

В связи с проведением 15 марта 2016 года Всемирного дня защиты прав потребителей под девизом: «Исключить антибиотики из меню» («Campaign to get antibiotics off the menu») Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека утвержден План действий по подготовке к его проведению.

В настоящее время актуальность здорового образа жизни, рационального, сбалансированного питания имеют большое значение. В этой связи Международная организация по защите потребителей (CI) совместно со странами-членами планирует проведение кампаний, направленных на то, чтобы призвать предприятия быстрого питания прекратить продажу мяса (мясных продуктов), выращенного с использованием большого количества антибиотиков, необходимых для производства лекарств.

Возрастающая устойчивость к антибиотикам достигает опасно высокого уровня по всему миру. Всемирная организация здравоохранения предупреждает, если не предпринять срочных мер, наступит конец эпохе антибиотиков, лекарства перестанут быть эффективными, а простые инфекции и незначительные травмы вновь станут смертельно опасными для жизни и здоровья людей.

Растущая устойчивость к антибиотикам обусловлена их чрезмерным использованием. Около половины антибиотиков, производимых в мире, используются в сельском хозяйстве. При этом большая часть используется для стимуляции роста, а также в качестве превентивных мер защиты от болезней, вместо применения антибиотиков для лечения в случае необходимости.

Несмотря на всемирную озабоченность по поводу чрезмерного использования антибиотиков, их применение в сельском хозяйстве к 2030 году увеличится на две трети: с 63200 тонн в 2010 году до 105600 тонн в 2030 году.

В этой связи в целях предотвращения глобальной угрозы для здоровья населения Международная организация по защите потребителей (CI) призывает убедить продовольственные компании изменить политику в отношении использования антибиотиков. Важную роль в этом процессе могут сыграть потребители и их непосредственное обращение в органы Роспотребнадзора.