

СТРОГОСТИ



Супермаркеты предлагают покупателям широкий ассортимент салатов и других готовых блюд. А соблюдаются ли технологии при их приготовлении — потребителю неизвестно.

Технологов пересчитают

ГУБЕРНАТОР ГРОЗИТ ТОРГОВЫМ СЕТЯМ ПРОВЕРКОЙ

Проверить 20 — 30 крупных торговых сетей города поручил комитету по развитию предпринимательства и потребительского рынка губернатор Георгий Полтавченко. По словам градоначальника, необходимо выяснить, есть ли в крупных магазинах сотрудники со специализированным образованием. «Это неправильно, если в больших сетевых гипермаркетах нет технологов, товароведов. Если таких сотрудников нет, как тогда вообще магазины могут предлагать петербуржцам товары?» — удивился Георгий Полтавченко.

— ЭТО ОЧЕНЬ своевременная и разумная мера, — считает **Всеволод Вишневецкий**, председатель Санкт-Петербургской организации потребителей «Общественный контроль». — Крупные сети в изобилии предлагают населению готовые блюда: салаты и прочее. Во многих из них есть кулинарные цеха, значит, должны быть и соответствующие специалисты. Все блюда повара должны готовить под непосредственным контролем технологов, которые обязаны разработать рецептуру в соответствии с Техническими условиями и другими регламентирующими документами. Все это должно быть отражено на этикетке изделия.

Что же касается технологов, то они обязаны следить за соблюдением санитарных требований и технологий в процессе приготовления пищи, за условиями ее хранения.

Однако, по словам г-на Вишневецкого, на деле часто этого не происходит. В прошлом году по заданию его организации эксперты из аккредитованной пищевой

лаборатории проверяли салаты, купленные в городских торговых сетях, и в 90% из них обнаружили кишечную палочку. Это свидетельствует о том, что надлежащего профессионального контроля за приготовлением и условиями хранения продукции в торговых сетях нет.

Сопредседатель Союза потребителей России **Анатолий Голов**, напротив, полагает, что никакой возможности провести такие проверки по закону у властей нет: потому что торговые сети — частные организации и их личное дело — держать в своем штате технологов и товароведов или нет.

Эксперт уверен, что решение проблемы — в применении жестких санкций:

— Надо штрафовать крупные сети не на десятки тысяч рублей, как это происходит сегодня, — это для них комариный укус, а на сотни тысяч, а то и на миллионы.

Светлана ЯКОВЛЕВА,
Фото Интерпресс

РЕЗОНАНС

Гадания на «Ромашке»

ЭКСПЕРТИЗА ТВОРОГА ПОКАЗЫВАЕТ РАЗНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

«РОССИЙСКАЯ ЗАБАВА: сделай творог без молока» — так называлась публикация в «ВП», подготовленная по результатам экспертизы творога, купленного в городских магазинах контролерами из общественной организации потребителей «Общественный контроль».

Эксперты лаборатории «Тест — Санкт-Петербург» выявили несколько пачек фальсификата. В их числе — творог «Ромашкино», в который изготовитель из Белоруссии, некое ОАО «Молочные продукты», подмешал растительные жиры. В заключении экспертов так и было написано: «Жировая фаза продукта содержит жиры немолочного происхождения и молочный жир». В этом твороге было мало и белка. Вместо положенных по норме 12 процентов — всего 7,39. Данный продукт контролеры купили в «Пятерочке».

На сайте газеты откликнулся читатель Роман Черешнев. Он прислал копии отсканированных документов: результаты экспертизы продукции под брендом «Ромашкино», выполненной в испытательной лаборатории «Петэкс», которые не выявили в молочных изделиях белорусских производителей никаких нарушений. Экспертиза была проведена по инициативе компании «Х5 Retail Group», в которую входит и гипермаркет «Пятерочка».

Понятно, что торговое предприятие желает реабилитировать своих поставщиков. Однако в нашей публикации речь шла о твороге, купленном 14 февраля, а продукт, который проверяли в лаборатории «Петэкс», покупали на две с лишним недели позже. Вполне вероятно, что в партии, которую проверяли в марте, не было никаких растительных примесей. Но в той, что проверяли эксперты лаборатории ФБУ «Тест-Петербург», эти примеси обнаружены были.

