

## Dialogkonferanse

- mattilsynet og forbrukerpanelene møtes til dialog

Holmen Fjordhotell, 24. – 25. april 2004



“Let’s talk”



# Innhold

<b>Forord</b> .....	<b>5</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>6</b>
<b>1 Innledning v/Forbrukerrådet</b> .....	<b>9</b>
<b>2 Opplegg for konferansen</b> .....	<b>10</b>
<b>3 Innledning til kafédialog v/Mattilsynet</b> .....	<b>12</b>
<b>4 Innspill fra kafédialogen</b> .....	<b>15</b>
<b>5 Prioritering av synspunkter</b> .....	<b>25</b>
<b>6 Resultater fra gruppearbeidet</b> .....	<b>29</b>
<b>7 Oppsummering v/Mattilsynet</b> .....	<b>33</b>
<b>Vedlegg</b> .....	<b>35</b>
-deltagerliste .....	35
-foredrag .....	37
-tema for kafédialog .....	40





# Forord

Denne rapporten oppsummerer resultatene fra Dialogkonferansen i Asker 24-25 april 2004 mellom Mattilsynet og de Matpolitiske forbrukerpanelene, samt 8 ungdommer fra 2 skoler i Bærum. Konferansen hadde sin bakgrunn i et ønske fra styringsgruppen for forbrukerretting om å få innspill, synspunkter og anbefalinger fra panelene, som et ledd i forbrukerrettingen av det nylig etablerte tilsynet.

Konferansen ble lagt opp som en blanding av foredrag, kafédialog og gruppearbeid.

Forbrukerrådet har hatt det overordnede ansvaret for konferansen som ble gjennomført i samarbeid med Mattilsynet og Stiftelsen Idébanken. Idébanken hadde ansvar for gjennomføring av og rapportering fra kafédialogen og fra gruppearbeidet. Rapporten er videre bearbeidet av Forbrukerrådet og Mattilsynet i samarbeid. Forbrukerrådet ved Ellen Bjørkum står ansvarlig for den endelige utformingen av rapporten.

Samtlige foredrag fra konferansen er vedlagt rapporten.

Vi vil takke deltagerne i forbrukerpanelene, Mattilsynet og Idébanken for et godt samarbeid om konferansen. Vi håper dialogen med forbrukerpanelene og de innspill og tanker de kom med vil benyttes aktivt i det videre arbeidet med forbrukerrettingen av Mattilsynet – til det beste for forbrukerne i Norge!

Oslo, 13. juni 2004

Ellen Bjørkum  
Prosjektleder

Stine Wohl Sem  
Seksjonsleder, Mat og Miljø



# Sammendrag

Under følger de viktigste innspillene fra forbrukerpanelene basert på prioritering av de innspill som fremkom under kafédialogen (alá Bulls Eye) og resultater fra gruppearbeidet.

## Om trygg mat:

- Maten må være trygg på kort og lang sikt
- Merking, alle ingredienser skal oppgis
- Tillate mer lokalmat med en viss risiko (aksept for høyere risiko så lenge den er merket)

## Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til trygg mat? (gruppearbeid)

- Mattilsynet bør hjelpe forbrukerne med å få opplysning om (absolutt) alle innholdsstoffer i maten (pakket/løs)- full deklarasjon
- Stoppe verstingene – ikke lov å "ture frem".
- Opprett meldelinje (tlf, e-post, nett) hvor forbrukerne kan melde inn mulige tilfeller av matforgiftning.
- Meldelinje for forbrukerregistrerte avvik (jf håndtering av mat, dyr etc.), i forhold til produsenter, dagligvarekjeder, restauranter
- Kompetansekrav/sertifisering av de som arbeider med mat
- "Lokal mat" bør følges av informasjon om risiko utarbeidet av Mattilsynet, merkeordning av "risikomat" – informasjonsskriv.
- MATTILSYNET MÅ BLI SYNLIGE!

## Om trygt vann:

- Skal kunne stole på springvann
- Informasjon og full åpenhet om drikkevann
- Norsk drikkevann oppleves som trygt

## Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til trygt drikkevann? (gruppearbeid)

Rent vann er vårt viktigste næringsmiddel. Allerede i dag er det strenge krav og vannverkene har informasjonsplikt, både gjennom intern kontroll og meldeplikt ved avvik.

- Godkjenning av vannverk (både kommunale og private)
  - Tidsfrist v/saksbehandling. Dagsbøter dersom godkjenning ikke overholdes.
  - Prioritere de som produserer mat.
- Stikkprøvekontroller fra Mattilsynet
- Informasjon til forbrukerne; vannverket informasjonsansvarlig (internett).

## Om dyrevelferd

- Dokumentert dyrevelferd er et konkurransefortrinn
- Dyrevelferd gir bedre kvalitet
- Vårt syn på dyr påvirker vårt menneskesyn

## Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til dyrevelferd? (gruppearbeid)

Generell konklusjon var: *"våre forventninger er at de ivaretar sin rolle på en slik måte at dyra har det godt i Norge."* Liten informasjon og kunnskap per i dag, både i forhold til hva som er faktisk status og hva som gjøres. Helt sentralt er *tilliten* til Mattilsynet som tilsynsmyndighet.

## Om informasjon om mat

- Nøyaktig merking av *alle* ingredienser
- Kompetent butikkpersonale
- Opprinnelsesmerking, land/distrikt
- Mer generell informasjon om ferdigmaten

### **Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til informasjon om maten vi spiser?** (gruppearbeid)

- Kanskje er det uheldig av Mattilsynet og Ernæringsrådet er to organer? Hvem har ansvaret for helheten?
  - Kompetent personale er en mangelvare! Høyere krav, spesielt i ferskvarediskene Daglig leders ansvar.
  - Faktablader (laget at Mattilsynet) i butikkene. Skanningsløsninger for dem som ønsker mer informasjon.
  - Brosjyrer fra Mattilsynet sendt i Posten
  - Advarselmerkinger (for eksempel i forhold til kaliumsulfat som ikke bør brukes av hyperaktive barn).
  - Miljøgifter. Opplyse om hva Mattilsynet og andre godkjenner.
  - Vi stoler på at Mattilsynet har kjennskap til nivåer, jf også kontinuerlige kontroller
  - Nøyaktig ingrediensliste på ferdigmat. Næringsinnhold.
  - Opprinnelsesland og opprinnelsesprodusent.
- Offentliggjøring av informasjon knyttet til produsenter og leverandører er viktig, men gruppen hadde ikke konkrete forslag til løsninger. Dilemma.
  - Autorisasjon (jf sertifisering). Innenfor andre samfunnsområder stilles det krav om dette (for eksempel helse). Mattilsynet bør vurdere om dette skulle utarbeides en tilsvarende autorisasjon for aktører innenfor matområdet.
    - Klarer aktøren ikke å tilfredsstille dette, kan man tenke seg prikkbelastninger á la førerkortet (konkurransefortrinn).
    - Formelle kompetansekrav bør gjelde for de profesjonelle aktørene (konkurransefortrinn).
    - Klargjøre ansvarsområder og roller innenfor matsektoren; jf tilsynet, bransjen, publikum osv.
  - Mattilsynet bør sette krav til en minimumsstandard til virksomheter innenfor matvaresektoren, noe som ville representere en garanti for at maten er trygg. Dette er analogt til en rekke andre bransjer. Dette involverer også internasjonal lovgivning og regulering, men dette bør også være en mulighet for tilsynet å vise at det tar oppgavene på alvor.

### **Om informasjon om produsenter og tilbydere av mat**

- Sporbarhet - plassere ansvar i alle ledd
- Kompetanse hos ansatte, skal kunne svare på hva varen inneholder
- Smileys på butikker og restauranter

### **Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til informasjon om de som produserer og selger maten?** (gruppearbeid)

- Åpen dialog/kommunikasjon (herunder også uavhengighet, både av produsenter, oppdragsgivere, forbrukere etc.)
- Krav til sporbarhet (høyt prioritert i kafédialogen)
  - Krav til ansvars plassering
  - Krav til ev. regelendringer
- Tilgang til billig mat
- Hyppig kontroll fra Mattilsynet, åpenhet mellom forbrukere og tilsyn
- Mer forskningsresultater om hva som er farlig mat
- Mest mulig informasjon om produktene
- Norske etiketter på utenlandske produkter - riktigg oversatt
- Mulighet for retur av dårlig mat
- Tilgang til mer variert og risikofyllt mat på eget ansvar

### **Hvordan skal Mattilsynet finne en balanse mellom forbrukerhensyn og verdiskapning?** (gruppearbeid)

- Hvis forbrukerne ønsker billig mat er det leverandørens ansvar – ikke Mattilsynets. Men tilsynet må likevel kontrollere både billig og dyr mat.
- Mattilsynet arbeider for et enklere og mer fleksibelt regelverk overfor småskalaprodusenter, for derved å sikre større variasjon og lokale produkter. Men da må forbrukerne ta mer ansvar – jf. varseltekant. *Dette produktet tilfredsstiller ikke Mattilsynets krav – spises på eget ansvar!*
- Mattilsynet må være uavhengig av nærings- og forbrukerinteresser. Må sikre at matvaretrygghet går foran verdiskapning.
- Mattilsynet må kontrollere på en konkurranse- nøytral måte utenfor rammene av trygg mat.

