

Til deltakerne

Deres ref:
Saksbehandler: KLI
Vår ref: 08/00000
Arkivkode:
Dato: 14.04.2008

Oppsummering av møte om satsing på sunnhet og helse i KBS-markedet fredag 11. april 2008 kl. 10 – 13

Fredag 11. april møttes aktører i KBS-markedet, forskningsinstanser og myndighetene. Møtet var en oppfølging av helse- og omorgsminister Sylvia Brustads ønske om å gjøre en innsats for å gi sunnere mattilbud i KBS-markedet. Oppfordringen kom på oppstartsmøte for en Dialogarena i november 2007 mellom matvarebransjen, myndighetene, forbrukere og relevante forskningsmiljøer. Etableringen av en Dialogarena er et tiltak i Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen (2007-2011).

Hensikten med møtet var å få bedre kjennskap til prosjekter som er i gang og planer som er på trappene for å bedre tilgangen til sunnere alternativer i KBS-markedet, og slik få bedre forståelse for hverandres roller og oppgaver. Det var også en anledning for å etablere kontakt mellom aktører der dette skulle vise seg ønskelig.

Første del av møtet ble avholdt etter programmet med innlegg fra ulike aktører både fra leverandør/forhandler-siden, forskersiden og fra brukersiden. Dette var en svært inspirerende sesjon hvor vi fikk informasjon om status, planlagt kartlegging og innsikt i noe av det som skjer i KBS-markedet for å imøtekomme forbrukernes økte helsebevissthet. Det er svært positivt at brukerorganisasjoner og arbeidsgivere i transportbransjen er på banen for å bedre transportarbeidernes arbeidsvilkår, som også innbefatter bedre muligheter for å kunne spise sunt mens de er på jobb. Se vedlagt program og presentasjoner som ble holdt.

Line Kjelstrup ved Eksportutvalget for fisk presenterte ideen om å utvide konkurransen om sunn fast food ved Matfestivalen i Ålesund til også å omfatte andre matvaregrupper enn fisk og sjømat. For mer info, ta kontakt med Line på line.kjelstrup@seafood.no.

Etter lunsj var det satt av tid til diskusjon og åpen dialog, som kort oppsummert inneholdt følgende hovedpunkter:

- KBS omfatter kiosk-, bensinstasjons- og servicemarkedet, men har nær tilknytning til storhusholdningsmarkedet, noe som ofte er gjenspeilet i organisasjonsstrukturen i bransjen. Nye produkter og konsepter blir gjerne testet ut i storhusholdninger før de implementeres i forbrukermarkedet.
- God kunnskap om målgruppen er grunnleggende i utvikling av nye produkter og konsepter. Det er viktig med god forståelse for hvordan de tenker og hvilke faktorer som påvirker forbrukeratferden til målgruppen. Kommunikasjon må målgrupperettes for å ha effekt og ikke i verste fall føre til det motsatte av hensikten.

Helsedirektoratet

- Det er et mål å gjøre det enklere å velge sunt. Det finnes i dag strukturelle begrensninger i markedet som hindrer forbrukerne i å foreta sunne valg, for eksempel gjennom ferdig sammensatte menyer. Det er også en utfordring å få ernæringsmessig bedre sammensetning av de store bulkvarene som eksisterer parallelt med nisjeproduktene. Samarbeid mellom leverandører inn mot forhandlere vil være nyttig for å øke volumet av nyutviklede produkter inn mot markedet.
- Vi spiller alle viktige roller i etterspørsel-tilbud-mekanismen. Gjennom samarbeid, oppbygging av kunnskap og holdninger, kan vi forsterke og sette fart på den trenden vi ser i dag. Brukerorganisasjoner er viktige for å bidra til å skape etterspørsel og slik kunne påvirke markedet til å gi et bedre tilbud.
- Å kommunisere hva som er et sunt kosthold ses på av bransjen som primært en myndighetsoppgave, fordi det er viktig med troverdighet. Samarbeid mellom myndighetene og brukergrupper er likevel viktig i utviklingen av målgruppetilpasset kommunikasjon. Myndighetene er hovedleverandør av kostråd og anbefalinger, men mange kan målbære budskapet, for eksempel gjennom markedsføring, produktutvikling, produktplassering og prising. Det er behov for et myndighetsstyrt sunnhetsmerke også tilpasset KBS-markedet. Bransjen ønsker for øvrig tilbakemelding på grep og aktiviteter som myndighetene synes er positive.
- Kompetanse er et nøkkelord. Det er viktig å kombinere og dra veksel på mange fag- og kunnskapsområder i utviklingen av konsepter i KBS-markedet. En modell for godt tverrfaglig samarbeid i forbindelse med Norgesgruppens/Shells "Fresh konsept", ble presentert av NOFIMA Matforsk AS, og stilles til disposisjon for andre. NOFIMA Matforsk er interessert i å bidra med sin kompetanse og erfaringer inn i videre arbeid. Relevant kompetanse om og forståelse for ernæring er vesentlig i alle ledd og på alle nivå, fra ledelsesnivå til personell som skal implementere konseptene, slik som ansatte på bensinstasjoner og kiosker.

Helsedirektoratets engasjement relatert til KBS-markedet p.t.:

- Helsedirektoratet er en av bidragsyterne til SIFOs kartlegging av KBS-markedet. Det forventes at funnene fra denne undersøkelsen vil gi svar på hva som er hovedutfordringene ved forbrukeratferd og KBS-markedet fra et helseperspektiv. Rapporten fra SIFO, som skal være klar i april 2009, vil danne grunnlag for vurdering av tiltak fra Helsedirektoratet.
- Helsedirektoratet bruker mye ressurser i arbeidet med å etablere et sunnhetsmerke – nøkkelhull – på matvarer i Norge. Grunnlaget som legges ned i dette arbeidet vil kunne overføres til KBS-markedet, men det vil være behov for å videreutvikle og tilpasse sunnhetsmerket slik at det også er egnet for et marked med ferdige retter og måltider.
- Helsedirektoratet arbeider med å konkretisere og komme med nye kostråd til befolkningen, som også vil ha en betydning for produktutvikling og kommunikasjon/markedsføring i KBS-markedet.

Helsedirektoratet og Helse- og omsorgsdepartementet er svært positive til dialogen som er etablert mellom aktører i KBS-markedet, forskningsinstanser og myndigheter/forvaltning, som et resultat av Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen og gir honnør til bransjen for det arbeidet som allerede er gjort

Helsedirektoratet ønsker å videreføre den etablerte dialogen med bransjen på dette området, og ser på åpen dialog som et viktig mål i seg selv. Vi vil også kunne bistå med faglige innspill i prosesser som bransjen og organisasjoner har, dersom det er ønskelig. Blant annet ønsker vi å etablere kontakt med veimyndighetene for å drøfte hvordan mattilbudet kan inkluderes i det arbeidet som nå pågår for å bedre hvileplassene for tungtrafikken.

Dersom dere skulle ha synspunkter, innspill og kommentarer til oppsummeringen av møtet og til videre arbeid er dere mer enn velkomne til å ta kontakt med Helsedirektoratet ved Kaja Lund-Iversen, kli@shdir.no / 24 16 34 41 eller Arnhild Haga Rimestad på ahr@shdir.no / 24 16 34 40.

Vi ser fram til videre dialog.

Med vennlig hilsen

Arnhild Haga Rimestad
avdelingsdirektør

Kaja Lund-Iversen
rådgiver