



Sosial- og helsedirektoratet
Torsdag 9. Februar 2006

Turid Jødahl
Coop NKL BA
Næringspolitisk sjef

Symbolmerking/ernæringsmerking av matvarer

Dagens situasjon I



Økende helseproblem:

- Livsstilssykdommer
 - Type 2 diabetes
 - Kreft
 - Hjerte/kar
- Overvekt

Dagens situasjon II



Vektøkning:

- 9-åringer gikk opp 3,1 kg fra 1975 til 2000
- 40-åringer gikk opp 9,1 kg fra 1962 til 2000
- Hvert femte barn i Oslo er overvektig
 - Aftenposten 30.januar 2006

Hva kan endres i kostholdet?



- Mindre sukker og brus
- Mer grovt/helkorn
- Mer frukt og grønt
- Mer fisk
- Bruke sunne matoljer
- Mindre salt



Hva kan vi bidra med for å gjøre det enklere for forbrukerne å velge sunt?

Hvorfor ernæringsmerking?

- Hensikten er å legge til rette og gjøre det enklere for forbruker å velge sunne alternativer (tidsklemma og ulik kompetanse om matens innhold)
- Tilleggeffekt: Bidra til produktutvikling av sunnere produkter ved at produsenter ser seg tjent med at produktene oppfyller merkekravene slik at produktene kan merkes

Coop Norden

Coop i Norge

- 1 mill. medlemmer
- 168 samvirkelag
- 1300 butikker
- 20 000 ansatte
- 30,1 mrd. oms
- 24,6 % markedsandel

Coop i Norden

- 5 mill. medlemmer
- 11 mill. kunder
- 3000 butikker
- 65 000 ansatte
- 135 Sek mrd. oms.
- 28 % markedsandel

Vår visjon

En bedre og tryggere hverdag gjennom lønnsomme, medlemseide butikker

- Helse er et viktig område for Coop å videreutvikle framover
- Felles nordisk Helse/sunn mat kampanje er igangsatt
- Vi skal tilrettelegge slik at våre kunder/medlemmer og ansatte i Coop, enklere kan ta sine valg mot en sunnere hverdag





Hva er "Godt å vite"?

Coop sitt "Godt å vite"- program vil gi fakta og tips om kosthold og helse, og videre om mosjon, både til oss som jobber i Coop og våre kunder/medlemmer.



Web



Brosjyre



Butikk-
materiell

Tips om hvordan få barn til å spise F&G



**små biter
til små folk**

les mer på www.coop.no

Litt sunnere



litt
ditt


[MIDDAGSTIPS](#)
[GJØR DET SELV TIPS](#)
[SPAR PENGER](#)
[COOP MEDLEM](#)
[BUTIKKENE](#)
[COOPS EGNE VARER](#)
[OM COOP](#)

Butikkene

Søk:

Du er her: [Forsiden](#) > [Butikkene](#) > [Finn nærmeste butikk](#) >

GÅ TIL

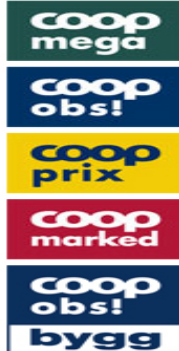
Dine medlemsider

Medlemsnummer:

Passord:

» [Til nettbutikken](#)

BUTIKKENE



Godt å vite

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas tempor velit nec neque. Mauris placerat odio a wisi. Morbi ut justo ut purus aliquam aliquam. Pellentesque habitant morbi.



Godt å vite om sukker

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas tempor velit neque. Mauris placerat

[Les brosjyren](#)



Godt å vite om Sukker
Godt å vite om fett
Godt å vite om Frukt og Grønt
BMI kalkulator
Godt å vite om helse linker


[KONTAKT OSS](#)
[NETTSTEDSKART](#)
[ÅTØPPEN AV SIDEN](#)

© Coop Norge 2005

Redaktør: Rune Gutteberg Hansen, Coop Norge AS

www.coop.no

- Tips om det du spiser



*litt
ditt*



GODT Å VITE OM TRENING OG KOSTHOLD



hilsen Gunn Rita Dahle

les mer på www.coop.no

coop
litt ditt

Hvordan få barna til å
spise mer frukt og
grønnsaker?

