drugih izdelkov. Nove pošiljke Chlorelle pa prihajajo z območja, ki je več kot 2.000 kilometrov oddaljeno od prizadetih območij. Za večjo varnost so spremenjene tudi transportne poti in tako blago namesto prek Tokia do nas potuje prek Osake. Novo pošiljko je že pregledala sanitarna inšpekcija, ki je potrdila njeno neoporečnost.

Zelo pohvalno je, da se je inšpekcija tako sistematično lotila izdelkov z Japonske. V luči informacij, ki jih dobivamo od neodvisnih medijev, je dejansko trenutno največja nevarnost in neobvladljiva težava onesnaženost morja. Za pričakovati je, da bodo morske školjke in ribe, ki imajo daljšo življenjsko dobo, veliko bolj onesnažene. Kam bodo ribe odplavale in v čigavih teritorialnih vodah jih bodo ulovili, pa na žalost ni mogoče določiti z uredbo. Če lahko jegulje iz hrvaških rek vsako leto odplavajo do mehiškega zaliva in nazaj, enako velja tudi za tiste iz okolice Japonske. Kako bodo to nadzorovali, pa zaenkrat ni znano. Zato bodite še posebej pozorni, kaj kupujete.

## Naravno odlično!

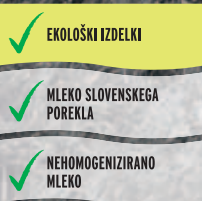
Uživamo, ko vas razvajamo. Zdaj tudi z lastno blagovno znamko Mercator Bio, ki združuje jamstva standardov ekološke pridelave in predelave. Seveda so v njej tudi ekološko pridelano mleko in izdelki iz njega. Osnova za mleko in mlečne izdelke znamke Mercator Bio je pasterizirano, nehomogenizirano in polnovredno mleko, ki ne vsebuje pesticidov, hormonov, antibiotikov in ostalih nenaravnih snovi. Zaradi minimalne predelave so v mleku ohranjene vse hranilne vrednosti, zlasti vitamini in minerali. Od predelave je vključena le pasterizacija na minimalni temperaturi, s katero uničimo patogene mikroorganizme v mleku in omogočimo uživanje tudi svežega mleka. Poleg tega je mleko znamke Mercator Bio izključno slovenskega porekla, saj prihaja z dolenskih in primorskih vodovarstvenih območij.



 **Mercator**

# Bio

Mislimo  
zdravo.



# Poceni, enostavno, predvsem pa zdravo

Besedilo: Sabina Topolovec,

Fotografije: Franc Muren

Poletje je čas hladnih sladkosti.

Omamen sladoled, ledena kava, hladni mlečno-sadni napitki ... Le kdo lahko ob tako široki ponudbi, ki jo danes nudijo številne kavarne, slašičarne, trgovinske mreže in podobno, ostane povsem ravnodušen? Medtem ko razmišljamo, ali je slast, pogosto začinjena s kopico vse prej kot zdravih sestavin, res vredna tako veliko denarja, nas za rokav pocukajo otroci. Kako pa njim reči ne? Preprosto! Vse to lahko bistveno bolje pripravite sami!

Neverjetno, a ceneje je tudi, ko nimate lastnega vrta in tudi ko si nikoli ne postrežete iz zaenkrat še brezplačne gozdne prodajalne. Vsi tisti, ki imate doma jagode, maline, robide, višnje in podobne aromatične sadne radosti, ter vsi tisti, ki se z veseljem podate v iskanje gozdnih jagod, borovnic in robid, pa še toliko bolj veste, da je kepica sladoleda močno predraga.

Tokrat vam predstavljamo dva povsem enostavna, a slastna poletna recepta, ki ju bodo še kako veseli tudi otroci. Pravzaprav ju bodo verjetno hoteli pripravljati kar sami. Pustite si torej postreči.

\* Če ni drugače navedeno, cene izhajajo iz Mercatorja.



## Jagodni milk shake z meliso in vanilijo

Če je le možno, uporabimo domače sadje, domača zelišča in celo domače sojino mleko. Za slednje potrebujete strojček Veganstar, ki vam izredno okusno sojino mleko pričara v 20 minutah. Sama v njem pripravljam tudi lešnikovo, mandljevo, pirino, proseno, ovseno, kamutovo, kvinojino itd. mleko oziroma napitke iz različnih kombinacij.



Za štiri „šejke“ potrebujete:

|  | Kupljene sestavine                      | Domače sestavine   |
|--|---|--|
| 200 g domačih ali eko jagod                  | 0,33 EUR (Ekolife)                      | 0 EUR  |
| 1 liter domačega hladnega bio sojinega mleka | 0,90 – 1,31 EUR                         | pribl. 10 centov, uporabljajte le eko sojo (takšno vam zagotovijo v podjetju Mediacor) |
| Noževa konica bio burbonske vanilije         | 0,05 EUR                                | 0,05 EUR   |
| 3 žlice drobno sesekljane melise             | Prositate sosedo, ki je ima tako preveč | 0 EUR  |
| 3 žlice medu                                 | pribl. 0,20 EUR                         | pribl. 0,20 EUR  |
| <b>Skupni strošek</b>                        | <b>1,48 – 1,89 EUR</b>                  | <b>0,35 EUR</b>  |

Priprava: zmiksajš, postrežeš, spiješ. In uživaš!

Lahko pa se z družino zapeljete v McDonald's. Tam boste za štiri jagodne milk shake, ki so trenutno v posebni ponudbi, odšteli 4 evre.

## Malinov sladoled

Verjetno se tu in tam vsakomur prileže ležerno posedanje v slašičarni, zlasti ko imamo pred seboj veliko porcijo sladoleda. Toda vedno znova sem preseneča nad visoko ceno kepice sladoleda in nad tem, kar nam ta nudi. Nazadnje sem prodajalko vprašala, kateri sladoled izmed vseh je vsaj





malo bolj naraven, pa je rekla, da ni nobenega brez E-jev, saj se brez tega danes ne da narediti sladoleda. Ni me prepirčala.

Za liter slastnega domačega sladoleda potrebujem le tri sestavine:

- 300 g domačih malin (ali drugega sadja) – pribl. 1,5 EUR, če jih morate kupiti
- 150 g Biotop zgoščenega jabolčnega soka ali agavin sirup – pribl. 1 EUR
- 150 g bio sojine smetane – 0,98 EUR

Na strojčku za sladoled se nabira prah, saj sem ugotovila, da je bistveno hitreje in ceneje, če sadje zamrzem, nato pa ga zmiksam s paličnim mešalnikom ter dodam naravno sladilo in ohlajeno sojino smetano. Postrežem takoj.



In še primerjava s kupljenim sladoledom:

|  |   |
|--|---|
| 1 liter konvencionalnega sladoleda                                     | 0,98 – 6,05 EUR   |
| 500 ml bio sladoleda   | 6,99 EUR (13,98 EUR za 1 liter)                           |
| 900 ml sojinega sladoleda Valsoia (100-odstotnega rastlinskega izvora) | 5,59 EUR (6,21 EUR za 1 liter)                            |
| 1 kepicica sladoleda v slaščičarni                                     | pribl. 1,1 – 1,3 EUR (koliko jih potrebujete za 1 liter?) |
| <b>1 liter domačega bio sladoleda</b>                                  | <b>1,98 – 3,48 EUR</b>                                    |

Kadar ga pripravljam le za svojo družino, sem bolj špartanska. Polovico smetane nadomestim z navadnim jogurtom, količino sladila pa zmanjšam. Običajno vanj dodam še žličko ali dve cimeta, ki v kombinaciji z malinami pričara okus po vrtnicah. Poskusite!

Hčerka je navdušena. Ko predse dobi skodelico za sladoled z rdečo vsebino, jo samodejno sprejme kot sladoled. Danes je z navdušenjem snedla „sladoled“ iz sveže skute, svežih malin, lanenega olja in medu.



### PESTRA IZBIRA NAJNOVEŠIH SOKOVNIKOV

Sokovnik Green Power Kempo poleg sadja soči tudi najzahtevnejše vrste zelenjave: brokoli, regrat, petršilj, pšenično travo, kalčke, korenje, rdečo peso, ipd. S tem sokovnikom lahko pripravite celo odlične sladoled brez jajc, mleka in sladkorja, barvne testenine, namaze, marcipan in še veliko drugega.

### APARAT ZA PRIPRAVO MLEKA

Najnovejši model aparata za pripravo mleka iz soje, žitaric, mandljev, sezama ter pripravo gostih juh in kašic za otroke samo s pritiskom na gumb! 1 l sojinega napitka iz aparata že za 0,20 EUR.



## BIOTOP®

Informacije, servis in naročila:  
**MEDIACOR, d.o.o.**, Obrtniška ul. 9,  
 Šmarje pri Jelšah, T.: 03 817 11 70

[www.zdravahrana-biotop.si](http://www.zdravahrana-biotop.si)  
 mediacor.celje@siol.net

Trgovina **ZDRAVO**: TC Celeiapark  
 Askerčeva 14, 3000 Celje, T.: 03 544 14 60

# Mrežni marketing? Ne, hvala!

Besedilo: Nara Petrovič

**Resne analize večine mrežnih marketinških shem potrjujejo, da v njih manj kot 1 % ljudi res biva poplačano za svoje vloženo delo in naložbo. Kako pa jim potem uspe rekrutirati in vedno znova navdušiti toliko zastopnikov in distributerjev?**

Mrežni marketing skriva v sebi ves spekter psihosocioloških vzorcev, ki izražajo zablode sodobne družbe: da lahko dosežemo srečo z materialnimi sredstvi, da je potrošništvo smisel življenja in da je bogastvo brez dela vrednota.

Pripadniki sistemov večnivojskega marketinga (Multi-level Marketing ali MLM) trdijo, da ponujajo ekskluzivne izdelke, nizke cene, enkratno priložnost hitro obogateti z majhnim vložkom dela, energije in denarja. Pa to res drži? Mnenja so različna, objektivni pogledi pa redki. Zapleteni kompenzacijski načrti zasenčijo prevaro, zato se lahko le dober analitik prebije skozi labirint goljufij. Zveza za zaščito potrošnikov in drugi organi ne znajo ukrepati proti tovrstnim programom masovnega zavajanja ljudi. Eden izmed redkih, ki se je zelo poglobil v to problematiko, je dr. John Taylor z ameriškega Inštituta za osveščanje potrošnikov. Na osnovi obsežnih raziskav, o katerih lahko več preberete v virih na koncu besedila, je prišel do naslednjih sklepov.

Koncept mrežnega marketinga ni nujno slab sam po sebi. Obstajajo korektni sistemi spodbujanja prodaje skozi verigo distributerjev, za katere pa je značilno, da:

- ne rekrutirajo članov v neskončni verigi distributerjev,
- izdelkom ne pripisujejo čudežnih moči, ki se komunicirajo le ustno,
- ne določajo napredka po rekrutiranju, temveč po imenovanju,
- ne terjajo energičnega spodbujanja, da bi se nakupi nadaljevali in da bi se člani kvalificirali za provizije ter napredovanje v shemi,
- ne izplačujejo odstotkov od prodaje več nivojem managerjev, kot je funkcionalno upravičeno (več kot petim nivojem),

- ne spodbujajo članov k čim večjemu rekrutiranju, obenem pa nezadostno k prodaji izdelkov dejanskim strankam (v skoraj vseh MLM programih je izven mreže »distributerjev« izredno malo dejanskih strank).