Мы тешим себя мыслью о том, что наши проверки не проходят даром и производители учитывают их результаты в дальнейшем.

ХИТ МЕСЯЦА

Пора покупать темные очки

ПЕТЕРБУРГСКАЯ ПОГОДА словно испытывает нас на прочность. К трем месяцам довольно суровой зимы мы получили четвертый — в нагрузку. Но хотя март выдался очень холодным, много солнечных дней. Поэтому мы решили объявить хитом месяца солнечные очки.

В массовую моду темные очки вошли вместе с загаром. В XIX веке загорелыми были только простолюдины. Коко Шанель сделала солнечный загар модным, разрушив стереотипы. Сегодня все дома моды без исключения создают специальные пляжные коллекции.

Солнечные очки для домов моды — своеобразный «теневого бизнес», который приносит им неплохой доход. Кутюрье лишь разрабатывают дизайн очков. Изготавливают же их специальные оптические предприятия.

ПАРАД ПОПУЛЯРНОСТИ

● Женские солнцезащитные очки в **форме кошачьего глаза** лидируют уже второй год. Такие очки идут всем и практически не выходят из моды со времен «Сладкой жизни» Феллини. Если смотрели фильм, должны помнить Анук Эме, сыгравшую богатую, красивую и тем не менее несчастную женщину, которая прятала за темными очками, напоминающими глаза кошки, пресыщенность и скуку.



После выхода фильма Феллини «Сладкая жизнь» очки в форме «кошачий глаз» стремительно вошли в моду. На снимке Анук Эме и Марчелло Мастроянни.

● Как ни странно, второе место в параде популярности занимают круглые очки в **стиле Джона Леннона**. Но вот они к лицу далеко не всем — трижды подумайте, прежде чем покупать.

● На третьем месте — очки в стиле «авиатор», которые, как и «кошачий глаз» или «бабочка», принадлежат к классике «очковой» моды.

«Авиаторы», кстати, занимают прочное место и в мужской моде. Мужчинам можно рекомендовать обратить внимание и на классические очки с прямоугольными линзами в темной оправе.

ЦВЕТ «НИЛЬСКОЙ ВОДЫ», ЗОЛОТО И СЕРЕБРО

Линзы очков, заказанных для солдат Наполеоном, были окрашены в цвет «нильской воды». Тургеневский нигилист Базаров носил синие очки, которые были распространены среди разночинцев.

Цветные линзы в моде и сегодня. Даже среди мужских очков встречаются оттенки фиолетового и голубого, но большим спросом пользуются нейтральный серый и теплый коричневый.

Женщинам предлагаются эффектные очки с зеркальными линзами под золото и серебро.

ЗАСЛОН УЛЬТРАФИОЛЕТУ!

Впервые особые стекла, которые ставили заслон вредному ультрафиолету, были использованы во время Второй мировой войны в солнцезащитных очках, заказанных правительством США для морского флота.

Прежде были распространены стеклянные линзы, потому что даже обычное прозрачное стекло ставит заслон ультрафиолету. Но очки становятся все легче, порой весят не более 30 г. Поэтому сегодня так популярен пластик — легкий, небьющийся.

В полимерные сплавы можно ввести светопоглощающие элементы. Чтобы линзы были устойчивее к истиранию, применяется специальное покрытие на основе кремния.

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ

1) Лучше не покупать очки в подземных переходах и на развалах у метро, а разориться на покупку в хорошей «Оптике».

2) На этикетке должны быть указаны данные о длине волн, которые не пропускают линзы.

● **UV-400, или 100%**, — очки полностью защищают от ультрафиолета.

● **Blocks at least 95% UVB and 60% UVA** — очки задерживают 95% UVB и 60% UVA. (UVB — так называемый дальний ультрафиолет с длиной волны короче 320 нанометров; UVA — ближний ультрафиолет от 320 до 385 нанометров).

Опасной для глаз может быть и синяя область света в диапазоне от 385 до 450 нанометров.

● **Blue-blocker** — очки защищают не только от ультрафиолета, но и от синей части спектра.

● Очки с пометкой **cosmetic** — просто украшение.

● **General** — очки с необходимой защитой.

● **High UV-protection** — повышенная степень защиты от солнечного света, ультрафиолета и синей части спектра.