### **Om hvordan forbrukerne kan involveres i Mattilsynets arbeid**

- Matråd opprettes i hver kommune
- Gi forbrukerne nok informasjon til å kunne ta bevisste valg
- Kunderegister over avvik (brudd på regelverk, tips fra forbrukerne som følges opp)

### **Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til å bli involvert?** (gruppearbeid)

- Hyppige kontroller
  - Være for alle, uansett bosted
  - Informasjon/dokumentasjon må være enkelt tilgjengelig (på nett, rapporter om all kontroll: på restauranter, butikker, utsalgssteder – viktig at det står når siste kontroll er foretatt)
- Forbrukertelefon for tips og spørsmål – blant annet for kunderegistrert avvik

- Gjøre matpaneler til en fast ordning
- Dialogkonferanser med nye relevante temaer ( gjerne med et representativt utvalg av den norske befolkning), ev. gjennom spørreundersøkelser.



# 1 Innledning (v/Forbrukerrådet)

Det er et generelt mål i matpolitikken å styrke forbrukernes muligheter for innflytelse på utformingen av politikken og gjennom informasjon, åpenhet og god kommunikasjon styrke forbrukerens tillit til maten (jf Handlingsplan for forbrukerretting). Dette beskrives med ett ord som forbrukerretting. Etableringen av et helhetlig og enhetlig mattilsyn som har til hensikt å ivareta forbrukerhensynene er en av flere strategier for å nå dette målet.

Mattilsynet har mange oppgaver og skal ta mange hensyn, både forbrukerhensyn og næringshensyn. Der ulike hensyn står i konflikt med hverandre skal imidlertid hensynet til helse tillegges størst vekt. Aller viktigst er det at maten produseres, håndteres og kontrolleres på en måte som ikke medfører fare for liv og helse. Det er også viktig at maten *oppleses* som trygg av den enkelte forbruker. Her kommer *tillit* inn som en vesentlig faktor. Forbrukerretting handler derfor mye om kommunikasjon, informasjon, åpenhet og involvering. Redelighet er et annet viktig forbrukerhensyn; maten skal være det den gir seg ut for å være. Dokumentasjon og merking er viktig i den sammenheng. I tillegg har forbrukerne økonomiske interesser samt et mangfold av ulike smaks- og kvalitetspreferanser. Her kommer aspekter som produksjonsmetoder, produkters opprinnelse, miljø, etikk, dyrevelferd m.m. inn. At maten er ernæringsmessig sunn er også et viktig forbrukerhensyn.

Samlet kan dette beskrives som allmenne forbrukerhensyn, selv om betydningen av disse hensynene vil variere, både mellom enkeltindivider og mellom ulike forbrukergrupper. Noen grup-

per av forbrukere har også helt spesielle behov. Utfordringen for Mattilsynet vil være å ta hensyn til *mangfoldet* av forbrukerhensyn samtidig - og balansere disse opp mot næringsinteressene.

Mattilsynet har fått føringer fra regjeringen om å føre en aktiv kommunikasjon med berørte parter, der i blant forbrukerne. Gjennom opprettelsen av Matpolitiske forbrukerpaneler<sup>1</sup> er det etablert et forum for *dialog* mellom myndigheter og forbrukere. Så langt har forbrukerpanelene kommet med synspunkter og anbefalinger på spesifikke matpolitiske problemstillinger knyttet til informasjon, dyrevelferd, matvareutvalg, alternativ distribusjon, mangfold, lokal mat m.m. Denne gang er Mattilsynet som tilsynsorgan, dets oppgaver og rolle i samfunnet satt på dagsorden. Målet med dialogkonferansen er at panelene gjennom *direkte* dialog med ledelsen i Mattilsynet skal få muligheten til å si sin mening og klargjøre sine synspunkter og forventninger til tilsynet. Samtidig er selve dialogen og det som skjer i møtet mellom forbrukerne og Mattilsynet et mål i seg selv. Møtet og dialogen mellom aktørene på konferansen vil forhåpentligvis bidra til en økt bevisstgjøring av forbrukerhensyn i Mattilsynet - og legge et godt grunnlag for gjensidig forståelse mellom partene.

<sup>1</sup>Prosjektet er 3-årig prøveprosjekt, initiert av Landbruksdepartementet og finansiert av Matvaretilsynet. Les mer om forbrukerpanelene på forbrukerportalen.no





## 2 Opplegget for konferansen

Konferansens første dag besto av ulike foredrag. Hensikten var at forbrukerpanelene skulle få en forståelse, både av hva som er de ulike aktørenes rolle i forhold til å sikre trygg mat og trygt drikkevann god dyrevelferd, samt få en generell innføring i Mattilsynets oppgaver, rolle og ansvar. Foredragene skulle fungere som "påfyll" i bred forstand, og bidra til å gi panelene et godt utgangspunkt for å gi konstruktive innspill i søndagens dialog.

*Stine Wohl Sem* (Forbrukerrådet) ønsket velkommen til konferansen samtidig som hun kort pekte på betydningen av matpanelenes arbeid så langt. *Eivind Jacobsen* fra Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) foredro blant annet om matvaretrygghet sett i et historisk perspektiv og om tillit og risiko i det moderne samfunn. Han pekte på nødvendigheten av å ha troverdige og uavhengige institusjoner som regulerer risiko og tillit og understreket at det knytter seg utfordringer til å skulle ivareta så vel forbrukerhensyn som næringshensyn og at det vil bli viktigere enn før å rydde roller og hensyn fra hverandre.

*Joakim Lystad* (Mattilsynet) fokuserte i sitt innlegg på Mattilsynets organisering, oppgaver og rolle i samfunnet. Han snakket også om visjoner, verdier og mål for det nye tilsynet, ny matlov og ansvarsfordeling mellom departementene. Til slutt pekte han på noen forbrukerpolitiske utfordringer og dilemmaer, så som forholdet mellom ønsket om mangfold på den ene siden og trygg mat på den andre. *Thomas Angell* fra Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon (HSH) og *Knut Framstad* fra Norsk kjøtt representerte næringen på konferansen og redegjorde for hvordan produsenter og handel kan sikre forbrukerne trygg mat og god dyrevelferd.

Dialog og innspill fra forbrukerpanelene var hovedfokus på konferansens andre dag. Stiftelsen Idebanken<sup>2</sup> hadde ansvar for gjennomføring både av kafédialog og påfølgende gruppearbeid hvor både lederne i Mattilsynet og forbrukerpanelene deltok. I tillegg til deltagerne fra forbrukerpanelene var 8 ungdommer fra hhv. Rud og Valler skole i Bærum invitert til å delta på konferansen, i alt 50 personer<sup>3</sup>

### Litt om kafédialog som metode<sup>4</sup>

Matpanelenes samlinger har så langt vært gjennomført i form av fokusgrupper. Denne gang ønsket vi å prøve ut andre metoder for involvering og valgte såkalt *kafédialog*, med påfølgende gruppearbeid. Kafédialog er en metode som tar utgangspunkt i at det ofte er i de uformelle møtene man opplever betydningsfulle *nye samtaler* og utvikler gode ideer, derav navnet. Metoden ble utviklet av dansken Finn Voldtofte og amerikaneren Juanita Brown i 1994-95. Den har siden blitt mye brukt i land over hele verden og passer for grupper på 12-100 personer som vil utvikle og utforske idéer omkring et tema. I en kafédialog får man på kort tid fram mange konkrete innspill og ideer. Alle får mulighet til å bidra med sine tanker og fritt komme med innspill og ideer. Metoden har også en sosial og nettverksbyggende effekt ved at man kommer i kontakt med mange mennesker på kort tid.

Dialogen foregår ved at folk sitter i grupper på ca 8 pers rundt hvert sitt bord. Hver gruppe diskuterer et på forhånd oppgitt spørsmål eller tema. Vanligvis vil det være ulike, men beslektede spørsmål for de ulike bordene. Etter som praten går, noteres alle innspill, tanker og ideer som kommer opp, ned på bordet, som er dekket av gråpapir.

<sup>2</sup>Idebanken fremmer nyskapende løsninger som kan gi et bedre miljø og styrke globale og lokale fellesskap.

Vi gjør det ved å vise fram gode eksempel fra virkeligheten, bidra til nye samtaler og utvikle positive framtidsbilder (Kilde: Idebanken)

<sup>3</sup>20 av deltagerne fra forbrukerpanelene hadde ikke anledning til å være med på konferansen

<sup>4</sup> Kilde: Idebanken

Etter ca 20 minutter bryter gruppene opp og hver deltaker finner seg et nytt bord. Slik dannes nye grupper, og hver deltaker får et nytt spørsmål å diskutere.