Mrežni programi, za katere je značilno nasprotno, so z izdelki podprte piramidne sheme oziroma rekrutni mrežni marketingi.

## Nezavedne laži

Da se srečate s predstavniki mrežnega marketinga, vam ni treba hoditi daleč – navadno oni najdejo vas. Če določen mrežni marketing že poznate, vam predstavijo novega, z »boljšimi« shemami nagrajevanja, »boljšimi« izdelki, »boljšo« podporo distributerjem itd. Ker so se z vsiljivostjo v preteklosti mnogim zamerili, odkrivajo »prijaznejše« načine rekrutiranja novih članov.

Težko jim je zameriti, saj so vaši prijatelji; četudi vas dobronamerno ogoljufajo, se ne pritožite, temveč pogoltnete slino in odrinete ogorčenost na stran. Če ste bili sami v mrežnem marketingu uspešni, pospravite denar in se potuhnete, kot da se ni nič zgodilo.

Najtežje je odkrito spregovoriti o tem, saj tako priznamo, da smo bili tudi sami zavedeni. Nemogoče je izpostaviti malopridneže, saj je glavni vzrok prevar v mrežnih marketingih kompenzacijski sistem, ki nagrajuje neskončno verižno rekrutacijo »distributerjev« kot primarnih strank. Mnogi, ki širijo mrežno shemo, so tudi sami žrtve, ki na koncu ostanejo brez denarja in odstopijo. Ker se redko pritožijo oblastem, se igra nadaljuje, v javnosti pa se ustvarja vtis, da gre za pošten posel.



## Sistemske napake

Kot rečeno, je glavna težava sistem kot tak. Zato se pazite vseh mrežnih marketingov, v katerih:

- je rekrutiranje novih članov pogoj za nagrade,
- je izpostavljena posebna priložnost »vključevanja na samem začetku«,
- se močno poudarja ekskluzivnost izdelkov, zato jih ni mogoče primerjati s podobnimi na trgu,
- so »dokazna gradiva«, kako je vse naravno in učinkovito, le ustna, ni pa dokumentov, (ne prospektov!), ki to potrjujejo,
  - so izdelki bistveno dražji od podobnih, ki že obstajajo na trgu,
  - podatki o višini plač aktivnih distributerjev niso transparentni,
  - se je za višji distributerski status treba kvalificirati z določeno količino nakupljenega blaga v določenem časovnem obdobju,
  - boste sami krili stroške izobraževanja in učnih materialov, konferenc in predstavitev izdelkov.

Če v sistemu ni velikih obljub, bombastičnih izdelkov in navdušenega spodbujanja, se večina ljudi seveda niti ne bo odločila včlaniti. Sanje vsakega distributerja so, da bi mu uspelo podse vpisati nekoga, ki bi mu zagotovil dovolj zaslužka, da mu ne bi bilo več treba delati – s tem bi dobil »časovno svobodo« in lahko bi živel od dela drugih.

Zdrava pamet pravi, da je bogastvo brez dela obešanje na nekoga drugega, navadno na stotine drugih ljudi, zato ne more biti ne pošteno ne zdravo. Poučeno osebje in aktivisti, ki se zavzemajo za osvješčanje potrošnikov, so pri mrežno-marketinških »pravovernikih« opazili odenke religioznega in kultnega vedenja ter odvisnosti.

## Neugodna vprašanja

Distributerja lahko razorožite z naslednjimi vprašanji:

Če zatrdi, da vam po krajšem obdobju trdega dela ne bo več treba delati, vprašajte:

Kolikšen odstotek vrhnjih distributerjev ni več dejavnih v podjetju in se ne udeležuje poslovnih srečanj?

Kdaj ste si nazadnje privoščili daljši dopust? Ste to lahko naredili brez izgub, ker v tem času niste skrbeli za svojo mrežo? Ste lahko nehali z aktivno gradnjo mreže ali zmanjšali delovanje, ne da bi doživeli finančne izgube?

Povežite se z distributerji več ravni nad in pod njim ter jih vprašajte: Ste že dosegli obljubljeni »časovno svobodo«?

Ali lahko kot distributer dobro zaslužim glede na vloženi čas zgolj s prodajo izdelkov, ne da bi rekrutiral eno samo osebo? Zakaj bi sploh želel biti prodajni distributer?

Zaprosite za lanskoletno davčno poročilo. Redko so distributerji pripravljeni odkrito govoriti o točnem zaslužku v mrežnem marketingu in davkih.

Zaprosite za neto izplačila (ko so odšteti stroški nakupov) za vse distributerje, ki so se kdaj vpisali, vključno s tistimi, ki več niso aktivni. Če manj kot 1 % distributerjev zasluži ekvivalent minimalne plače za vloženi čas in trud (ko odštejejo vse stroške in nakupe MLM izdelkov), se raje odločite denar, čas in energijo vlagati v bolj donosne posle.

## Raje kupite srečko

Na podlagi navedenih meril boste lažje prepoznali rekrutni mrežni marketing, ki ne temelji na prikritih piramidnih shemah. S tem se boste izognili potratu lastnega denarja, časa in energije. Oboroženi s pravimi vprašanji boste zlahka pogašili gorečnost brez pokritja.

Dr. John Taylor z ameriškega Inštituta za ozaveščanje potrošnikov ugotavlja, da v večini MLM-ov tudi do 99,9 % »distributerjev« ostane praznih rok (in s polno garažo izdelkov, ki jih ne morejo prodati), nekaj najboljše pozicioniranih pa je nesramno bogato nagrajenih. Statistični izračun pravi, da je verjetnost velikega zaslužka manjša kot pri igrah na srečo. Tako v svetovnem merilu milijoni MLM distributerjev zapravijo skupno na desetine milijard evrov letno.

Obsežen vir za ta članek najdete na spletnem naslovu: <https://sites.google.com/site/narapetrovic/Home/clanki/arhivclankov/MLM.pdf>



## Javno mnenje po naročilu

Besedilo: Sanja Lončar

Oblikovanje našega mnenja, želja in »potreb« se ne nanaša le na izdelke in storitve, ki jih srečujemo v trgovskih središčih. Vsa področja našega bivanja so pod takšnim ali drugačnim vplivom tistih, ki bi radi »so-oblikovali« naše mnenje o vsem, kar nam je pomembno. Od političnega marketinga, kjer je dovoljeno skoraj vse, do bolj subtilnih oblik vplivov, ki se jih pogosto niti ne zavedamo.

Področje zdravja je eno izmed takšnih področij. Ker smo dolga leta živeli v socializmu in je bilo »zdravljenje brezplačno«, smo izoblikovali zelo napačno predstavo o tem, da vsaj na področju oskrbe, ki naj bi ga pokrivalo naše zavarovanje, pravila tržnega marketinga ne veljajo. Toda veljajo, in sicer zelo! Večini ljudi je to težko spoznati, kar pa ne ovira tistih, ki še kako vedo, da se bo vaš odnos do bolezni ali terapije še kako poznal pri njihovem dobičku.

Če bolj podrobno opazujete, boste opazili, da prostor, ki ga mediji namenjajo določeni bolezni, ne odraža vedno dejanske nevarnosti ali razširjenosti, ki jo ta bolezen predstavlja. Od kampanj za cepljenje proti gripi, ko so nas skorajda sproti obveščali o vsakem obolelem, do trenutno aktualne bakterije E. coli. Tudi AIDS je deležen velike pozornosti, finančnih sredstev in medijske podpore, pa je v svetovnem merilu to ena izmed manjših težav, s katerimi se soočamo.

Verjetno na lestvici diagnoz, ki se jih najbolj boji, rak zavzema zelo visoko mesto.

Tudi to je produkt nenehnih kampanj, s katerimi nas »ozaveščajo« o naraščajočih statistikah in rešitvah. Pa smo tam. Zakaj sem besedo »ozaveščajo« zapisala v navednicah?

Če se »ozaveščanje« začne s statistikami, kako število rakavih bolnikov strmo narašča, in se gotovo brez izjeme konča s tem, da vas povabijo, da si redno pregledujemo maternični vrat, dojke, debelo črevo ali prostato, potem temu težko rečem ozaveščanje.

Ali ste kdaj zasledili, da so organizacije, ki jim je toliko do tega, da bi se število rakavih bolnikov zmanjšalo, naslovile svoje zahteve za bolj stroge omejitve količine dovoljenih pesticidov v vodi ali živilih? Ali ste morda zasledili, da so se aktivno vključili v spodbujanje širjenja ekološke ponudbe? Da so zahtevali še strožje omejitve promocije cigaret? Da jih morda zanima, s čim se hranijo otroci v šolah in vrtcih? Da so dvignili glas proti hormonskim motilcem v kozmetiki? Če so v statutih svoji družtev in fundacij zapisali, da želijo zmanjševati število rakavih bolnikov, bi jih vsa navedena področja morala še kako zanimati. Večina aktivnosti različnih nevladnih organizacij na tem področju pa se vrtili okrog zbiranja sredstev za nove mamograme, nove obsevalne naprave, presejalne programe diagnostike ali okrog lobiranja, da se cepljenje proti HPV izvede na stroške zavarovalnice. Ob tem pa jih farmacevtske družbe in ponudniki opreme prijazno podpirajo.

Tako imamo v slovenski javnosti občutek, da je vse, kar potrebujemo, da bi premagali raka, več operacijskih miz, več zdravnikov, več dragih zdravil, več obsevalnikov, več diagnostičnih pregledov itd. Ali ne vidite, kakšna akcija pospeševanja prodaje je to?

Prodaje, kakšne prodaje? – Včasih so ljudje zelo zmedeni, ko to besedo uporabim v povezavi z zdravljenjem. Kot rečeno, se večina sploh ne zaveda, da gre za prodajo! Zdravnik prodaja tisto terapijo, ki jo obvlada (operacija, kemoterapija, obsevanje), farmacija prodaja zelo draga zdravila, ponudniki opreme in testov pa svoje blago. In vsi služijo na tem, da je raka vse več, da ga odkrijejo

pri čim večjem številu ljudi ter da ga zdravijo čim dlje.

Tisto, česar »marketing dogme o raku« ne dovoljuje, pa je drugačen pogled na to bolezen. Farmacija je večini zdravnikov pri nas očitno tako izprala možgane, da raka sploh ne povezujejo s stanjem organizma, prehrano, čustvi itd. Naši onkologi zelo pogosto bolniku, ki je izvedel, da ima raka, in jih vpraša, ali bi moral morda spremeniti svojo prehrano, odgovorijo, da je najbolje, da ni česar ne spreminja. Nekateri celo svetujejo takšno hrano, ki bi še zdravega človeka zakisala. Podobno je s prehranskimi dopolnili – doktrina je, da ob terapiji večina zdravnikov odsvetuje kakršna koli prehranska dopolnila. Če pa bolnik povpraša po kakšni komplementarni terapiji, tvega, da ga bo njegov onkolog zelo grdo pogledal.