TIPS!
Frukt og
grønnsaker
hver dag!

Frukt og
grønnsakeri
alle fasonger

Barnas
favoritter

Litt sunnere
coop
litt ditt

coop

*litt
ditt*

Varesikkerhet og helse

- Arbeide for å påvirke lovgivningen
- Samarbeide med myndigheter og leverandører
- Påvirke livsstilsfaktorer som ernæring, mosjon og fritidsaktiviteter i positiv retning gjennom opplysning, aktiviteter og varer i sortimentet som stimulerer til en sunnere livsstil



Ernæringsmerking

- Coop sendte høsten 2004 brev til Nordisk Ministerråd, hvor vi ber om at det utarbeides et felles nordisk merke for sunn mat – jfr. merke for miljø - Svanen og for økologi – Debio
- Vi ønsker at statlige myndigheter skal sette kriteriene og klare regler for hvordan merket skal benyttes

Type merking?

Coop ønsker:

- Positiv og frivillig merking
- Felles merke for Norden og/eller EU
- Eget merke kun for Norge - ikke særlig aktuelt

Hvilke produktgrupper skal merkes?

- 1. Starte med de naturlig sunne matvarene
- 2. Det beste alternativ innenfor hver gruppe

Ansvarsfordeling – produsenter, myndigheter, organisasjoner

- Coop mener myndighetene må sette kriteriene, men ha en god dialog med aktørene i verdikjeden
- Staten v/Mattilsynet bør være kontrollorgan. De enkelte aktører i verdikjeden har også et selvstendig ansvar for kategorisering og kontroll

Hvem skal dekke kostnadene?

- Myndighetene må ha det økonomiske ansvaret for tilrettelegging og kontroll
- Kostnader som påløper i verdikjeden til merking av emballasje etc. er aktørenes ansvar.
- Det må være gratis å bruke merket

Hvordan kommunisere merket?

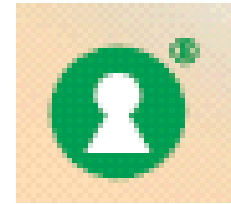
- Forbrukerne må få god tilgang til informasjon om merket, hva det betyr og hva det står for
- Myndighetene må ta sin del av ansvaret for dette
- Coop vil informere i sine kanaler til medlemmene, via butikk, coop.no, kjedeaviser, medlemsblad og det kan også bli aktuelt å benytte reklame/informasjon på TV

Svensk nøkkelhullsmerking

- Flere trinn mot målet om et nordisk/europeisk merke
- Coop er utålmodig og vil starte nå med å benytte det svenske nøkkelhullsmerket på emballasje for frukt og grønt
- Vi vil gå videre og benytte merket på egne merkevarer som tilfredsstiller merkekravene
- Ønskelig og svært positivt om norske produsenter og næringsmiddelindustri gjør samme for produkter som tilfredsstiller kravene

Innhold i nøkkelhullsmerking

Hovedelementer



- 23 ulike produktgrupper som må ha en bra sammensetning når det gjelder innhold av fett, sukker, salt og kostfiber.
- Smaksmessig må produktene aksepteres av en stor gruppe konsumenter.
- På en enkel måte velge sunne produkter som kan bidra til gode matvaner og god helse.
- Gjøre det enklere å velge, et signal for magre eller fiberrike næringsmidler

Oppsummering

- Hvis myndighetene vil ha innflytelse på ernæringsmerking - må det handles nå – klokken er fem på tolv!

A person wearing a green apron with blue floral patterns is preparing a salad in a white bowl. The salad contains shredded white cabbage, sliced tomatoes, and other vegetables. The person is using their hands to mix the ingredients. In the background, there are various kitchen items including a yellow bell pepper, a red bell pepper, and a cutting board with a knife. The text "Husk det man vil – det får man til!" is overlaid on the image.

Husk det man vil – det får man til!