Ved hvert bord sitter en såkalt kafévert. 7 av Mattilsynets ledere hadde rollen som kaféverter<sup>5</sup>. Kafévertens oppgave er å sørge for at alle deltakere kommer til orde og at alle innspill og gode ideer blir skrevet ned. Verten er en form for tilrettelegger og skal ikke blande seg inn i samtalen med egne meninger og synspunkter. Verten har videre i oppgave å gi et kort overblikk over første gruppes innspill når en ny gruppe setter seg ved bordet. Således kan neste gruppe videreutvikle og ta tak i spørsmål som forrige gruppe ikke har berørt. "Verten" blir sittende på samme sted gjennom hele prosessen. Etter at folk har byttet bord to til fem ganger, presenterer vertene idéene som er skrevet ned på bordet for plenum.

Kafédialogen ble avsluttet med at kaféverten oppsummerte innspillene og tankene som kom frem ved sitt bord. Som en videreføring av kafédialogen rangerte deltagerne innspillene og synspunktene etter viktighet. Dette ble gjennomført ved såkalt "Bulls Eye" (se kap 5). Rangeringen fra "Bulls Eye" ble deretter utgangspunkt for gruppearbeidet den andre halvdelen av dagen.

Deltagerne ble inndelt i 7 grupper som hver fikk et spørsmål å jobbe videre med. Hver gruppe ble ledet av en person fra Mattilsynet. Den første halvdelen av gruppearbeidet gikk med til diskusjon med Mattilsynet. Mattilsynet gav deltagerne tilbakemelding på dialogen og prioriteringene som ble gjort, og det var åpent for spørsmål og vi-

dere debatt. I den siste halvdelen av gruppearbeidet ble deltagerne bedt om å komme fram til noen *utfordringer* til Mattilsynet. En representant fra hver gruppe presenterte gruppas "handlingsplan" for forsamlingen da gruppearbeidet var ferdig.

<sup>5</sup> Representantene fra Mattilsynet ble på forhånd satt inn i hva det innebærer å ha en rolle som kafévert.



## 3 Innledning til kafédialog (v/Atle Strande, Mattilsynet)

Å føre dialog med og få innspill fra forbrukerne har blitt viktigere og viktigere for myndighetene, dette gjelder kanskje spesielt for Mattilsynets ansvarsområder. I tillegg vil innspill fra denne dialogkonferansen også være nyttige for oss med tanke på at vi er en organisasjon under oppbygging. Konferansens røde tråd er roller og ansvarsdeling mellom forbrukere, myndigheter og bransje/næring. Med bakgrunn i dette har vi valgt ut sju forskjellige tema/spørsmål til kafédialogen og gruppearbeidet.

Det følgende belyser litt hvorfor det er viktig for oss å ha en dialog om akkurat disse temaene/ problemstillingene;

### De ulike aktørenes oppgaver og ansvar

I et stadig mer internasjonalt samfunn, vil en måtte tenke lokalt – globalt i stadig flere sammenhenger. Det betyr at det som skjer der ute i verden kan skje her hjemme i lokalsamfunnet, og det som skjer i lokalsamfunnet påvirker verden der ute. Tradisjonelt har oppfatningen vært at myndighetene har hatt ansvaret for å sikre at maten og drikkevannet er helsemessig trygt. Det ansvaret er nå ettertrykkelig plassert hos virksomhetene/produsentene bransjen/næringen. Myndighetene har ansvaret for å påse/stimulere til at dette blir etterlevd.

Spørsmålet er da om forbrukere - bransje/næring - myndigheter har tatt innover seg denne ansvarsfordelingen.

### Helsemessig trygg mat

Mat og drikkevann har alltid vært kilder til sykdom og helseskade hos mennesker. Likevel har

maten trolig aldri vært tryggere enn den er i dag. Til tross for det er det mange som opplever maten som utrygg. Oppfatninger om hva som er trygg og ikke trygg mat varierer og ulike aktører kan ha ulike oppfatninger. Synet på hva som er trygg mat varierer i tid og avhengig av ståsted. Ekspert, myndigheter, forskere, forbrukere etc. vil ofte definere trygg mat forskjellig. Opplevelsen av hva som er trygt hhv utrygt å spise vil derfor variere. Det er derfor viktig å vite noe både om hva forbrukerne opplever som trygt og utrygt og *når – i hvilken sammenheng*.

### Rent og sikkert drikkevann

Myndighetene har satset mange millioner på å ruste opp norske vannverk. Forbrukerne har opplagt et krav om at dette må være i orden. Det registres likevel et økende forbruk av flaskevann til tross for trygt drikkevann i flere og flere springer. Mattilsynet har nå det fulle og hele forvaltningssansvaret med tilsyn og godkjenning, og for mange vannverk gjenstår en god del arbeid før en er i tråd med kravene.

### Hva tenker forbrukerpanelene om vann?

### Om dyrevelferd i Norge. Er dyr bare mat?

Norge har tatt mål av seg til å generelt bli en ledende nasjon på å ivareta god dyrevelferd. I tillegg er dyrevernav og dyrevelferd på selvstendig grunnlag blitt mer og mer aktualisert i forhold til mat- og verdikjeden, og blir ansett som et viktig forbrukerhensyn.

Med bakgrunn i dyrevernmeldingen er nå en ny dyrevernlov i ferd med å utformes. Mattilsynet leder dette arbeidet, og alle er bl.a. invitert til å

komme med innspill på Mattilsynets hjemmesider; [www.mattilsynet.no](http://www.mattilsynet.no).

### *Hva er forbrukerpanelenes tanker?*

### **Hva vil forbrukerne vite? Åpenhet og offentliggjøring av informasjon**

Mattilsynet har proklamert fire grunnleggende verdier for sin virksomhet – åpen, raus, engasjert og redelig. Å være en åpen forvaltningsetat som betales over offentlige budsjetter, bør være en selvfølge - i utgangspunktet. Men alt har sine grenser – også åpenhet.

Mattilsynet skal være helt åpent i hvordan vi arbeider og hva vi arbeider med. Konkret er Mattilsynet er for eksempel pålagt å offentliggjøre:

- Navn på produkter som det er farlig å spise
- Navn på kafeer og restauranter når det avdekkes helsefarlige, hygieniske forhold
- Varsler fra andre europeiske land om helsefare ved produkter som kan importeres til Norge
- Alle rapporter som Mattilsynet har utarbeidet

I den nye mattloven er det gitt hjemmel for tilsynet å gå ut med relevant informasjon, når forbrukerhensyn eller andre hensyn taler for det. Forbrukerhensyn kan i denne sammenheng være at en virksomhet har unnlatt å etterkomme gjentatte pålegg som ikke direkte er knyttet til helsefare for forbrukeren. Offentliggjøring av informasjon der det ikke foreligger helsefare, kan være et nyttig instrument for forbrukeren til å skaffe seg ønsket informasjon for deretter å treffe begrunnede valg.

### *Mange muligheter, men hva er ønskelig?*

### **Tillit og troverdighet**

Mattrygghet er ikke bare det at maten er trygg å fortære, den skal også oppfattes som trygg. Dette forutsetter troverdighet og tillit mellom partene næringsutøvere, tilsyn og forbrukere. For å oppnå (gjøre seg fortjent til) tillit, må man være troverdig og oppfylle gjensidige forventninger. Dette forutsetter igjen entydige og omforente roller. Gjennom liberaliseringen av verdenshandelen det siste tiår har rollene endret seg, bl.a. ved at mange områder er delvis deregulert, ansvaret er "privatisert". Ansvarlige næringsutøvere og bevisste forbrukere er dermed blitt en forutsetning for både faktisk og opplevd mattrygghet.

### *Hva skal til(lit)?*

### **Involvering av forbrukerne**

Mattilsynets oppdragsgivere er i realiteten forbrukerne. Derfor ønsker Mattilsynet at forbrukere skal ha en reell mulighet til å påvirke. Spørsmålet blir hvordan dette kan gjøres på en hensiktsmessig måte. I dag påvirkes Mattilsynets prioriteringer av forbrukere indirekte gjennom blant annet

- valg av politikere til Stortinget
- interessegrupper i samfunnet
- aviser og etermedier

*Forbrukerpanelprosjektet er en måte å involvere på, men vi vil gjerne vite mer om hvordan dette best kan gjøres?*

### **Forbrukerhensyn**

Mattilsynet har en overordnet politisk føring på å være forbrukerrettet. Det viktigste forbrukerhensynet er helse, men ellers så er det et mangfold av for-

brukerhensyn bl.a. mangfold i matfatet. Matloven gir Mattilsynet føringer på å ivareta mange hensyn, bl.a. forbrukerhensyn og markedshensyn, og det er en utfordring. Selv forbrukerhensyn kan komme i motstrid som for eksempel helse og mangfold (verdiskapning).

*Hva tenker forbrukerpanelene om hvordan Mattilsynet skal stimulere til mangfold (verdiskapning)?*



## 4 Innspill fra kafédialogen

### Spørsmålene i kafédialogen var som følger:

1. Hva forbinder du med helsemessig trygg mat?
2. Hva forbinder du med rent (trygt) vann?
3. Er dyrevelferd viktig – eller er dyr bare mat?
4. Hvilken informasjon vil dere ha som forbrukere om maten vi spiser?
5. Hvilken informasjon forventer vi som forbrukere å få om de som produserer og selger mat? (gårdsbruk, slakterier, butikker, restauranter etc.)
6. Hva er det viktigste for oss som forbrukerne, i forhold til mat?
7. Hvordan kan forbrukerne involveres i Mattilsynets arbeid?