Če bi bili pravični do sebe, bi morali zdravniki povedati, da jih o vplivu prehrane na raka nihče ni učil, da o povezavi med čustvi in rakom v času svojega študija in specializacije prav tako niso ničesar slišali ter da o delovanju drugih oblik terapij ne vedo skorajda nič. In če so vse to odsvetovali, potem so zamudili priložnost, da bi na primerih, ki so jih imeli, odkrili, kaj vse so njihovi bolniki (na skrivaj ob njihovi terapiji) naredili, da so bolezen premagali.

## Kako je drugje?

Onkologija je velik posel in povsod poskušajo vsi, ki od tega posla živijo, na podoben način vplivati na zdravnike. Kljub temu je zaslediti, da jim v Sloveniji to uspeva veliko bolj kot drugje. V večini evropskih držav obstajajo centri in bolnišnice, kjer imajo veliko bolj celosten pogled na raka. Zraven navedenega repertoarja obsevanja, rezanja in kemoterapije onkologi v drugih državah izvajajo še vrsto drugih terapij, ki so lahko, odvisno od vrste raka, zelo učinkovite.

V vse večjem številu bolnišnic sta razstrupljevalna dieta in psihološka oskrba bolnika sestavni del



**PHARMOS NATUR®**

## BIO ALOE VERA SOK

eliksir vitalnosti in dobrega počutja



100% čisti sok iz svežih rastlin aloe vera iz ekološkega okolja na Yucatanu, brez aloina, vode in konzervansov.  
Z bio certifikatom

- aktivira imunski sistem na naraven način
- pospešuje regeneracijo sluznice celotnega prebavnega trakta in kože
- izboljša celični metabolizem in je zato odlična naravna podpora za sladkorne bolnike
- razstruplja organizem
- pospešuje celjenje ran

**Prodaja**  
specializirane prodajalne z zdravo prehrano

**Informacije in svetovanje**  
Princeton, d.o.o., tel. 041 760 809,  
[www.pharmos.si](http://www.pharmos.si), [vida.gorjanc@pharmos.si](mailto:vida.gorjanc@pharmos.si)

celostne terapije. Tudi določena prehranska dopolnila, kot so medicinske gobe, aloe vera, alge, ječmenova trava, sveže stisnjeni sokovi in podobno, so v mnogih klinikah sestavni del terapije.

V svoji knjigi »Kemoterapija pozdravi raka in zemlja je ravna plošča« je Lothar Hiernse opisal 64 nekonvencionalnih terapij in za vsako zelo natančno opredelil, kako zelo je uspešna in pri

## BIO ARGANOVO OLJE

V večini term lahko uživate v berberski masaži z **arganovim oljem**, ki je eno najpomembnejših olj za pomladitev kože in pomaga pri raznih kožnih boleznih. **Bio arganovo milo, piling z arganovim oljem in gel za tuširanje** vašo kožo zmečajo.

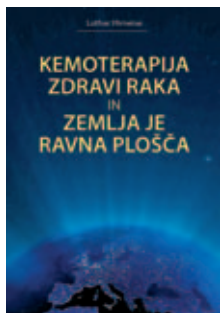
**Šampon in balzam z arganovim oljem** nahranita lase in lasišče. **Rožna voda, rožna krema in naravni lifting** so namenjeni tako ženskam kot moškim. Koži povrnejo vitalnost, čvrstost, prožnost, mladost in šarm.



Berbersko ekstra deviško bio arganovo olje iz biološko čiste pokrajine Maroka - "pravo tekoče zlato" s tisoč in enim zdravilnim učinkom.

**Argana d.o.o.**, Retnje 50, 4294 Krize / g: 040 479 020, 041 636 484 / e: [info@argana.si](mailto:info@argana.si) / w: [www.argana.si](http://www.argana.si)

kakšnih stanjih. Osebnostno je obiskal vse bolnišnice na svetu, ki se ukvarjajo z rakom. Osebnostno je pregledal dokumentacijo bolnikov, se pogovarjal tako s stroko kot tudi z bolniki in spoznanja strnil v verjetno najbolj temeljiti knjigi, kar jo lahko dobite na to temo.



*Rak ni neozdravljiv, zato ne obupujte, če vas je doletel.*

*Nemočni smo le, če smo nevedni.*

*Knjiga, vredna vsake minute vašega življenja.*

Trda vezava, 629 strani,  
cena: 39,90 €

Lothar Hirneise: **Kemoterapija zdravi raka in zemlja je ravna plošča** (enciklopedija uradnih in alternativnih načinov zdravljenja)

Posnetek predavanja in več informacij na [www.budwig.si](http://www.budwig.si);  
Tel. 01/436-2334

V maju je imel g. Hiernse vrsto predavanj v Ljubljani. Če ste zamudili priložnost v živo poslušati tega zares velikega človeka, potem si lahko ogledate posnetek na [www.budwig.si](http://www.budwig.si).

## Eni vpijejo na ves glas, drugi pa morajo biti tihi.

Ker je beseda »rak« tako resna, je tudi njena uporaba pri promociji katerega koli izdelka, ki ni registriran kemoterapevtik, hitro sankcionirana.

Dr. Budwigova je s svojo dieto, ki temelji na skuti in lanenem olju, dokumentirano ozdravila na tisoče bolnikov, vendar pa kljub temu nihče ne sme na svoji skuti ali lanenem olju zapisati, da pomaga pri raku.

Da so olja še kako dragocena pomoč pri zdravljenju zelo težkih bolezni, potrjujejo tudi raziskave,

ki jih izvajajo na drugih oljih. Zadnje znanstvene raziskave o arganovem olju, predstavljene na 1. mednarodnem kongresu CIMM novembra 2005 v Casablanci, pod pokroviteljstvom njegovega veličanstva maroškega kralja Mohameda VI., pa so pokazale, da je zaradi visoke vsebnosti tokoferolov in saponinov arganovo olje dobra preventiva pri nastanku oziroma širitvi raka na prostati.

Raziskava je pokazala, da imajo tokoferoli in saponini iz izvlečka arganovega drevesa antiproliferativni učinek na rakasta obolenja prostate. Rak prostate je eden izmed pogostejših metastatičnih malignih obolenj, ki prispevajo k umrljivosti za posledicami raka pri moških. Kljub temu so strokovnjaki mnenja, da razlik v primerih kliničnega raka na prostati in prehodu od nebolečega tumorja do klinično zaznavnega tumorja ni mogoče pripisovati genetskim razlikam, temveč prehranskim in okoljskim dejavnikom. Po tem ko so dokazali, da so različna dietetična hranila/dopolnila, kot so maščobne kisline in antioksidanti, povezana z zmanjšanjem tveganja za razvoj raka na prostati, se za preprečevanje raka prostate vse več pozornosti namenja prehranskim spremembam.

Enako velja za aloe vero. Že pred nekaj desetletji so z njo dosegali neverjetne rezultate pri zdravljenju onkoloških bolnikov. Njenemu slovesu so najbolj prispevali t.i. »odpisani« bolniki, od katerih je uradna medicina dvignila roke, vendar so se ti z uživanjem večjih količin aloe vere čudežno ozdravili. Status takšnega čudežnega zdravila ji medicina seveda nikoli ne bo priznala, kljub temu pa so jo v velikem številu uradnih ustanov sprejeli kot odlično pomožno sredstvo, ki omogoča, da se omilijo posledice obsevanja ali kemoterapije in s tem bolnik bolje prestane samo terapijo. Pri tem se uporablja aloe vera brez aloina in brez kislin, ki bi lahko bile zelo dražilne za sluznice obsevanega bolnika ali bolnika po kemoterapiji.

Zajeten dosje ima tudi ganoderma (goba reishi). Na Japonskem je Ganoderma registrirana kot zdravilo rastlinskega izvora pri zdravljenju raka. Na Kitajskem spore ganoderme priporočajo kot preventivo in pri zdravljenju raka. Tudi v Izraelu (ki ima neprimerljivo boljše statistike ozdravljivosti od evropskega povprečja) jo uporabljajo kot podporno terapijo. Kot pomoč pri zdravljenju (ob standardnih terapijah) pa jo navajajo tudi najbolj ugledni centri za zdravljenje raka, kot so Memorial Sloan-Kettering Cancer Center. Na spletnem portalu PubMed, ki je najbolj strokovna zbirka uglednih člankov s področja medicine, je objavljenih 658 člankov o Ganodermi (od tega 171 na področju raka).

V luči vsega zapisanega je res težko razumeti pričevanja ljudi, ki jim na našem Onkološkem

## BIOPROTECTOR - učinkovita zaščita pred sevanji!

Certifikati pooblaščenih laboratorijev treh držav objavljeni na [www.bioprotector.si](http://www.bioprotector.si).



V Sloveniji zastopa Bonamico d.o.o.,  
Tel.: 01/515-0331, 040-891-108, 040-891-081.

inštitutu (OI) v Ljubljani prepovedujejo uživanja ganoderme, dokler so v »njihovi obravnavi«. Za nameček naj navedem še podatek, da v UKC Ljubljana in Maribor (urološki oddelek) trenutno poteka dvojno slepa randomizirana s placebom kontrolirana študija (kot za registrirana zdravila) s Kapsulami počenih spor Ganoderma lucidum ARS PHARMAE kot podpora pri konvencionalnem zdravljenju raka prostate. V njej sodeluje tudi Fakulteta za farmacijo (Katedra za farmacevtsko biologijo), študijo pa je potrdila Etična komisija za študije v Sloveniji, odobrila sta jo UKC LJ in UKC MB. Štirim bolnikom iz te študije so na OI prepovedali sodelovanje v študiji.

Mnogi naši onkologi in zdravniki so očitno postali ujetniki doktrin farmacije in lastne preobremenjenosti, s katero opravičujejo, da nimajo časa za spoznavanje integrativne medicine, ki se vedno bolj uveljavlja v Ameriki in v Zahodni Evropi ter ki je že dolga leta poznana na vzhodu (Japonska, Kitajska, Indija). Situacija je sodeč po vaših pričevanjih najslabša v Ljubljani. V Mariboru in na obali pa so zdravniki bolj odprti za komplementarno medicino.

## Rešitev mora biti draga ...

Kdor spremlja dogajanja na tem področju, pozna že veliko snovi, ki so se izkazale za resnično pomoč, vendar so hitro utonile v pozabo. V naših novicah smo že pisali o vitaminu B17 – leatrilu, ki ga najdemo v mareličnih koščicah in olju mareličnih koščic.

Če boste prebrali našo novo knjigo o začimbah, boste presenečeni, koliko začimb deluje neposredno proti rakavim celicam.

Farmacija naredi vse, da takšna spoznanja hitro ovrže, pospravi pod preprogo ali ustavi testiranja, saj lahko nato uporabi argument, da »še vedno nimamo dovolj dokazov o delovanju določene snovi«. Če veste, da se cena enega ciklusa kemoterapije izraža v tisočih evrov (odvisno od izbranega sredstva), vam postane bolj jasno, o kakšnih številkah in temu primernih interesih govorimo.

