



Informasjon om EU regelverk Eksempler på symbolmerking Pro & contra argumenter

Anita Utheim Nesbakken

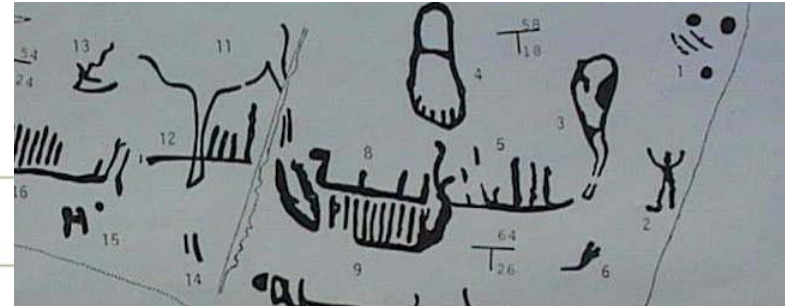
Seksjon for kvalitet og ernæring



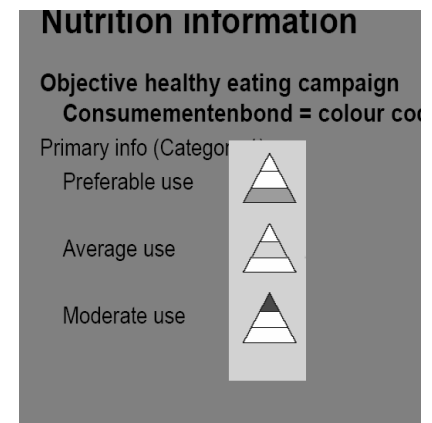
EU

- **Nytt merkedirektiv (2007?)**
 - Lovstruktur
 - Gyldighetsområde
 - Obligatorisk informasjon
 - Retningslinjer for frivillig informasjon
 - Informasjonspresentasjon
- **Nytt næringsdeklarasjonsdirektiv (2007?)**
 - Obligatorisk (?), for mat, næringsstoff, språk, symbol, nøyaktighet, leselighet mv.
 - Energi
 - Fett
 - Hvorav mettet
 - Karbohydrater
 - Hvorav sukker
 - Salt
- **Forordning om ernærings- og helsepåstander (høsten 2006?)**

Ernæringsmerking/symboler



	Per serving	GDA
FAT	7.7g	70g
SATURATES	2.0g	20g
SUGAR	42.4g	40g
SALT	2.0g	6g
■ HIGH ■ MEDIUM ■ LOW		



Ernæringsmerking

Rammer for merkingen som følger av EØS-avtalen:

- **EUs merkedirektiv.**
- **EUs næringsdeklarasjonsdirektiv.**
- **Forslag til forordning om ernæring og helsepåstander på mat.**
- Symbolmerke vil være en ernæringsmessig påstand.
- Forordningen er ennå ikke på plass, pr i dag er merkedirektivet og næringsdeklarasjonsdirektivet som gjelder på EU nivå.
- Nasjonalt regulert symbolmerking må ikke skape handelshindring.

Pro & Kontra (ikke utømmende)

+	-
•Lettere for dyslektikere med symboler. •Sverige som har nøkkelhullsymbol er minst i mot symbol bruk (selv om flertallet foretrekker tekst). •Enighet om ett symbol kan begrense bruken av mange ulike symboler. •Internasjonalisering av varer og markedsføring taler for et felles symbol. •Symbol + tekst er bedre enn symbol alene. •Gir hjelp for å velge det beste alternative innen noen produktgrupper (mangfoldet øker). •Troverdigheten øker om kontrollert eller anbefalt av uhildet tredjepart. •Påvirke positiv produktutvikling - ernæringsprofil. •Positiv erfaringer for Svanemerket.	•Mange symboler gjør det vanskelig å finne opplysningene. •Flere studier viser at fleste parten av forbrukere ikke ønsker flere symboler. •Vanskelig å forstå hva merkene betyr. •Kan redusere forståelse av viktigheten med å lese varedeklarasjon. •Vanskelig med en jungel av merker og symboler. •Merkingsområdet er truet av "information overload" forbrukeren slutter å lese. •Hvem kontrollerer at kriteriene overholdes (dyrt).