### Gruppe 1: Hva forbinder du med helsemessig trygg mat?

Innledning fra kafévert: Atle Wold, Mattilsynet

Alle deltagerne på dette bordet fremholdt at det var svært viktig at maten var trygg å spise og drikke, både på kort og lang sikt. Selv om det ligger en begrensning i hva vi kan vite om langsiktige virkninger i dag, må all tilgjengelig kunnskap både nasjonalt og internasjonalt legges til grunn for hvordan vi i dag aksjonerer og handler med tanke på mattrygghet. Tvilen skal komme forbrukerne til gode. Mange mente at sykdomsaspectet var et overordnet og sentralt krav. I den forbindelse forventet flere av deltagerne at det måtte være

obligatorisk krav til merking av allergener, etter som allergi blir mer og mer utbredt i befolkningen. Slik merking måtte også gjelde uemballert mat, for eksempel ved servering på lunsjbord. Et merkekrav vil føre til økt kunnskap, noe som forventes å gi positiv effekt på hvordan for eksempel kjøkkensjefen anretter og serverer maten. I dag blir allergifremkallende mat og allergifri mat ofte håndtert ukritisk om hverandre. Kompetanse var for øvrig noe som deltagerne generelt var opp-tatt av, og mente at det burde innføres et minimum kompetansekrav til alle som produserte og håndterte mat på vegne av andre. Mange av deltagerne ville også ha et tilbud av lokalt produsert mat, forutsatt at dette kunne skje i hygieniske og trygge former. Mangel av hygienetiltak for eksempel manglende pasteurisering av melk, måtte kompenseres med supplerende merking av produktet, slik at forbrukeren selv kunne gjøre en selvstendig risikovurdering. Deltagerne på dette bordet var også fokusert på at Mattilsynet tok i bruk sterkere virkemidler for å få ryddet bort de såkalte "verstingene" i bransjen.

### Stikkord fra kafébordet:

- Skal ikke bli syk av maten som følge av "fare" i ulike ledd av omsetningen.
- Trygg mat er mat som er kontrollert av Mattilsynet ofte mht. renhet/bakterier,
- Trygg mat er også delikat mat; forbrukerne kan bare vurdere det siste.
- Vi ønsker renest mulig mat, uten tilsetningsstoffer og unødvendige ingredienser.
- Trygg mat i betydningen riktig innhold og produsert under god hygiene.
- Tilsetningsstoffer etc, i tillegg til internkontroller – gode rutiner.

- Internkontroll bør utføres i alle virksomheter langs hele matkjeden.
- Mer selvstendig ansvar til butikkene.
- Vi vet lite om hva som skjer med maten mellom produsent og detaljist. Hvilken kontroll gjør Mattilsynet hos de som transporterer maten?
- All mat må følges av tilstrekkelig merking. Merkingen må være i lesbar form.
- Tilsetningsstoffer som skal få mat til å se mer delikat ut ("matsminke") må merkes.
- Mat som har ingredienser som kan være allergifremkallende, må merkes mht allergifaren. Samlebetegnelser som "krydder" og "vegetabiliske oljer" må bort.
- Allergifremkallende mat må oppbevares, settes fram hver for seg med god avstand.
- Vi ønsker merking av mat som ikke inneholder sukker eller sukkersubstitutter.
- Alt av tilsetninger i eller rundt maten må merkes. Ikke samlebetegnelser!
- Legge til rette for småskalaproduksjon.
- Det må åpnes adgang for mer omsetning av lokalprodusert mat. Mangfold er ønskelig.
- Aksepterer til en viss grad "mindre trygg" mat lokalt, når det fremgår.
- Vi må våge å ta noen sjanser.
- Som privatperson, må vi kunne kjøpe fisk direkte fra fiskeren
- Restauranter og bedrifter må kjøpe gjennom godkjente utsalg, ikke direkte fra fisker.
- Det må stilles strengere krav om opplæring til alle innen næringen.
- Respekt for kunnskap og regelverk mangler.
- Kompetansekrav til ansatte.
- Bedre opplæring i skolen.
- Behov for ansvarliggjøring ved brudd på regler.
- Bort med verstingene i restaurantbransjen.
- Vaskepulver vekk fra tørrvarer

## Gruppe 2: Hva forbinder du med rent (trygt) vann?

### Oppsummering fra kafévert: Stein Ivar Ormsettrø, Mattilsynet

Det var et absolutt krav om at vi skal kunne stole på drikkevannet i springen. Norsk drikkevann oppleves stort sett som trygt – men noen stilte spørsmål ved om Norge virkelig har verdens beste drikkevann?

Det kom frem krav om full åpenhet og informasjon om drikkevannet – holder for eksempel vannverkene tilbake informasjon?

Den største bekymringen var knyttet til miljøgifter i drikkevannet – jf Mjøsa. Er giftene borte selv etter rensningen? Og hva med tilsetning av kjemikalier i drikkevannet – er det rester tilbake av dette i drikkevannet?

Vann på flaske drikkes fordi det er praktisk – man velger flaskevann heller enn brus, ikke fordi man ikke stoler på vannet fra springen, men av praktiske hensyn.

Det var stor skepsis i forhold til hjemmeanlegg for rensing av vann.

### Stikkord fra kafébordet:

- Springvann i Norge skal vi kunne stole på
- Jeg har tiltro til norske vannkilder
- At Norge har verdens beste vann er kanskje en myte?
- Norsk vann fra springen har ulik smak
- Smaken er viktig
- Har tillit til springvann, men vi vet for lite, øn-

sker mer informasjon

- Farris – er vel eksempel på trygt vann?
- Olden fra Glomma – kan neppe være eksempel på trygt vann?
- I reklamen for flaskevann vises skrekkbilder fra ledningsnett
- Flaskevann smaker godt, og det er praktisk å kjøpe i butikken når en er tørst
- Flaskevann smaker annerledes
- Mange kjøper vann på flaske når vann i springen ikke er tilgjengelig
- Hva er det i flaskevannet, er det tilsatt noe?
- I ledningsnettet finnes mye slagg, sykler etc.
- Drikkevannmagasinene må sikres bedre
- Miljøgifter er mest bekymringsfullt i forbindelse med drikkevann
- Det er ubehagelig å drikke vann fra Mjøsa etter hva en har hørt om miljøgifter og kloakkforurensning
- Føler ikke sikkerhet for at opplysninger fra vannverkene underslås
- Det oppleves klorsmak fra noe offentlig vann, særlig om sommeren
- Fjellvann oppleves som rent og ubehandlet
- Det stilles spørsmål ved om klor er uskadelig?
- Det er skepsis til private drikkevannsfiltre i boliger
- Det er kanskje kostbart å ha felles vann til drikkevann og vaskevann
- Bøndene har gjort tiltak for å redusere forurensning
- Den store mengden overflatevann bekymrer
- Vann fra egen brønn oppleves som kildevann uten tilsetninger
- Det handler om informasjon, mer informasjon

### **Gruppe 3: Er dyrevelferd viktig – eller er dyr bare mat?**

Oppsummering fra kafévert: Nils Ole Baalsrud, Mattilsynet

Dette var som å være vert i et spleiselag – her trengte man ikke å bringe noe selv, men ble servert av andre.

Handlekurven representerer et verdivalg ble det påpekt. Hvordan vi behandler dyr påvirker i andre hånd hvordan vi behandler mennesker – dyrevelferd er dermed menneskevelferd mente deltagerne. Det er generelt for lite informasjon og kunnskap om dyrevelferden for å kunne være en god forbruker mente flere. Dokumentert velferd er et konkurransefortrinn – fra jord til bord (jf også fôr). Samtidig gir god velferd også bedre kvalitet på maten (her er det ulike meninger). Det er ulik vilje blant deltagerne for å betale for dyrevelferd – noe som også påvirker kravene til dokumentasjon. Mattilsynet må kunne sikre at velferden er god – men er dette et absolutt krav, som skal gjelde overalt, og hele tiden? Hvor skal grensen gå for hva som er lovlig? Dette er spørsmål som deltagerne stiller. Det ble også påpekt at forbrukerne vet for lite om hva industrien mener og tenker og at dette bør komme bedre frem i lyset. Tvilen skal komme tiltalte til gode – men ofte ble ”tiltalte” bonden og ikke dyret. Bedre bevisstgjøring av alle aktører i hele linjen er viktig – fra produsenter til myndigheter.