Dobra novica je, da uspehi precej enostavnih, večinoma nebolečih in poceni terapij povsod po svetu dokazujejo, da rak ni bolezen, temveč stanje, v katerega smo pripeljali svoje telo, ker smo ga oropali energije, koristnih snovi in prenapolnili s strupi. Zdravljenje pa pomeni, da telesu pomagamo z več energije, manj stresa, manj škodljivimi sevanji in več koristnimi snovmi, ki bodo pomagali vzpostaviti normalno celično presnovo. Največja ovira, da to dojamemo, je kulturni pomen besede RAK, ki so ga v naših glavah ustvarili prav tisti, ki na njem največ služijo.

# Ganoderma lucidum

ARS PHARMAE®

Zdravje iz narave

**ZA BOLJŠO TELESNO  
IN DUŠEVNO  
ZMOGLJIVOST**



## KAPSULE SPOR

**UČINKOVITA ABSORPCIJA. EDINE KAPSULE  
Z 98% SPOR S POČENO STENO.**

- krepi organizem
- pomaga ohranjati optimalno imunsko odpornost
- izboljšuje sposobnost premagovanja stresnih situacij
- telesu pomaga pri utrujenosti in nespečnosti
- spodbuja vitalnost

**100%  
NARAVNO**

**NAJMOČNEJŠA  
PODPORA PRI  
KRONIČNIH  
BOLEZNIH**



## OLJNE KAPSULE

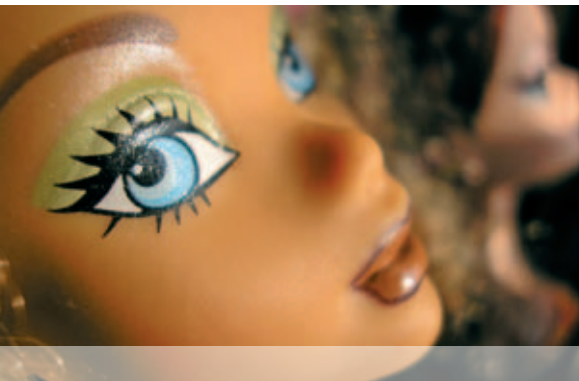
**UČINKOVITOST ZAGOTOVLJENA. EDINE  
OLJNE KAPSULE NA TRŽIŠČU. NAJMOČNEJŠI  
PRIPRAVEK GANODERME LUCIDUM.**

- kot podpora pri vseh boleznih z zmanjšano imunsko odpornostjo
- po končanem zdravljenju za krepitev imunske odpornosti
- kot dodatek za krepitev imunskega sistema in lajšanje neželenih učinkov standardne terapije ob zdravljenju sodobnih obolenj

Prehransko dopolnilo je na voljo v lekarnah in specializiranih trgovinah.  
Za dodatne informacije in naročila pokličite 01 4205 730.

**ARS PHARMAE**

ARS PHARMAE, d. o. o.  
Dunajska c. 139, SI - Ljubljana  
www.arspharmae.com



## Naličene zgodbe

Besedilo. K. Prah, S. Lončar

**Področje, na katerem je promocija do skrajnosti »izpilila« svoje prijeme, je zagotovo kozmetika.**

Javna je skrivnost, da predstavljajo pri konvencionalni kozmetiki povprečni proračuni za oglaševanje vsaj 40 % končne cene. Pri parfumi in najbolj ekskluzivnih blagovnih znamkah pa so te številke še veliko višje. Tako kot pri sinteznih zdravilih je proizvodna cena konvencionalnega izdelka krepko pod 10 % cene, ki jo boste na koncu plačali. Torej ne mislite, da je izdelek drag, ker sta škatlica ali steklenička tako lepi. To je še vedno zajeto v navedenih 10 odstotkih. Z nakupom pa boste plačali še vse prepričevanje, popuste in super popuste, ki so bili potrebni, da bi vas prepričali k nakupu.

Ko boste naslednjič v vsaki reviji zasledili celostranske oglase za takšne in drugačne čudežne kreme, pomislite, koliko takšno oglaševanje stane in koliko tega morate s svojim nakupom odplačati, da se jim račun izide. Prav iz razlike med proizvodno in prodajno ceno črpa ta panoga svojo moč prepričevanja svojih uporabnikov, vpliva na trgovce in lobiranje zakonodajnih teles. Iz enakega razloga je naravna kozmetika že v startu v precej težjem položaju, saj je proizvodna cena že v startu precej višja, zaradi česar si oglaševanja na veliko skoraj nihče ne more privoščiti.

### Nadzor? Kakšen nadzor?

Druga velika zmaga kozmetične industrije je, da je nihče ne nadzoruje. Z njo se ne ukvarja Ministrstvo za zdravje (ker to niso zdravila) in tudi ne Ministrstvo za prehrano (ker to ni prehrana). Ena izmed največjih industrij na svetu je to dosegla, ker je obljubila, da se bo nadzorovala sama. Ko so

nevladne organizacije hotele videti, kako v resnici poteka ta nadzor, so ugotovile, da le za 11 % snovi, ki jih ta industrija uporablja, obstajajo neodvisni testi varnosti. Za 89 % pa resnično kot potrošniki ne vemo, kaj počnejo v našem telesu.

Ko pa so (znova nevladniki in ne inšpektorji) laboratorijsko pregledali na tisoče kozmetičnih izdelkov, so v njih odkrili dolg seznam rakotvornih snovi in hormonskih motilcev. Javnost je začela bolj pozorno spremljati, kaj se na tem področju dogaja. Ker je čakanje na zakonodajne spremembe zelo dolga zgodba, so nevladniki v ZDA začeli z mednarodno kampanjo *Campaign for Safe Cosmetics*, v kateri so apelirali na ponudnike, da se prostovoljno odrečejo uporabi rakotvornih in drugih dokazano škodljivih snovi v svojih kozmetičnih pripravkih. Do danes je *Compact for Safe Cosmetics* podpisalo 1500 proizvajalcev. Celoten seznam lahko preberete na <http://safecosmetics.org/display.php?modin=50&offset=400&qty=100>. Med njimi pa še vedno ni največjih, kot so Procter&Gamble, L'Oréal, Johnson&Johnson in podobnih.

Pred nekaj leti je tudi Evropa precej poostrila svojo kemično zakonodajo. Sprejet je tudi novi Zakon o kozmetičnih proizvodih. Poslušanje uradnikov, ki so nam razlagali, koliko bolj bomo kot potrošniki zdaj zaščiteni, je bilo zares zabavno. Tako so v novem zakonu določili kopico drobnarij, vključno z zahtevo, da morajo na ovojnini označiti, koliko časa po odpiranju mora biti izdelek porabljen, pozabili pa so le eno malenkost. Nikjer v zakonu ni določen pogoj za uporabo besede NARAVNO. Ko sem na wellness kongresu v Šmarjeških toplicah predstavnico ministrstva vprašala, zakaj so pustili takšno luknjo, ki omogoča neskončni prostor zavajanja potrošnika, mi je odgovorila, »da v to niso posegali nikjer drugje ...« Z drugimi besedami je industrija »na vrhu« lobirala za tisto, kar je želela, zdaj pa bo ves svet sprejel takšna pravila igre.

Ko občasno izvajamo ankete na različnih sejmih in dogodkih, vedno znova ugotavljamo, da ogromno število ljudi živi v prepričanju, da uporabljajo naravne izdelke. Ko pa jih zaprosijo, da nam navedejo imena blagovnih znamk, ki jih uporabljajo, se izkaže, da je več kot polovica teh blagovnih znamk vse prej kot naravna. Največja zavajanja so v kanalih prodaje, ki niso na obeh širne javnosti. Prodaja od vrat do vrat, skozi mrežni marketing, prek svetovalk na terenu ali po nakupovalnih središčih omogoča, da vam »v živo« govorijo tisto, česar si na papirju nihče ne bi upal izjaviti. Tisto, kar vidimo, beremo in slišimo skozi promocijske kanale, pa je tudi tako oblikovano, da vas navaja na misel, da vam ponujajo samo naravo.

Če pa potrošniki kljub vsemu dosledno pregledajo oznake, preberejo specifikacijo in izberejo naravne izdelke, ima industrija še nekaj adutov. Dober primer za to so spremembe zakonodaje, ki je »uredilak«



kakovost izdelkov za sončenje. Tako kot v zgodbi o vrednostih RDA, o katerih smo pisali na prejšnjih straneh, je tudi na tem področju odigrano odlično podajanje med promocijo, lobisti in znanostjo.

Najprej so znanstveniki ugotovili, da je med tistimi, ki zbolevajo za rakom kože, največ uporabnikov zaščitnih sredstev. Zelo slaba statistika, ki so jo zagovorniki naravnih rešitev takoj izkoristili ter s prstom pokazali na zelo sumljive filtre in pomožna sredstva, ki so v teh izdelkih. Da situacija ne postane preveč neprijetna, so znanstveniki hitro ugotovili, da je težava v tem, da uporabljena sredstva odlično ščitijo pred UVB žarki, UVA žarke pa filtrirajo le delno. Prav ti pa naj bi bili zaslužni za resne poškodbe.

Kljub temu da med uporabniki naravnih sredstev ni bilo zaslediti tovrstnih dokazov (torej so že stara naravna sredstva omogočala dobro zaščito), so prišli do novih znanstvenih zahtev, kakšno razmerje mora biti med UVA in UVB zaščito v posameznem pripravku. Vse za boljšo varnost potrošnikov torej! In tako je nastal novi standard, ki je »slučajno« takšen, da naravni pripravki, ki so bili v tem trenutku na trgu, tega pogoja niso mogli izpolniti.

Tako sta nastopili leti vakuuma, v katerem ste mnogi, verjetno tako kot mi, raje uporabljali stara in preverjena sredstva, četudi s pretečenim rokom, kot da



**Velik izbor  
odlične naravne  
kozmetike**

**EKO Trgovina**  
**www.srcek.si**

Nove Fužine 49, Ljubljana Tel. 051 720710

bi se vrnili k nafti in sintetičnim filtrom. Na srečo so naravni ponudniki vrzel hitro zapolnili in uspeli priti do formulacij, ki na naravni način dosežejo tudi novo raven zaščite. Kljub temu pa je opazno, da so skoraj vsi novi naravni izdelki na trgu prej nepoznane blagovne znamke, ki ponujajo le to linijo izdelkov. Med večjimi krovnimi blagovnimi znamkami so sončno nego v svoji ponudbi obdržali le Lavera in Sante. Ko smo spraševali Weledo, Dr. Hauschko in ostale, zakaj oni nimajo več takšnih izdelkov, so nam zaupali, da je čas, potreben za resno testiranje



Zaščita  
človeka pred  
soncem

Zaščita  
zemlje pred  
človekom.

**BIOSOLIS**  
Organic Certified Sun Care

## Ekološko certificirana zaščita pred soncem

Popolna linija izdelkov za zaščito pred soncem.  
Za vse tipe kože, za vso družino.

**100% mineralna zaščita brez nanodelcev.** Zagotovljeno brez parabenov, ftalatov in naftnih derivatov. Pri **Ecocert** Greenlife certificirana naravna in ekološka kozmetika z visoko vsebnostjo prave aloeje, ki ščiti in vlaži vašo kožo.

Na voljo v vseh poslovalnicah DM v Sloveniji ter na [www.srcek.si](http://www.srcek.si)



**GaleoCosmetics**  
Natura

Za Slovenijo distribuira Prema d.o.o., Ul. majorja Lavriča 12, 1000 Ljubljana;  
Email: [info@prema.si](mailto:info@prema.si) tel.: 01/510 1130

tovrstnih izdelkov, vsaj tako dolg kot rok uporabe (ker nihče ne more natančno vedeti, kakšna bo stabilnost in učinkovitost izdelka po treh letih ležanja na polici, če tega ni preveril), zato ne želijo tvegati, da bi na trg dali nekaj, kar bi ob morebitnih težavah ogrozilo celoten ugled blagovne znamke.

Če ne drugega, je torej nova zakonodaja čez noč vzela del tržnega deleža blagovnim znamkam, ki so jih zalotili nepripravljene. S tem so si, če ne drugega, kupili čas, promocijski velikani pa danes na trgu obračunavajo z novimi produkti, v katere morajo proizvajalci vložiti veliko več, da pridobijo zaupanje potrošnikov, ki zanje nikoli prej niso slišali. Obstaja še ena teorija, ki pravi, da so veliki, ki so točno vedeli, kakšno spremembo zakonodaje želijo doseči, potihoma že pripravili naravne izdelke, ki tem pogojem ustrezajo, in ustanovili ali kupili majhna podjetja, skozi katera zdaj prevzemajo tudi ta del tržne niše.

Kot potrošnikom nam verjetno ni tako pomembno, v katere žepe se bo zlil dobiček od naših nakupov, če vsaj dobimo tisto, kar smo plačali. Zato smo veseli, da lahko gremo varno na sonček in brez tveganja, da je naša krema bolj nevarna od samih sončnih žarkov. Kljub temu pa ostaja odprto vprašanje, in sicer katerega segmenta se bodo zdaj lotili s svojimi znanstveno-zakonodajno-promocijskimi pristopi.



© Vinićius Depitzol

## Poletne skrbi!

Ali ste vedeli, da je poraba kozmetičnih sredstev največja poleti? Ali je to resnična ali »vzgojena« potreba, ne vemo, toda dejstvo je, da takrat porabimo več dezodorantov, več sredstev za depilacijo, več sredstev proti celulitu, več sredstev za sončenje, samoporjavitev in nego po sončenju, stopala se bolj potijo, noge otekajo, lase pa sušita sonce in slana voda ... In tudi za vse to potrebujemo kopico preparatov. Ob vsem tem svoj odmerek kemije terjata tudi držanje klopov na varni razdalji in obramba pred komarji.

Ne želimo vam pokvariti poletja, le opozoriti vas želimo, da utegnejo biti medsebojni »koktajl učinkov« vseh navedenih kozmetičnih sredstev pravo presenečenje in dodatna obremenitev za telo.

Zato je dobro pretehtati, kaj zares potrebujemo in česa ne, ter nato poiskati izdelek s čim bolj naravno sestavo.

### Prednost dolgega krila!

Ali ste kdaj pomislile, koliko težav lahko odpravite z enim navadnim dolgim krilom. Ne bo vas skrbela depilacija, ne bo treba skrbeti za kakšen odvečen kilogram in celulit na bokih, noge bodo počivale v senci in tudi vene vam bodo hvaležne, pa še kreme za sončenje ne boste potrebovale.

### Prednost ohlapnih oblačil

Razen vseh zgoraj navedenih prednosti je največja ta, da je lahko zrak med vami in oblačilom izolator, zato vam bo manj vroče, manj boste

# vita care

**To poletje NE POZABITE na:**

- **Organska krema za sončenje EKO BIO SOLEIL**  
certificirano popolnoma naravna, z zaščitnimi faktorji 6, 15 in 30.
- **Naravni gel Aloe Vera HÜBNER**  
za pomiritev razdražene kože po sončenju in globinsko regeneracijo. Tudi za pomiritev kože po pikih komarjev.
- **100% naravni repelenti PICKSAN**  
Za zaščito pred klopi in komarji. Nežni in učinkoviti, primerni za otroke in odrasle. Klinično in dermatološko testirani.

[www.vitacare.si](http://www.vitacare.si)

Qlandia **MARIBOR** · Qlandia **NOVA GORICA**  
Mercator Primskovo **KRANJ** · Planet TUŠ **KOPER**

**Kupon za 20% POPUST**  
pri nakupu sončne linije **EKO BIO SOLEIL**

prepoteni in posledično manj dehidrirani. Beduini vedo, kaj počnejo, ko so v največji vročini najbolj oblečeni.

Zlasti če imate težave z venami in s »težkimi nogami«, je pomembno, da se izognete ozkim hlačam ali dokolenkam, ki imajo elastiko in lahko povzročajo zastoje v cirkulaciji krvi. Ko kupujete nogavice ali dokolenke, poiščite takšne brez elastike (da ostanejo na svojem mestu, je poskrbljeno z drugačnim načinom pletenja).

Ohlapna oblačila, ki pokrivajo večji del telesa, imajo še to prednost, da vas komarji pod njimi ne najdejo. Če pa že potrebujete kemično obrambo, jo lahko nanašate neposredno na oblačila. Naravna eterična olja, iz katerih se izdeluje večina naravnih repelentov, ne puščajo mastnih madežev, kar za kemična sredstva ne velja.

## Ni ga čez prhanje!

Namesto da bi pore zapirali z antiperspiranti, si raje privoščite osvežitev večkrat na dan. Ni ga čez osvežilno prhanje. Če imate težave z venami, usmerite tako hladno vodo, kolikor jo prenesete, na stopala in nato curek pomikajte navzgor. To deluje kot blaga limfna drenaža – takoj se boste počutili prerojeno. Če ste v službi in si prhanja ne morete privoščiti, se navadite imeti ob sebi bombažno krpico, s katero se lahko na stranišču večkrat na dan osvežite pod pazduho, po dekolteju, zapestju ali gležnjih. Kako to prija!

## Svoboda za stopala!

Poletje je čas, ko lahko nogam končno omogočimo, da se dotaknejo tal, trave, peska, kamna itd.

Kadar pa ne morete bosih nog naokrog, je dobro izbrati obutev, ki diha in je iz naravnih materialov. Pogled na noge mimoidočih namreč razkriva, da večina ljudi svoje noge spreha naokrog v »plastični embalaži«. Zato ne preseneča, da se glivice pri njih počutijo zelo dobro.

100% naravni izdelki proti komarjem in klopom

ELEKTIVNE KOMPLET PROTI KOMARJEM ZA PROTOR - 45 ml

PRILIC ZA TELO PROTI KOPALJEM, KLONAM IN CIGALAM (ROSE TINE) - 100ml

Na voljo v spletni trgovini [www.ekolife.si](http://www.ekolife.si) in specializiranih trgovinah ter privat lekarnah.

[www.EKO LIFE.si](http://www.EKO LIFE.si)  
Moj način življenja



WELEDA

90 let

V harmoniji  
s človekom  
in naravo

## Lahkih nog naokrog

### Venadoron - emulzija za krepitev ven za lahke, naravno lepe noge

Venadoron® je losjon z rastlinskimi izvlečki, ki poživljajo utrujene noge in telesu podarijo svežino in vitalnost. Dokazano pospešuje mikrocirkulacijo in presnovo v celicah.

Uporaba: emulzijo, ki se hitro vpije, zjutraj in zvečer, po potrebi tudi čez dan, z rahlimi krožnimi gibi nanesite na kožo. Posebno primerna je za uporabo med nosečnostjo in v kombinaciji s kompresijskimi nogavicami.



### Tonik za kožo povsem nemasten losion

Osveži utrujene noge, pospeši prekrvitev in presnovo kože. Je prijeten za uporabo in blagodejen za vse, ki trpijo zaradi občutka teže v rokah in nogah.

Uporaba: 1-2 krat dnevno rahlo vtremo v kožo rok oz. nog z dolgimi potegi v smeri srca. Nato noge dvignemo za nekaj minut. V redkih primerih se lahko pojavi kožna alergija, ki po uporabi preneha. Tonika ne smemo uporabljati, če je koža vneta ali preobčutljiva na arniko.



### Masažno olje z arniko

Masaža z oljem arnike zagotavlja boljše prekrvitev mišičevja in sprošča napetost in krče v mišicah. Olje je še posebej priporočljivo za aktivne športnike. Prav tako pa z redno uporabo preprečuje nastajanje nosečniških strij in prezgodnje staranje kože.

Uporaba: po prhanju ali kopeli nanesemo na dlani, porazdelimo po vlažnem telesu in s krožnimi gibi, ki naj potekajo v smeri srca, rahlo vtremo v kožo.



Zastopa: TAMASCHI d.o.o., Ljubljana,  
Kočevska cesta 42, 1291 Škofljica.



© marky\_ch - Fotolia.com

## Obsojeni na molk?

Besedilo: Sanja Lončar

Ali ste se kdaj vprašali, zakaj o biodinamiki tako malo berete v drugih medijih (izjema je revija Rože in Vrt), slišite na radijskih valovih ali gledate po televiziji?

Razlog je preprost – biodinamika je preveč samozadostna. Ne potrebuje stvari, ki bi jih morali kupiti, če želite pridelovati po tej metodi, zato

tudi mediji ne morejo najti oglaševalca, ki bi ob takšnih vsebinah rad oglaševal.

Biodinamiki vzgajajo rastline tako, da lahko shranijo njihova semena brez izgube na področju kakovosti. Zato potrebujejo iz leta v leto vse manj kupljenih semen. Za ohranjanje rodovitnosti zemlje pa jim prav tako ni treba vsako leto lokalnemu kmetu plačevati za prikolico gnoja (ali ga kupiti v vrečah v vrtnariji), saj je življenje v njihovih tleh bujno že zahvaljujoč domačemu kompostu in redni uporabi zeliščnih pripravkov. Tudi za različne oblike »zaščite« jim ni treba odšteti niti evra, saj težave na vrtu takšen način pridelave že v osnovi prepreči, če pa se kakšna težava že pojavi, jo obvladujejo s homeopatskimi pripravki, ki jih izdelajo sami.

Že modri kitajski cesar Su Wen je zapisal: »Skati rešitev, ko je bolezen že izbruhnila, je enako kot poskušati utišati upor ljudstva, ko je že izbruhnil, ali kopati vodnjak, šele ko začutiš žejo. Ali ni takrat že prepozno?«

In prav to je bistvo opazovanja, načrtovanja, čutenja zemlje, okolja in vseh krogotokov v njej. Zato je biodinamičen pogled morda nekoliko bolj zapleten, kot bi pričakovali. Če ste do zdaj razmišljali, da je vaš vrt velik, denimo, sto kvadratnih metrov, naenkrat dojamete, da nanj vpliva vse vesolje ter veliko drugih subtilnih vplivov, o katerih prej sploh niste razmišljali.