#### **Stikkord fra kafébordet:**

- Energikrevende å drive opp dyr
- Dyrs velferd handler om hvem vi vil være
- Etisk riktig med god behandling
- Dyrevelferd for dyras skyld, ikke bare for forbrukernes
- Vi er ikke mer verdt enn dyr, smartere ja, men ikke bedre
- Krav til etisk behandling av dyr
- Artene bør være naturlig





- Ha naturlig mat og vekst
- Respekt for dyret
- Dyr skal ha det godt før de blir mat
- Sykdom på lakseoppdrett må tas på alvor pga. dyrets velferd og utryddelse, forbrukere må også vite om det er helsemessig trygg mat
- Ønsker å vite om dyret har hatt det godt, om de har fått beveget seg fritt, fått i seg bra næring. Dyra må komme ut. Viktig at dyr får bedøvelse ved slakting
- Viktig å vite at maten har hatt et godt liv
- Vite hvordan dyrets liv var for å kunne spise kjøtt med god samvittighet
- Dyrevelferd gir bedre kvalitet, bedre smak
- Dyrets levevilkår:
- Er det nødvendigvis positiv virkning på kvaliteten?
- Dyr som har hatt det trivelig:
  - gir best kjøtt
  - produserer den beste melka
  - lov om hvor lenge det er lov å frakte dyr
  - mye er lov når det gjelder fjærkre, 8 er lov i buret
  - Fritt gående høns
- Som forbrukere må vi kunne stole på at dyrene har hatt det godt. Vi er avhengig av hyppige kontroller, ikke bare tilsyn. Produsenten/bonde er ansvarlig, men det med kontroll til for at ansvaret blir tatt på alvor over tid.
- Vil helst ikke vite om tilstander/lidelser, bare om man kan velge
- Vanskelig å få merking som opplyser alt om dyrets opplevelser, derfor må det lages regler som beskriver miljøkrav
- Foring. Hva slags liv og forhold rundt. Sykdom og ev. behandling. Alt dette er viktig
- Det bør bli strengere og hyppigere kontroller
- Hva er regelverket? (bevisstgjøring)
- Lite info om regler
- Mer info på tv
- Vi vet for lite om hvordan dyra oppfatter ting
- Viktig med kunnskap om hva dyrene trenger
- Bedre opplæring av folk som behandler levende dyr
- Lett for produsenten å betrakte dyr som inntektskilde
- De fleste forbrukere vil være villige til å betale mer for garantert godt dyrehold.
- Ulik vilje til å betale for dyrevelferd
- Fjørfe - dårligst forhold å leve under.
- Frakt av dyr: Det er viktig at dyra ikke blir fraktet over lange avstander – temperatur, tetthet, stress, tid. Bedre med slakterier lokalt.
- Levende dyr bør transporteres minst mulig før slakting og slakting må skje raskt og humant etter ankomst
- Slakterier bør være mobile og fraktes dit hvor dyra er. Hvis risikoavfall blir værende igjen på gården for destruksjon hindres risiko for spredning av smitte/sykdommer
- Kvalitetssikring av mobile slakterier
- Slakterier: ingen info om regler, bør ha visse kriterier (kjent for allmennheten) slik at forbrukere ev. kan velge et annet slakteri (konkurranse fortrinn)
- Hvorfor må forbedring gå ut over prisen på produktet?
- Hva vil vi betale for bedre dyreverd?
- De fleste må kjøpe kjøtt i butikk, ingen kunnskap om dyret før det ble kjøtt. Ingen sporing mulig for forbruker
- Økologisk filosofi
- Forskjell på husdyr og ville dyr

#### **Gruppe 4: Hvilken informasjon vil dere ha som forbrukere om maten vi spiser?**

Oppsummering fra kafévert: Kari Bryhni, Mattilsynet

Temaet var velkjent for deltagerne rundt bordet. Tidligere hadde de i større grad fokusert på merking på produktet – nå ble informasjon om mat generelt diskutert. Det var et uttalt ønske om mer informasjon om maten man kjøper både når det gjaldt opprinnelse, holdbarhet – også etter at pakningen var åpnet – og om de ulike kjemiske stoffene som var tilsatt i produktet – hvilken helsemessig betydning de hadde. Man erkjente at det ikke var plass til all informasjonen man hadde behov for på produktet, men det var enighet om at det var helt vesentlig at denne var lett tilgjengelig på annen måte i butikken hvor de ble kjøpt. Alternativer som mer informasjon tilgjengelig på data i butikkene, via strekkodene ble trukket frem – og ikke minst et ønske om mer kompetent butikkpersonale som var i stand til å informere og veilede om maten de solgte. Det var viktig for deltagerne at informasjon om maten måtte være tilgjengelig der man kjøpte den. Deltagerne var av den oppfatning at butikkene hadde mye mer informasjon om maten de solgte enn hva som ble gjort tilgjengelig for forbrukerne i dag. Videre ble også medias viktige rolle i forhold til å gi informasjon om mat trukket frem, f.eks gjennom ulike forbrukerprogrammer på TV. Medias makt ble oppfattet som sterk. Når negative ting trekkes frem i media reagerer bransjen med å gjøre noe med det. Det var også et uttalt ønske om at Mattilsynet måtte komme raskt på banen når det ble oppdaget feil, men også at det ble lagt vekt på også å komme med positiv informasjon.

At informasjonen var sann og etterrettelig var et helt uomtvistelig krav – uansett hvem som kom med den.

#### **Stikkord fra kafébordet:**

- Informasjon finnes, må komme bedre frem, forsvinner ofte i butikken
- Informasjon på nettet er ikke nok, alle har ikke tilgang til nettet
- Datamaskin i butikken hvor man kan få mer informasjon utover det som står på merkingen
- Det må være i butikken hvor man kjøper maten at man kan få den informasjonen man trenger
- Informasjon som bekrefter det man har hørt tidligere tror man mer på
- Kostholdsråd hører vi på
- Har vi kjennskap til produktet, stoler vi mer på informasjon
- Informasjon må være sann
- Riktig informasjon fra Mattilsyn og på produkt
- Skjønner ikke helt merkingen -/stoffenes betydning, det er ikke alltid like forståelig, eks kjemiske navn, hva er forskjellen på herdet fett/vegetabilsk fett osv.? Informasjon må være forståelig!
- Mattilsynet må informere via TV-programmer som Puls, FBI – forbrukerprogrammer har stor makt
- Program på TV som FBI, Tv2 hjelper deg – BRA!
- Informasjonsprogram på Tv har stor makt
- Ved pressekonferanser må skriftlig informasjon fra Mattilsynet være tilgjengelig. Pressen skriver det den vil. Informasjon bør være balansert, men ikke ufarliggjøre alt.
- Vil vite hva tilsetningsstoffene gjør med kroppen
- Mht. till allergi viktig å vite all innhold
- Mer info om eksakt mengde av forskjellig ingredienser i varen
- Forenklet betegnelse: salt er salt, sukker er sukker

- Eksempler på merking/informasjon om produktene som ble etterlyst:
  - Oppdrettslaks: siste dato for medisinerings, sykdomsavbrudd
  - Triclosan merking
  - Mer generell informasjon om ferdigmaten
  - Info om hvilken dato for produksjon (innhentning/slakting) bør stå på produktet
  - Fettinnhold i produktet Sprøytemiddel brukt på frukt og grønt
  - Bedre merking på holdbarhet av et produkt i åpen stand
  - hvor maten kommer fra (f.eks. frukt). Land ikke bare verdensdel
- Nøyaktig merking av alle ingredienser ikke sette betegnelser som "krydder" "vegetabiliske oljer" (vanskelig for allergiker)
- Alt må merkes:
  - hvis fisk i for, for eksempel rekeskall
  - hvis lactose brukes
  - hvis triclosan brukes (finnes i blå Zalo, flere sorter såpe, tannkrem etc.)
- Det er ønskelig også med positive artikler å trekke frem det som er bra
- Mattilsynet kommer aldri på banen for å finne noe feil
- Informasjon om kalorinnhold
- Økonomi, virkemiddel til å få bort uønsket bruk av stoffer
- Bransjen må få tid til å endre på ting
- En bedrift går ikke ut med negativ info
- Når negative stoffer får fokus, tar bransjen tak i det (frykt for erstatningskrav)
- Balansert informasjon
- Merking på ansiktsmaling

### **Gruppe 5: Hvilken informasjon forventer vi som forbrukere å få om de som produserer og selger mat?** (gårdsbruk, slakterier, butikker, restauranter osv)

Oppsummering fra kafévert: Hilde Hammes, Mattilsynet

Deltagerne utviste stort engasjement og bordet ble helt fullt av skriverier. Deltagerne var mest opptatt av produktene, og ikke like opptatt av produsentene. Det ble derfor ganske mye overlapp med tema 4, og en utfordring for kaféverten å holde deltagerne på tema.

Ønske om utstrakt offentliggjøring av tilsynsresultater på Internett ble poengtert av mange. Videre kom det mange synspunkter på en mulig smiley-ordning eller varianter av dette. Det var imidlertid stort sprik i synspunktene. Det som kom fram som et mulig "kompromissforslag" var at det stilles krav om at alle godkjenninger fra Mattilsynet (som alle virksomheter skal ha) skal henges godt synlig i produksjons- og salgslokaler. Det samme for "sist kontrollert av Mattilsynet" (ref. oppslag i heisene om "sist kontrollert..."). Dersom forbrukerne ikke finner slike godkjenninger, gir det et signal om at ikke alt er som det burde være. Videre ble det foreslått krav om synlige temperaturmålere i alle kjøle- og frysedisker.

Sporbarhet ble fremhevet av mange – både hvor råvarene kommer fra og hvem som har produsert produktet. I det store og hele ønsket deltagerne mer informasjon om produktene. Derfor ble det også fremhevet opplevelsen av manglende kompetanse blant de ansatte i salgsleddene. Man foreslo derfor at det stilles formelle krav til kompetanse

blant de ansatte – også i salgsleddene – og at det også føres tilsyn på dette. Kjedens innflytelse over hva som gjøres tilgjengelig for forbrukeren ble også mye diskutert, og det ble etterlyst informasjon fra kjedene om bakgrunnen for de valg de gjør på vegne av forbruker. De ønsket også større innflytelse på de valg kjedene gjør i forhold til produktutvalg etc.

Mange fremhevet dyrevelferd som viktig, og forutsatte at all matproduksjon foregår innenfor de regler som gjelder for dette. Her uttalte flere at de "velger å stole på at myndighetene kontrollerer at dette foregår på en ordentlig måte".

Generelt var det mye fram og tilbake om behov for informasjon. Det var stort sprik i synspunktene. Noen ønsket mer informasjon om "alt", andre ønsket mindre informasjon, noen ønsket mer relevant informasjon.

### **Stikkord kafédialog:**

#### *Offentliggjøring*

- Kontroller skal offentliggjøres
- Offentliggjøring i media må være korrekt, Mattilsynet må lese gjennom det som kommer ut, ikke direkte uthenging men info
- Offentliggjøring ved dårlig resultat etter besøk av Mattilsynet, men vær rettferdig
- Ved offentliggjøring – et problem hvis ikke alle innenfor et segment blir kontrollert

#### *Smileys*

- "Smileys" er et bransjeansvar - kan gi konkurransefortrinn
- Følge opp restauranter som får ): - krever ressurser
- Ønsker "smileys" på noen matvarer som er i faresonen

- Kontroller av Mattilsynet viktig især i restauranter/serveringssteder. Bruk av Smiley til dette virker veldeig fordukkende på forbrukere:
  - hva betyr et surt/smilende fjes?
  - kan vi ikke takle mer info enn et forenklet ansikt?
  - ikke holdbar med merking via smiling
- Ikke smilemerker i butikker, kanskje restaurant

#### *Sporbarhet*

- Sporbarhet plasserer ansvar i alle ledd
- Slakterier som importerer, ønsker vi å vite hvor rådyret kommer fra?
- Hvem er produsent for importert mat?
- Merking av importmat
- Riktig opplysning om land, region
- Hvor får restauranter mat fra?
- Sporbarhet (gård – foring)

#### *Informasjon om produsentene*

- Fiskeprodusenter: ønsker mer info om metoder og måter fisk/sjømat hentes opp og foredles på
- Produsenter: spesielt info om godkjenning og kontroller
- Info om produsentene på Mattilsynets Internetsider

#### *Informasjon om produktene*

- Bedre innholdsdeklarasjon på varen:
  - prosentinnhold av ingredienser i varer
  - bedre info om E-stoffer
  - næringsstoffer
- Ønsker mer info om produktet
- Bedre merking av fersk mat (hva det inneholder, fettprosent osv.)

#### *Kompetanse*

- Det er mer fagkompetanse i gårdsbruk og slakteriledd enn butikker og restauranter
- Kunnskap bør være i omsetningsleddet til en hver tid
- Restauranter bør ha kunnskap om hva som er

- i kjøttet eller hvor fisken kommer fra
- Tilsyn på kompetansen hos ansatte, strengere krev, bedre info til forbrukerne
- Bedre kunnskap hos butikk ansatte personale om ferskmat
- Økonomisk spørsmål om fagkompetanse i restaurant og butikk

#### *Kjedemakt*

- Informasjon om hvorfor butikkjeder tar de valgene på vareutvalg som de tar. Forbrukerne har lite påvirkning til å få nye produkter inn i butikken. Kjeden tar alle valg, hvorfor?
- Krav til kjedene om å opprette kanaler der vi kan påvirke dem
- Butikkjeder kunne informere forbrukerne i sine medlemsblad som de sender ut til sine medlemmer

#### *Dyrevelferd*

- Vil ha informasjon om dyrevelferd
- Transport til og fra gård

#### *Behov for informasjon generelt*

- Aldri for mye info, forbrukeren kan selv velge vekk det de ikke ønsker
- Ønsker relevant informasjon
- Rett informasjon og at Mattilsynet bruker internettet
- Informasjon kan drukne oss, krever reell info vi kan stole på. Info fra noen med kontroll
- Ønsker mer informasjon om tilsetningsstoffer
- Mattilsynet bør korrigere feil som kommer ut i massemedier

#### *Annet*

- Forbrukere må gi beskjed til Mattilsynet når de oppdager mangler
- Stoler vi på at restauranter er godkjente?
- Gatekjøkken oppleves som "risikofaktor"
- Kontroll er betryggende
- Forenklet kvalitetsgaranti

- Lagervarer havner ikke alltid i frys/kjøl med en gang
- Har ikke kontroll på produkter i restauranter
- Restauranter skal ha godkjennelse fra Mattilsynet, at en vet at mat som selges og servers er trygt
- Strengere krav fra MT til butikker, gårder, restauranter
- Restauranter: standardforskjell i hygiene, informasjon om kontroller
- Skoen trykker mest i butikker og restauranter
- I butikkene: kan vi stole på holdbarhetene når de krever et visst temperaturnivå?
- Synlig temp. i kjøle- og frysedisk

### **Gruppe 6: Hva er det som er viktigst for oss som forbrukere, i forhold til mat?**

#### **Oppsummering fra kafévert: Joakim Lystad, Mattilsynet**

Engasjementet var stort og meningene mange om hva som er viktig for forbrukerne i forhold til mat. Dialogen var preget av tydelig polarisering for deler av emnene, mens det for andre deler var unisone oppfatninger. I den polariserte dialogen var det interessant å registrere at selv om flere ønsket trygg mat, var det også mange som ønsker tilgang på mer variert og risikofyllt mat på eget ansvar. Det var derfor mange som la vekt på mangfold, men riktig utvalg var vel så viktig for andre.

Mange av deltakerne ville ha mer informasjon både generelt og om forskningsresultater spesielt, mens andre synes det allerede var mer enn nok å forholde seg til. Dette gjenspeilte seg også i holdningene til lett tilgjengelig informasjon om virksomhetene som for eksempel Smiley. De som var positive til Smiley ønsket det i første rekke

på restauranter. Det var tydelig i dialogen at de fleste har et aktivt forhold til tilsetningsstoffer. Meningene varierte mellom det mer "katolske" til det mer pragmatiske.

En soleklar observasjon av dialogen var at forbrukerne ved dette bordet ønsker; norsk språk på produktene, tilgang på kjente merker, muligheter til å returnere dårlig mat og billig mat. Det var også lett å bite seg merke i at de var opptatt av hyppig og åpent tilsyn med kjedene og åpenhet mellom forbrukerne og Mattilsynet.

### Stikkord kafédialog:

- Retur av dårlig mat
- Markedsføring
- Smak
- Pris
- Kjøpsted (kjent/ukjent)
- Stort utvalg gir valgets kvaler
- Uavhengig forskning, mer ressurser
- Tillit til kontrollorganisasjoner
- Trygg, ikke syk
- Ren
- Legge til rette for småskala produksjon, reelt mangfold
- La forbrukerne ta et ansvar selv for å kjøpe "litt mindre sikker" mat produsert lokalt
- Ikke røyking i matbutikker
- God hygiene for de ansatte
- Tilgang til småskalamat
- Kunnskap om mat
- Tilgjengeligheten utvalg av mat ut i distriktene
- Passelig med info
- Billigere grønnsaker i Nord- Norge
- Stole på informasjonen som blir gitt ut
- Info om mer risikofylt mat skal være tilgjengelig

på markedet

- Kjente merker gir trygghet og tillit
- Færrest mulig tilsetningsstoffer
- Renest mulig mat, ikke sukker i kjøtt
- Mindre moms på sunn mat
- Delikate emballasjer
- Norsk info på matvarer i Norge. Samsvar mellom original etikett og oversettelsen
- Info på restauranter mht. allergikere
- Flere matvarer uten tilsetningsstoffer

### Gruppe 7: Hvordan kan forbrukerne involveres i Mattilsynets arbeid?

Innledning fra kafévert: Keren Bar-Yaacov, Mattilsynet

Prosessen med 3 innledende "bordsetninger" der den enkelte kunne velge fritt med en styrt siste runde, avdekket stor bredde i synet på involvering av forbrukerne. Summert opp ble hele bredden av involvering presentert:

- Eget forbrukertilsyn/kunderegistrerte avvik/aktiv bruk av forbrukerpanelene
- Liten/mindre grad av involvering, stole på myndighetene

Fokus ble til slutt på involvering lokalt i form av matråd i hver kommune som det absolutt viktigste innspillet og at forbrukerne må kunne gjøre bevisste valg (pasteuriserte/ikke pasteuriserte meieriprodukter for eksempel). Det er også et klart uttalt ønske at Mattilsynet må gjøre seg *synlig* lokalt og at forbrukerne må ha tilgang på informasjon og kunne komme med tips.

Gjennom gruppearbeidet ble alle parter skolert i åpenhet i form av usensurerte innspill i tillegg til å måtte fokusere og konkludere til slutt.