Zato biodinamika ni skupek pravil in receptov, ki jih je pred več kot 80 leti izrekel Rudolf Steiner. Tudi ne začinja se z njim. To je zavedanje, ki ga je človeštvo korak za korakom dosegalo skozi mnoga tisočletja razvoja. Steiner je to znanje in področja skritega le ponovno vrnil med ljudi. O moči vrtničenja vode in njeni blagodejnosti tako za človeka kot za naravo, o kozmičnih vplivih ter ritmičnih leta, meseca najdemo tudi tisočletja stare zapise. Njemu pa gre zaslug, da je to znanje, ki je v Evropi 20. stoletja že tonilo v pozabo, obudil in ponudil kot odgovor na nove izzive časa, v katerem se nahajamo.

Steiner je pokazal smer in povedal: »Ne verjemite ničesar, temveč preizkušajte.« Pred vami je poletje, ki je kot nalašč, da resnično preizkusite marsikaj na svojem vrtu. Bodite radovedni. Izberite kakšno aromatično rastlino na svojem vrtu in preverjajte, kako se njena aroma in okus spreminjata od jutra do večera, od dneva do dneva. Zapišite si, kdaj je bil vonj najmočnejši in potem to primerjajte z dnevi za cvet. Ugotovili boste, kateri setveni kolerdar najbolj odraža dogajanje v naravi. Nabirajte zdravilne rastline ob pravih dnevih (za cvet), za poskus pa manjšo količino enake rastline naberte

**REVITAN®**  
REVITALIZATOR VODE

- **Izboljša vitalnost in kakovost pitne vode**
- **Uredi strukturo vode**

Enostavna namestitev na obstoječo pipo

**www.revitan-h2o.si**  
T: 031 638 077



in posušite tudi na dan za list. Označite posode, v katerih jih shranjujete, in čez nekaj mesecev, ko boste odprli kozarec, boste lahko sami ugotovili, ali čutite razliko. Ko začnete nabirati sadeže za vlaganje, bodite pozorni, kako se iz dneva v dan spreminja njihova sladkost ter kako se ta naenkrat izgubi pred nevihto. (Ko rastlina začuti hiter padec pritiska, sladkor »evakuira« v območje korenin). Na vrtu različno tretirajte enake rastline. Polovico gredice s solato lahko škropite z izbranimi preparati, polovice pa ne – in na lastne oči boste preverili, kakšna je razlika. Tudi v najbolj senčni del vrta zasejte gredico z rastlinami, ki potrebujejo svetlobo. Nato del te gredice poškopite s preparatom kremen iz roga, del pa pustite brez »dodatka svetlobe«.

Sistematično zapisujte svoja opažanja ... Verjetno boste kar kmalu ugotovili, da v naravi resnično delujejo ritmi, ki jih je dobro poznati in se z njimi uglasiti.

Imeli boste manj dela, manj težav na vrtu ter boljše pridelke in več veselja. Splača se poskusiti.

Vse navedeno lahko počnete sami, veliko lažje pa je v dobri družbi. Zlasti priprava preparatov in homeopatskih škropiv je delo, ki ga je lažje opraviti v skupini. Zato v Sloveniji iz leta v leto raste število društev Ajda. V juniju je prvo ustanovljeno društvo Ajda Vrzdenc obležilo 20-letnico svojega delovanja. Istočasno pa je deseto obletnico obeležila tudi Zveza društev Ajda-Demeter, ki danes povezuje 12 društev s približno 2.000 člani po vsej Sloveniji.

## SOBOTA, 6. AVGUST

### PRAKTIČNO IZOBRAŽEVANJE

**Breg pri Žirovnici, Domačija Vočne, od 17. do 19. ure.**

Nabiranje rmana in njivske preslice, presajanje jagod, spravilo krompirja, oranje in nabiranje njivske preslice.

Organizira: Društvo Ajda Gorenjska.

## SREDA, 17. AVGUST

### PREDAVANJE O POSEBNOSTI OBDELAVE TAL

**Zadružni dom Zadvoru ob 20. uri (Cesta II. grupe odredov 43, 1261 Lj.-Dobrunje)**

Predavanje Alenke Svetek, predsednice društva, na temo **PODOLINSKY** – posebnost obdelave tal. Informacije na tel. št.: 041 364 897. Organizira: Društvo Ajda Sostro.

## Zveza Ajda

Zveza društev za biološko - dinamično gospodarjenje Ajda - Demeter Slovenija  
<http://www.zveza-ajda.si>; tel.: 01 721 48 00

### Seznam društev v Zvezi Ajda:

#### 1. Društvo Ajda Dolenjska

predsednik: Josip Lusavec; 031 645 476;  
 joze.lusavec@gmail.com

#### 2. Društvo Ajda Domžale

predsednik: Jože Grabljevec; 041 323 249;  
 ajda.domzale@gmail.com

#### 3. Društvo Ajda Gorenjska

predsednica: Mihaela Zalokar; 04 572 5618;  
 monika.brinsek@gmail.com

#### 4. Društvo Ajda Goriška

predsednica: Greta Sorta  
 podpredsednica: Lea Beranič; 031 305 489;  
 lea.beranic@gmail.com

#### 5. Društvo Ajda Koroška

predsednica: Tončka Ločičnik; 041 340 871;  
 toncka.locicnik@loris.si

#### 6. Društvo Ajda Posočje

predsednica: Mojca Virc  
 ajda.posocje@gmail.com

#### 7. Društvo Ajda Sostro

predsednica: Alenka Svetek; 041 364 897;  
 alenka.svetek@gmail.com

#### 8. Društvo Ajda Štajerska

predsednik: Stanko Krašovec; 051 394 494;  
 ajda.stajerska@gmail.com

#### 9. Biodinamično društvo Pomurje

predsednica: Klavdija Šalamun  
 podpredsednica: Daniela Topolovec ; 040 373 332;  
 biodinamiki.pomurja@gmail.com

#### 10. Biodinamično društvo LAN Bela Krajina

Predsednica: Marija Vranesič; 040 717 575;  
 tina.vranesic@gmail.com

#### 11. Biodinamično društvo Podravje

Predsednik: Drago Purgaj; 031 405 502;  
 kmetija.demeter@gmail.com

#### 12. Društvo Ajda Posavje

predsednik: Janez Košar; 040 464 535;  
 janez.kosar23@gmail.com

#### 13. Sadjarsko društvo Borovnica

predsednik: Rudi Cerk; 030 604 004;  
 klara.cerk@gmail.com

V koledarju objavljamo dogodke, ki jih organizirajo različna društva in organizacije iz vse Slovenije. Ker v redakciji nimamo možnosti, da bi preverjali kakovost vseh predavanj, delavnic in seminarjev, se včasih zgodi, da njihova vsebina ne sledi načelom, za katere si prizadevamo v projektu »Skupaj za zdravje človeka in narave«.



Za lažje razločevanje zato vse dogodke, ki so v naši organizaciji ali z našim sodelovanjem, označujemo s kompasom.

### PETEK, 8. JULIJ

## TEČAJ REFLEKSOTERAPIJE – KITAJSKI STIL

**Higeja, Ptujška ulica 19, Ljubljana**

3-dnevni tečaj tečaj v organizaciji Higeje, šole za maserje in terapevte, poteka med vikendom. Predavatelj na tečaju bo Željko Radmanović, manualni terapevt in tuinolog. Cena tečaja je 250 EUR. Prijavite se lahko do 06. julija 2011. Prijave in informacije na tel. št.: 01 54 63 201, GSM: 041 540 942, [www.higeja.si](http://www.higeja.si).

### PETEK, 8. JULIJ

## TEČAJ KLASIČNE MASAŽE V MARIBORU

**Higeja, Hotel Betnava, Ulica Eve Lovše 15, Maribor**

45-urni tečaj v organizaciji Higeje, šole za maserje in terapevte, poteka med vikendom. Predavateljica na tečaju bo Marina Bačić, diplomirana fizioterapevtka. Cena celotnega tečaja je 550 EUR. Prijavite se lahko do 06. julija 2011. Prijave in informacije na tel. št.: 01 54 63 201, GSM: 041 540 942, [www.higeja.si](http://www.higeja.si).

### PETEK, 15. JULIJ

## OSVEŽITVENO-NADALJEVALNI TEČAJ KLASIČNE MASAŽE

3-dnevni tečaj v organizaciji Higeje, šole za maserje in terapevte, poteka med vikendom. Predavatelj na tečaju bo Željko Radmanović, manualni terapevt in tuinolog.

Pogoj za udeležbo na tečaju je osnovno poznavanje klasične ali tuina masaže.

Cena tečaja je 250 EUR.

Prijavite se lahko do 13. julija 2011. Prijave in

informacije na tel. št.: 01 54 63 201, GSM: 041 540 942, [www.higeja.si](http://www.higeja.si).

### PETEK, 22. JULIJ

## SEMINAR AURIKULOTERAPIJE

**Higeja, Ptujška ulica 19, Ljubljana**

3-dnevni seminar v organizaciji Higeje, šole za maserje in terapevte, poteka med vikendom. Predavatelj na seminarju bo Željko Radmanović, manualni terapevt in tuinolog.

Aurikuloterapija je majhen, toda pomemben del kitajske tradicionalne medicine. Terapevt stimulira akupresurne točke na ušesu z uporabo masažnih tehnik in posebnih pripomočkov.

Cena seminarja je 250 EUR.

Prijavite se lahko do 19. julija 2011. Prijave in informacije na tel. št.: 01 54 63 201, GSM: 041 540 942, [www.higeja.si](http://www.higeja.si).

### PETEK, 22. JULIJ

## OKREPIMO VRANICO

**Biotehniški izobraževalni center, Ižanska cesta 10, Ljubljana od 15. do 21. ure.**

Vranico se bomo naučili krepiti predvsem s prehrano, delavnica pa vključuje tudi akupresuro, vaje in dihalne tehnike po načelih TKM.

Delavnico vodi Živa Pogačnik, dao inštruktorica. Cena: 75 EUR; obvezne prijave na tel. št.: 040 752 266 ali po e-pošti: [ziva.pogacnik@gmail.com](mailto:ziva.pogacnik@gmail.com) do 19. 07. 2011.

### PONEDELJEK – SOBOTA, 25. – 30. JULIJ

## DOŽIVLJAJSKI TABOR S KONJI

**Na posestvu Islandski konji Trnje pri Pivki**

6-dnevno življenje v naravi in druženje z islandsko čredo konj ob zdravi bio vegi hrani.

PRIJAVE zbiramo do 07. 07. 2011. Dodatne informacije po e-pošti: [ana.bordjan@gmail.com](mailto:ana.bordjan@gmail.com) ali na tel. št.: 040 554 032 ali [urska.kugonic@gmail.com](mailto:urska.kugonic@gmail.com), tel. št.: 040 291 660.

Organizira: Belmondo, Zavod za izobraževanje, svetovanje, aktivnosti in terapijo s konji.

### PETEK, 29. JULIJ

## SEMINAR KINEZIOTAPINGA

**Higeja, Ptujška ulica 19, Ljubljana**

3-dnevni seminar v organizaciji Higeje, šole za maserje in terapevte, poteka med vikendom.

Seminar vodi Željko Radmanović, manualni terapevt in tuinolog.

Kineziotaping je napredna tehnika lepljenja trakov za podpiranje mišičnih funkcij.

Cena seminarja je 250 EUR.

Prijavite se lahko do 27. julija 2011. Prijave in informacije na tel. št.: 01 54 63 201, GSM: 041 540 942, [www.higeja.si](http://www.higeja.si).

### PETEK, 5. AVGUST

## TEČAJ KLASIČNE MASAŽE

**Higeja, Ptujška ulica 19, Ljubljana**

45-urni tečaj v organizaciji Higeje, šole za maserje in terapevte, poteka med vikendom. Predavatelj na tečaju bo Željko Radmanović, manualni terapevt in tuinolog.

Cena celotnega tečaja je 550 EUR. Prijavite se lahko do 03. avgusta 2011. Prijave in informacije na tel. št.: 01 54 63 201, GSM: 041 540 942, [www.higeja.si](http://www.higeja.si).

### PETEK, 5. AVGUST

## OKREPIMO SRCE

**Biotehniški izobraževalni center, Ižanska cesta 10, Ljubljana od 15. do 21. ure.**

Srce se bomo naučili krepiti predvsem s prehrano in drugimi tehnikami TKM. Delavnico vodi Živa Pogačnik, dao inštruktorica. Cena: 75 EUR; obvezne prijave na tel. št.: 040 752 266 ali po e-pošti: [ziva.pogacnik@gmail.com](mailto:ziva.pogacnik@gmail.com) do 03. 08. 2011.



### NEDELJA, 7. AVGUST

## ZAMOČANE ZDRAVILNE MOČI ZAČIMB – RAK

**EKOFEŠT Žalec v Ekomuzeju ob 10:30 uri, 4. nadstropje**

Ali verjamete, da lahko začimbe preprečijo in celo zdravijo raka. Prisluhnite dokazom. Predava Sanja Lončar. Vstopnina 5 EUR.

### PETEK, 19. AVGUST

## OSVEŽITVENO-NADALJEVALNI TEČAJ KLASIČNE MASAŽE

**Higeja, Ptujška ulica 19, Ljubljana**

3-dnevni tečaj v organizaciji Higeje, šole za maserje in terapevte, poteka med vikendom. Predavatelj na tečaju bo Željko Radmanović, manualni terapevt in tuinolog.

Pogoj za udeležbo na tečaju je osnovno znanje klasične ali tuina masaže.

Cena tečaja je 250 EUR. Prijavite se lahko do 17. avgusta 2011. Prijave in informacije na tel. št.: 01 54 63 201, GSM: 041 540 942, [www.higeja.si](http://www.higeja.si).

### PETEK, 19. AVGUST

## OKREPIMO PLJUČA

**Biotehniški izobraževalni center, Ižanska cesta 10, Ljubljana od 15. do 21. ure.**

Pljuča se bomo naučili krepiti predvsem s prehrano, delavnica pa vključuje tudi akupresuro, vaje in dihalne tehnike TKM. Delavnico vodi Živa Pogačnik, dao inštruktorica. Cena: 75 EUR; Obvezne prijave na tel. št.: 040 752 266 ali po e-pošti: [ziva.pogacnik@gmail.com](mailto:ziva.pogacnik@gmail.com) do 16. 08.

### JULIJ/AVGUST

V **združenju naravni začetki** se bo tudi tekom poletja veliko dogajalo. Koledar vseh dogodkov za starše in bodoče starše najdete na: <http://www.mamazofa.org/napovednik.html>

## Bi želeli naše novice prejemati na dom?

Finančna sredstva nam ne omogočajo kritja stroškov pošiljanja na individualne naslove. Če bi želeli naše novice prejemati na dom, prosimo za prispevek, ki ga lahko nakažete na TRR: 0201 1025 5748 080, Prejemnik: Društvo Ognjič, Zapotok 54, 1292 Ig. Namen: Prispevek.

Priporočamo se za 7 EUR ali več. Vsak prispevek nam pride prav, da lahko še naprej širimo mrežo vrtcev, šol in zdravstvenih domov, ki jim pošiljamo naše novice. Prispevke lahko pošljete tudi v obliki poštne znamke A.

Banka nam žal ne nudi popolnih podatkov pošiljateljev prispevkov, zato vas naprošamo, da nam pošljete kopijo plačane položnice, ali nam popolne podatke (ime, naslov, datum plačila) posredujete po e-pošti na naslov [posljite.novice@gmail.com](mailto:posljite.novice@gmail.com). S tem boste zagotovili, da bodo obvestila nemoteno prihajala na vaš naslov.



Kot vidite, so zaradi pomanjkanja prostora napovedniki zelo skrajšani. Celotne opise predavanj in delavnic ter še veliko drugih dogodkov, za katere je zmanjkalo prostora, si preberite v koledarju dogodkov na [www.zazdravje.net](http://www.zazdravje.net).

# Nesramne laži v oglasih za otroke

Besedilo: Sabina  
Topolovec



Na spletni strani Zveze potrošnikov Slovenije preberem:

„Zavajajoče oglaševanje je prepovedano. To je vsako oglaševanje izdelkov ali storitev, ki vsebuje nejasnosti, čezmerna pretiravanja ali druge podobne zavajajoče sestavine in izkorišča dejstvo, da potrošniki nimajo ustreznih izkušenj ali znanja. Še posebej pa so v naši zakonodaji zaščiteni otroci.“

In pa tudi: „Med nepošteno poslovno prakso sodijo tudi zavajajoče oglaševanje, navajanje napačnih podatkov ali informacij ter prikrievanje pravih podatkov o izdelku ali storitvi.“ Vam vse skupaj zveni logično, toda obenem težko združljivo z mnogimi oglasi, ki smo jim priča vsak dan?

Oglejmo si, kako oglaševanje urejajo slovenski predpisi - Zakon o medijih v 49. členu navaja:

... (2) Oglaševanje ne sme moralno ali psihično prizadeti otrok. Zato se z oglasi ne sme:

- vzpodbujati otrok k nakupu proizvodov ali storitev z izkoriščanjem njihove neizkušenosti in lahkovernosti;
- vzpodbujati otrok, da bi prepričevali starše ali koga drugega v nakup proizvodov ali storitev;
- izkoriščati posebnega zaupanja otrok v starše, učitelje ali druge osebe;
- neupravičeno prikazovati otrok v nevarnih situacijah.

Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami v 10. členu navaja tudi, da je poslovna praksa agresivna zlasti, če podjetje v oglasnem sporočilu neposredno nagovarja otroke k nakupu oglaševanih izdelkov ali prepričuje starše ali druge odrasle osebe, da otrokom kupijo oglaševane izdelke.

Kljub temu, da je vse skupaj zapisano v zelo jasnem in preprostem jeziku, mnoga oglasna sporočila, tudi tista, namenjena najmlajšim, tega ne upoštevajo. Je res dovolj, da nekaj slišimo po



televiziji in potem to verjamemo? Kdaj nam bo dovolj in bomo udarili po mizi? Ali se zavedamo moči oglasov na naše otroke? Ali vemo, da so prav oni ena izmed glavnih tarč mnogih oglaševalcev? Se zavedamo, kako zelo so dovzetni za privlačne barvne in zvočne prikaze, ki nehotе odzvanjajo v ušesih tudi nam, staršem?

Televizijo zelo redko spremljam, oglase preskočim, pa vendar mi hipoma v spomin prihrumi pesmica o Barniju. Znam celo del besedila. „Ime mi je Barni, sem prijatelj otrok, prihajam z dežele žit. Moj svet je poln mleka in odlične čokolade ...“ Si jo že prepevate? Skoraj upam si staviti, da jo vaš otrok zelo dobro pozna. Ker je to prva televizijska reklama, ki mi pride na misel, pobrskam po spletu. Zanimivo, o njej potekajo celo razprave v spletni klepetalnici. Odzivi na reklamo so izvrstni, starši so skoraj brez izjeme navdušeni. Na YouTubeu hitro najdem reklamo v celoti. Če sodite med tiste, ki ne berete deklaracij, vas v nakup gotovo prepriča tudi: „S pšenico, z mlekom in s čokolado, brez barvil in konzervansov.“ Vrhunec vsega pa je zaključni slogan: „Hranljiva malica za vaše malčke.“ Toda preden se odpravim do trgovine, da si polžiče preberem, kaj v resnici pomenijo „dežela žit, mleko in odlična čokolada“, na spletnem portalu Žurnal24.si najdem podatek, da vsebuje 100 g navedenega peciva kar 34 g sladkorja in 15 g maščob. Da je hranljivo, lahko morda sklepamo zgolj iz podatka, da vsebuje kar 390 kcal.

Spomnim se še slogana: „Mleko najljubši piškot.“ Gre za Oreo piškote, o katerih spet brez posebnih težav najdem podatke na spletu. Na spletni strani Zveze potrošnikov Slovenije so vzeli pod drobnogled prav te piškote. Pišejo o agresivnem oglaševanju kakavovih piškotov ki v resnici vsebujejo 41 % sladkorja, 21 % maščob, 11 % nasičenih maščobnih kislin v 100 g piškotov. In še: en piškot tehta le 11 gramov, vsebuje pa kar 52 kilokalorij. Prehranski semafor na isti spletni strani kaže rdečo. Vas zanima, kdaj se bo po kriterijih Zveze potrošnikov prižgala zelena in lahko speljete? Ko bo v 100 g živila manj kot 5 g sladkorja, manj kot 3 g maščob in manj kot 1 g nasičenih maščobnih kislin. Govorimo torej o osemkratnem presežku sladkorja, sedemkratnem presežku maščob ter enajstkratnem presežku nasičenih maščobnih kislin.

Ste opazili, kako reklame pogosto pritiskajo na starše? Ker si želite da bi imel trdne kosti boste kupili izdelek x, ker si želite da bi imel boljši imunski sistem mu boste vsak dan privoščili xy, ker rabi energijo za šport mu obvezno nabavite yy, in če želite da ga vse punce gledajo kot angela, mora dišati po xy mehčalcu za perilo.

Verjetno je primerov več kot dovolj. Ko boste naslednjič gledali televizijo ali oglase spremljali kako

drugače, bodite pozorni na vsebino. Če menite, da je oglas zavajajoč ali da neko podjetje izvaja katerega izmed dejanj, ki sodijo v nepošteno poslovno prakso, obvestite o tem tržno inšpekcijo. Oglaševalca lahko prijavite tudi Slovenski oglaševalski zbornici, da presodi, ali je član zbornice kršil oglaševalski kodeks. Oglas za Danacol, ki je očitno tudi trpežnim Slovencem šel čez mejo, in sta dva potrošnika skupaj z ZPS poslala prijavo, je oglaševalsko razsodišče razglasilo za kršitev pravilnika in so ga morali umakniti. Hvala tem dveh osebam, da nam ni več treba gledati sirote deklice, ki očita očetu da ne drži obljubo, ker si ne znižuje holesterola. Odločbo razsodišča si lahko ogledate na spletni povezavi: [http://www.soz.si/oglavevalsko\\_razsodisce/arhiv\\_razsodb/191/](http://www.soz.si/oglavevalsko_razsodisce/arhiv_razsodb/191/)

Ko govorimo o nepoštenih oglasih, namenjenih otrokom (ali staršem), so oglasi, ki nas prepričujejo v nakup posameznih živil ali pijač, gotovo prvi, ki nas zbodejo, če vsaj nekoliko premislimo o zadevi. Poleg teh pa nas preplavlja tudi poplava oglasov različnih mobilnih operaterjev – samo pomislite, na kakšen način privabljajo naše najmlajše k nakupu tega ali onega aparata ali te ali one storitve. Zdi se, da otroci nikoli niso zares dovolj „ku“, ko pa se že zdi, da so, pridejo nov oglas, nov aparat, nova melodija ... Nikoli končana zgodba. Ali pa reklame za pralna sredstva. In še bi lahko naštevala.