Kafédialogen som metode var godt egnet til å få frem bredden i synspunktene. Den viser samtidig tydelig behovet for at tilsynet må ha en egen selvstendig profil som organisasjon og kommunisere denne til forbrukerne og virksomhetene.

### **Stikkord fra kafébord:**

#### *Informasjonskanaler*

- Fast spalte i lokalavis
- Nettside
- Debatt/nyheter
- Telefon
- Gratis avis
- Info på TV om Mattilsynets arbeid
- Tipstelefon/forbrukertelefon
- Sende info på E-post
- Informasjon fra Mattilsynet må være tilgjengelig
- Informasjon må gå begge veier, for eksempel kan Mattilsynet ha avtale med lokalavis om fast spalte, mulighet for feedback (internett/spørreskjema/chatting)
- Enkle brosjyrer om Mattilsynets oppgaver
- Kinoreklame
- Spre kunnskap
- Informasjon på skole, i helsesektoren
- Informasjon ute i restauranter og butikker om tilstanden

#### *Forbrukerorganisering/aktiv involvering*

- Matråd i hver kommune
- Kanal for å si meningen om interessante saker
- Permanent mat/forbruker panel
- Matpanelene kan bli "matpoliti" og hjelpe Mattilsynet med tilsyn i butikker, gårder og restauranter i lokalmiljøet
- Kunderegistrerte avvik
- Mulighet til å påvirke regelverket

- Vi i panelet kan ta kontakt med avisen slik blir vi mer synlige
- Stå på stand
- Matpaneler utover prøveperioden på 3 år
- Arrangere tilsvarende dialogkonferanser med relevante temaer og representativt utvalg
- Abonnere på nyhetsbrev om stikkprøver
- Hjelpe til å starte forbrukerorganisasjon, men ikke drive organisasjon

#### *Tilsynspolitik*

- Kundene må få nok informasjon som innebærer mer enn Smileys
- Offentliggjøring av tilstanden til virksomhetene/for eksempel et gårdsbruk
- Mattilsynet må kunne gi dispensasjon slik at forbrukerne kan få kjøpt produktene de ønsker
- Mattilsynet må vise ansikt så forbrukerne blir trygge på at det er et apparat som sikrer dem
- Rapporter skal være lett tilgjengelige
- Mattilsynet må være synlig
- Skape bevissthet rundt frembud/fokus på helse
- Folk flest er trygge på maten, forbrukerne er ikke spesielt interesserte i å snakke med Mattilsynet
- Tillate at forbrukerne får ikke-pasteurisert melk, men informere om at dette ikke er pasteurisert
- Ingen restriksjoner på kjøp av mat en blir syk av over tid (fett, sukker)
- Stemple Coca Cola som helseskadelig!
- Sørge for tilstrekkelig merking/innholdsdeklarasjoner

#### *Forventninger til forbrukernes involvering*

- Hyppige kontroller, dokumentasjon
- Være for alle, uansett bosted

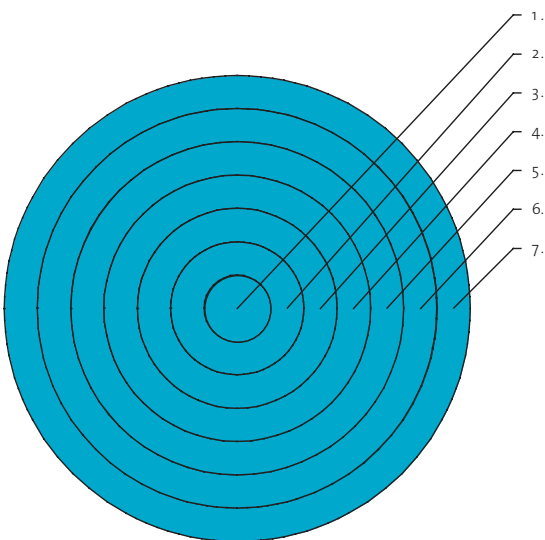




## 5 Prioritering av synspunkter

Etter gjennomføring av 3 runder med kafédialog fikk deltagerne i oppgave å prioritere hvilke synspunkter eller tiltak de syntes var viktigst. Kafévertene hadde på forhånd, med hjelp fra deltagerne, oppsummert og systematisert de 3 rundene med dialog i ulike overordnede tema. Temaoverskriftene med eventuelle underpunkter ble skrevet på gule post-it-lapper og hengt opp på en stor målskive. Dernest fikk hver deltager 4 stemmer totalt til å prioritere innspillene fra kafédialogen. Prioriteringene foregikk ved at man flyttet post-it-lappene inn en ring mot midten av målskivene. Et flytt var en stemme (det var ikke lov å flytte lappene tilbake).

Slik havnet de synspunkter/tiltak som fikk flest "stemmer" i midten av målskiven.



Under følger resultatet av prioriteringene rangert etter de tiltak/synspunkter som fikk flest stemmer. Noen tema hadde lignende/like stikkord, og kan derfor ha mottatt stemmer innenfor ulike tema.

### Gruppe 1. Hva forbinder du med helsemessig trygg mat?

#### 1. plass:

- Ikke syk – kortsiktig
- langsiktig

#### 2. plass

- Merking, alle ingredienser tilstoffer skal oppgis

#### 3. plass

- Tillate mer lokalmat med en viss risiko (men merkes deretter)

#### 4.plass

- Minimum kompetansekrav til de som arbeider med mat, opplæring
- Forskriftmessig matbehandling (og kontroll)

#### 5. plass

- Matsminke, merking om at den er der
- Bakgrunnsinfo om produktet bør være tilgjengelige
- Allergimat må oppbevares og behandles på riktig måte
- Forbud mot sukker der det ikke er nødvendig (kjøtt, melk etc.)
- Bedre opplæring i skolen

#### 6. plass

- Mer kontroll
- Rent vann ved frilandsvanning av bær, frukt etc.
- Ernæringsmessig riktig mat, sunn produksjon og behandling
- Ansvarsplassering, det enkelte ledd må ansvarliggjøres

#### Ingen stemmer

- Færrest mulig tilsetningsstoffer (matsminke)
- Transport, forskriftmessig, rolleforståelse
- Godkjente ledd i omsetningskjeden





- Ansvarliggjøring av den enkelte aktør
- Mer informasjon om kontrollresultater
- Ikke giftig eller skadelig mat (sprøytemidler)
- Bruk virkemidler (bort med de som ikke oppfyller sentrale krav)

### **Gruppe 2. Hva forbinder du med rent (trygt) vann?**

#### **1. plass**

- Skal kunne stole på springvann

#### **2. plass**

- Info og full åpenhet om drikkevann

#### **3. plass**

- Norsk drikkevann oppleves som trygt

#### **4. plass**

- Bekymring mht. miljøgifter i drikkevann
- Ubehagelig smak av noe i drikkevannet, kalkproblem
- Bekymring ved stoffer fra renseanleggene

#### **Ingen stemmer:**

- Klor er det ufarlig?
- Drikkevann regelen er for streng, hysteri
- Sunt å stimulere immunforsvaret
- Vil gjerne ha kildevann uten tilsetningsstoffer
- Tvil ved effekt av hjemmerens
- Flaskevann kan ha dårlig kilde
- Skepsis til kvalitet på flaskevann
- Flaskevann – praktisk

### **Gruppe 3. Er dyrevelferd viktig – eller er dyr bare mat?**

#### **1. plass**

- Dokumentert dyrevelferd er et konkurransefortrinn (fra jord/fjord til bords) verdivalg, økologisk filosofi

#### **2. plass**

- Dyrevelferd gir bedre kvalitet

#### **3. plass**

- Vårt syn på dyr påvirker vårt menneskesyn

#### **4. plass**

- Ulik vilje til å betale for dyrets velferd
- Dyr har egenverdi
- Tilsynet/regelverket er for dårlig, hva er viktigst? hvor går grensen?

#### **5. plass**

- Vi vet for lite om hvordan dyr har det til å kunne velge
- Vi vet for lite om hvordan dyr opplever ting
- Bevisstgjøring forutsetter saklig og relevant info

#### **Ingen stemmer**

- Hvis man ikke har mulighet til å velge, er det best å ikke vite noe
- Bevisstgjøring av alle produksjonsledd
- Næringsstrukturer og reguleringer må bedre tilpasses dyrenes behov
- Handlekurven representerer et verdivalg
- Ved mangel på kunnskap, må tvilen komme dyra til gode
- Man må stole på at tilsynet sørger for dyrevelferden er ivaretatt overalt

### **Gruppe 4. Hvilken informasjon vil dere ha som forbrukere om maten vi spiser?**

#### **1. plass:**

- Nøyaktig merking av alle ingredienser, mht. allergi problemer

#### **2. plass:**

- Kompetent butikkpersonale

### 3.plass:

- Opprinnelsesmerking, land/distrikt
- Mer generell info om ferdigmaten

### 4.plass

- Informasjon gjennom forbrukerprogrammer, media med stor makt (Puls, FBI) Mattilsynet
- Enkel info i butikken må være tilgjengelig (data-maskin?)