Televizijski oglasi za izdelke v veliko sladkorja in maščobe nas lahko resno skrbijo, če vemo, da je debelost vedno pogostejši pojav tudi že med otroki. Na kalifornijski univerzi v Berkeleyu so izvedli študijo, v kateri so dokazali, da je pojav povečane telesne mase v neposredni povezavi s spremljanjem televizijskih oglasov. Dvanajstletniki, ki spremljajo tovrstne oglase, so imeli večji indeks telesne mase od otrok, ki so gledali le DVD-je brez oglasov.

V Nemčiji je med leti 2003 in 2004 potekala zanimiva 17-mesečna kampanja, namenjena otrokom, staršem, učiteljem in vzgojiteljem. Finančno jo je podprlo tudi zvezno Ministrstvo za varstvo potrošnikov, prehrano in kmetijstvo. Z njo so želeli ljudi izobraziti in poučiti o nevarnostih zavajajočega oglaševanja. Precej primerov je pristalo na sodišču, nekateri so bili tudi uspešno rešeni.

Ob vsem tem pomislim, da bi bilo morda smiselno v šolo vključiti vsebine, ki bi otroke poučile tudi o kulturi oglaševanja in o kritični presoji. Ob prenatrpanih urnikih se zdi, da prav slednje izginja, saj postajamo vedno bolj usmerjeni, ob vsem tem pa izgubljam o čut za prvotne, povsem enostavne stvari. Kanček zdrave pameti zato ne bo odveč, denarnica je pa tako v naših rokah! Zavedajmo se tega!

# So vsi za zdravje?

V zadnjem času postaja domena ZAZDRAVJE vse bolj zanimiva. Ne lastimo si pravice za ti dve besedi. Radi bi videli, da bi nas bilo resnično čim več ZA in ne PROTI zdravju. Želimo pa vas opozoriti, da ni vsaka izvedenka teh besed povezana z nami.

## Ostale zlorabe:

Zaradi preoblice dela težko spremljamo, kaj vse se dogaja z našimi besedili in podatki. Včasih pa zasledimo zlorabe, denimo, ko se kakšno izmed naših besedil pojavi na komercialnih straneh in ob njem izdelki, za katere želijo, da verjamete, da so povezani z našim člankom. Če opazite kaj takega, bomo veseli, če nam boste to sporočili.

Ker vemo, da dobre vsebine ni enostavno ustvariti, podpiramo precejšnje število nekomercialnih spletnih portalov, ki jim dovoljujemo objavo naših člankov, vendar pod pogoji, ki so navedeni tudi na naši spletni strani.



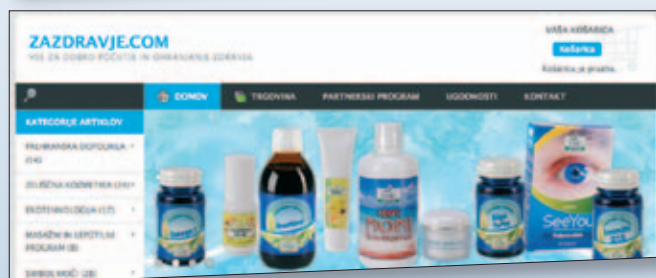
## www.zazdravje.net

To je naša spletna stran in na njej vas bo še naprej čakalo vse, kar je v tiskanih novicah, ter vse, česar v tiskane novice nismo uspeli spraviti. Tudi naš koledar dogodkov je na spletu vsaj trikrat bolj obsežen kot v tiskani obliki, zato vabljeni k branju.



## www.zazdravje.tv

Tudi pri tem imamo mi »prste vmes«. Z veseljem sodelujemo pri tej oddaji, si je pa ne lastimo. Gre za oddajo produkcije Bešter, ki se predvaja na treh televizijskih postajah, na navedenem spletnem naslovu pa je arhiv vseh dosevanih oddaj in nekaj koristnih povezav.



## www.zazdravje.com

To je komercialna spletna trgovina podjetja Netlife d.o.o., na kateri se prodajajo predvsem prehranska dopolnila in kozmetika. Z njimi nismo na noben način povezani. Ker imajo tudi podoben e-naslov, info@zazdravje.com, v naš nabiralnik nekateri pomotoma pošiljate pošto, ki ni namenjena nam.



## www.zazdravje.si

Gre za stran podjetja ALTO d.o.o., ki ima centre za odvajanje od kajena ter ponuja tudi usluge bioresonance. Tudi to ni povezano z našim projektom.

## Vzpostavitev mednarodne mreže in sodelovanja na področju zdravih turističnih destinacij

Društvo Zdrav podjetnik je skupaj z Družbo Oljka gostinstvo, turizem, kmetijstvo in trgovina d.o.o. slovenski partner v mednarodnem projektu »Adriatic health and vitality network«, skupni projekt Adriatic IPA Cross Border Cooperation 2007–2013, ki obravnava tematiko »vzpostavitev mednarodne mreže in sodelovanja na področju zdravih turističnih destinacij«. V projekt so vključeni tudi Občina Buzet (Grad Buzet, Hrvaška), Stomatološki fakultet Sarajevo (BiH), Ekonomski fakultet u Sarajevu – nosilec projekta (BiH), NVO Zeleni dom, Podgorica (Črna gora).

Društvo je v prvi fazi priprave oziroma izvajanja projekta zadolženo za pripravo ustreznih ponudnikov obalno-kraške regije, ki lahko s svojo ponudbo primerno predstavijo našo regijo z vidika nudenja izdelkov in storitev, ki bi lahko bistveno popestrili obstoječo turistično ponudbo, predvsem pa dvignili prepoznavnost regije v sredozemskem prostoru.

Vabijo, da se jim pridružite v njihovem projektu. Če menite, da imate zanimiv izdelek ali storitev, ki bi lahko popestril ponudbo obalno-kraške regije z vidika naravne in kulturne dediščine območja, ob tem pa promovirala tudi vas in vašo dejavnost, nas pokličite na tel. št. 041 836 011 oziroma nam pošljite pisno informacijo na e-naslov: zdrav@gmail.com.

Društvo Zdrav podjetnik, Soška 1, 6000 Koper (spletna stran: [www.zdrav-podjetnik.si](http://www.zdrav-podjetnik.si))

## Ustanovitev waldorfske šole na Gorenjskem

Starši, zbrani v pobudi za ustanovitev waldorfske šole na Gorenjskem, si prizadevamo, da bi svojim otrokom omogočili izobrazbo za življenje ob spoštovanju otrokove individualnosti. Na Gorenjskem že delujeta dva waldorfska vrtca, v šolskem letu 2012/13 pa bo odprla vrata tudi šola. Vse, ki vas zanima vpis otrok ali pa morda veste za prostore v Občini Radovljica ali njeni bližini, vabimo, da se nam oglasite na [waldorfskasola.gorenjska@gmail.com](mailto:waldorfskasola.gorenjska@gmail.com). Več informacij na: [www.waldorf-gorenjska.si](http://www.waldorf-gorenjska.si).

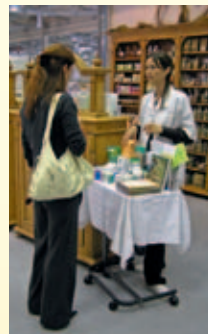


## Vabljeni v Svetovalni Kotiček Zdrženja za obuditev celostnega človeka

Se izgubljate v poplavi »zdravih« informacij? Vas zanima celosten pogled na težave s kandido, z osteoporozo ali s prebavnimi motnjami? Iščete trajne rešitve teh težav, pa ne veste, kje in kako začeti, kako se zazreti vase, kaj jesti, katerim pripravkom zaupati ...?

Vabljeni, da svoj termin brezplačnega svetovanja pravočasno rezervirate. Svetovala vam bo Adriana Dolinar, soavtorica knjig »Resnice in zmote o kandidi«, »Resnice in zmote o osteoporozni« ter priročnika »Vojna ali mir z bakterijami«.

Če se želite prijaviti na posvet, pokličite na spodnje telefone.



### Svetovanja bodo:

- 10. 7. 2011 Sanolabor NG; 05 333 44 96
- 23. 7. 2011 Čajarna NM, 031/348-045

### OBVESTILO:

Društvo Ajda Štajerska ima novi naslov: Soseska 13, 3312 Prebold, in e-naslov: [ajda.stajerska@gmail.com](mailto:ajda.stajerska@gmail.com). Vsa obvestila za tekoči mesec pa najdete na [www.zveza-ajda.si](http://www.zveza-ajda.si) pod »Ajda Štajerska«.

**Dobra volja**  
Pri Katki  
BIO TRGOVINA, KJER DOBITE VELIKO VEČ.

Demeter kozmetika  
Martina Gebhardt

- 100% demeter certificirana kozmetika
- vzorčki so vam na voljo v trgovini

Najdete nas na Stanetovji 19, Celje [WWW.DOBRAVOLJA.SI](http://WWW.DOBRAVOLJA.SI)

# Težave s krčnimi žilami? Sveža moč narave pomaga!

NOVO  
ZDRAVILO



le 2 tableti dnevno

A. Vogel

Da, želim prejeti brezplačen  
Mali vodnik za zdrave vene.

Ime, priimek

Naslov in pošta

E-naslov

Farmedica d.o.o., Leskoškova 12, 1000 Ljubljana.  
"Mali vodnik" lahko naročite tudi po telefonu:  
01.5240216 ali na naslov nasveti@farmedica.si

Za zdravje

Zdravilo Venaforce® z izvlečkom svežega semena  
divjega kostanja

- Zdravi težave pri krčnih žilah in oteklih, težkih ter bolečih nogah.
- Krepi vene in izboljšuje venski obtok v nogah.
- Je registrirano, klinično preizkušeno zdravilo rastlinskega izvora, ki ga uporabniki dobro prenašajo.

Za nego nog priporočamo sočasno uporabo  
Venagel-a z izvlečkom divjega kostanja.

Pionir naravnega zdravljenja  
- od leta 1923

A. Vogel

Zdravilo Venaforce je na voljo brez recepta v lekarnah in specializiranih prodajalnah. Pred uporabo natančno preberite priloženo navodilo. O tveganju in neželenih učinkih se posvetujte z zdravnikom ali farmacevtom.

**farmedica**  
Vaš partner pri zdravju  
[www.avogel.si](http://www.avogel.si), [www.farmedica.si](http://www.farmedica.si)

Proizvaja: Bioforce AG, Švica