### 5.plass:

- Balansert info
- Egen sertifisering av butikkansatte
- Informasjon må være tilgjengelig i tilknytting til varen
- Skjønner ikke helt hva merkingen/stoffene gjør eller betyr

### Ingen stemmer:

- Tror vi på det som står i aviser eller på nettet?
- Når negative stoffer får fokus tar bransjen tak i det
- Mattilsynet kommer på banen når de finner feil, ønsker positiv informasjon også
- Info på nettet ikke nok, alle har ikke tilgang
- Info må være sann
- Kostholdsråd hører vi på
- Info som bekrefter tidligere antagelser blir tolket som mest sann
- Bedre holdbarhetsmerking i åpnet tilstand
- Dato for produksjon
- Opplysning om lokal mat

### **Gruppe 5: Hvilken informasjon forventer vi som forbrukere å få om de som produserer og selger mat? (gårdsbruk, slakterier, butikker, restauranter etc.)**

#### 1. plass

- Sporbarhet - plassere ansvar i alle ledd

### 2. plass

- kompetanse hos ansatte, skal kunne svare på hva varen inneholder

### 3. plass

- Smileys på butikker og restauranter

### 4. plass

- Ikke smileys i butikker men i restauranter
- Offentliggjøring av alle resultater og kontroller på internett

### 5. plass:

- Korrigere feil info i pressen, ikke uthenging av enkelt bedrift
- Smileys på enkelte steder. og på risiko mat
- Info om produsentene på Mattilsynets hjemmeside
- Sporbarhetsinfo må ikke fjernes i salgsledet

### Ingen stemmer:

- Velger å stole på at maten er trygg
- transport til og fra gård, må være til å stole på
- Transport av dyr er ikke tilfredsstillende
- Merking av importmat
- Mer info om ferskvaredisk og restaurant mat (hvor kommer varen fra, hva inneholder den)
- Ikke holdbart med smileys, virker fordømmende
- Smileys fullt og helt bransjeansvar med kontinuerlig oppfølging
- Syns det er for mye info (mer relevant info)
- Mer info om maten, blir ikke for mye
- Offentliggjøring av riktig info fra Mattilsynet,

### **Gruppe 6: Hva er det viktigste for oss som forbrukere i forhold til mat?**

#### 1.plass:

- Tilgang til billig mat
- Hyppig kontroll fra Mattilsynet, åpenhet mellom forbrukere og Mattilsynet

### 2. plass

- Mer forskningsresultater om hva som er farlig mat
- Mest mulig informasjon om produktene
- Norske etiketter på utenlandske produkter, disse må være riktig oversatt

### 3. plass

- Retur av dårlig mat
- Tilgang til mer variert og risikofyllt mat på eget ansvar

### 4. plass

- Et størst og best mulig utvalg
- Riktig tilsetningsstoffer i maten
- Det må ikke være så mye informasjon om produktet at vi ikke klarer å handle

### 5. plass

- Kunne kjøpe mat fra smiley restaurant og kanskje butikker
- Tilgang til god kvalitetsmat
- Maten skal alltid være trygg
- Ikke tilsetningsstoffer i mat

### 6. plass

- Offentliggjøring av sporbarhet i alle ledd - fra gård til bord. Et fornuftig utvalg i forhold til distrikt
- Det er ikke nødvendig med smiley merking
- Kjente merker gir trygghet og tillit
- Trenger ikke mer info om forskningsresultat

## **Gruppe 7: Hvordan kan forbrukerne involveres i Mattilsynets arbeid?**

### 1. plass:

- Matråd opprettes i hver kommune

### 2. plass:

- gi forbrukerne nok info for bevisste valg

### 3. plass:

- Kunderegister avvik (tips som følges opp)

### 4. plass:

- Tipstelefon, nyhetsmail/brev

### 5. plass:

- Mattilsynet må gjøre seg synlig lokalt

### 6. plass:

- Ikke overta forbrukerens ansvar for egne valg
- Faginformasjon fra avis, fast spalte
- Faginformasjon på utdanningsinstitusjoner
- Dialog (chatte på nettsider)

### Ingen stemmer:

- Informasjon fra nettsider
- Lett tilgjengelig rapporter
- Mattilsynet forteller om seg selv
- Dialogkonferanse
- Informasjon fra nyhetsbrev
- Relevante temaer: helse, hygiene, bevissthet rundt frembud av mat
- Matpaneler som hjelpeinstruktører
- Dialog, telefon samtaler
- Informasjon innsamling (avis, brev)
- Spørreundersøkelser
- Forbrukerne trenger ikke snakke med Mattilsynet
- Mattilsynet må gjøre god jobb slik at forbrukerne føler trygghet
- Skape rom for påvirkninger av regelverk
- Forbrukerrådet ikke nødvendig (riktig kanaler, representativt)



## 6 Resultater fra gruppearbeid

Etter prioriteringene i "Bulls eye" ble deltagerne fordelt på 7 grupper som skulle jobbe videre med hvert sitt spørsmål. Den første halvdelen av gruppearbeidet gikk med til diskusjon med Mattilsynet. Mattilsynet gav først deltagerne tilbakemelding på dialogen og prioriteringene som ble gjort, og det var åpent for spørsmål og videre debatt. I den siste halvdelen av gruppearbeidet fikk deltagerne i oppgave å formulere noen utfordringer til Mattilsynet. Resultatet av gruppearbeidet ble som følger:

### **Gruppe 1: Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til trygg mat?**

- Mattilsynet bør hjelpe forbrukerne om å få opplysning om (absolutt) alle innholdsstoffer i maten (pakket/løs) – med full deklarasjon (ikke bruke samlebetegnelser som "krydder").
- Stoppe verstingene – skal ikke få lov til å ture frem.
- Det bør opprettes meldelinje (tlf, e-post, nett) hvor forbrukerne kan melde inn mulige tilfeller av matforgiftning, slik at Mattilsynet kan sjekke dette ut.
- Meldelinje for forbrukerregistrerte avvik (jf håndtering av mat, dyr etc.), i forhold til produsenter, dagligvarekjeder, restauranter
- Kompetansekrav/sertifisering av de som arbeider med mat (både i butikken, næringen, produsenten, restauranten).
- "Lokal mat" (lokale produkter) bør følges av informasjon om risiko utarbeidet av Mattilsynet, dvs. at Mattilsynet lager en merkeordning av "risikomater" – informasjonsskriv.
- BLI SYNLIGE!

### **Gruppe 2: Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til trygt drikkevann?**

Rent vann er vårt viktigste næringsmiddel. Allerede i dag er det strenge krav og vannverkene har informasjonsplikt, både gjennom intern kontroll og meldeplikt ved avvik.

- Godkjenning av vannverk (jf både kommunale og private)
  - a. Tidsfrist v/saksbehandling, dvs. Mattilsynet må ha en fast tidsfrist for hvor lang tid en slik godkjenning kan ta; og vannverket må ha tilsvarende tidsfrist. Dagsbøter dersom godkjenning ikke overholdes.
  - b. Prioritere de som produserer mat.
- Stikkprøvekontroller fra Mattilsynet – men samtidig viktig å stimulere vannverkene til å være stolte over gode produkter.
- Informasjon til forbrukerne ; her kan vannverket være informasjonsansvarlig (jf internett, for eksempel gjennom portal på Mattilsynets nettsider). Mattilsynet må vurdere nivået (jf en forklaring av verdier, og en vurdering av nivåer).

### **Gruppe 3: Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til dyrevelferd?**

Gruppen syntes dette spørsmålet var vanskelig å svare på. Generell konklusjon var: *"våre forventninger er at de ivaretar sin rolle på en slik måte at dyra har det godt i Norge."*

Liten informasjon og kunnskap per i dag, både i forhold til hva som er faktisk status og hva som gjøres pr i dag. Helt sentralt er *tilliten* til Mattilsynet som tilsynsmyndighet.

- Mattilsynets rolle:
  - Tilsynet er primært en kunnskapsbestiller, som igjen påvirker.
  - Regelverket; men hvem skal bestemme dette? Forbrukere/samfunnet. Fagfolk (veterinærer, fysiologer), filosofer?
  - Tilsyn: av produsenter og produkt
  - Veiledning/tilrettelegging
  - Påvirker distribusjon/produksjonsledd og forbruker
- Forbrukernes rolle forutsetter:
  - kunnskap/informasjon (toveis)
  - formidling/kommunikasjon

Det er viktig at både forbrukernes meninger tilflyter tilsynet, og at tilsynets virksomhet blir kjent blant forbrukerne, for eksempel gjennom:

- nett
- telefon
- forbrukerundersøkelser/paneler
- avis
- informasjonshefter

Merking: Smiley merket

Oppsummert: Bevisste forbrukerne som følger med er en forutsetning.

#### **Gruppe 4: Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til informasjon om maten vi spiser?**

- Kanskje er det uheldig av Mattilsynet og Ernæringsrådet er to organer – hvem har ansvaret for helheten?
- Kompetent personale er en mangelvare! Butikkene er i en særstilling, det burde være

høyere krav – spesielt i ferskvarediskene. Jf at andre selgergrupper må kunne mye mer om sine produkter enn hva matfolk. Dette må være daglig leders ansvar.

- Faktablader (laget av Mattilsynet) i butikken, lett tilgjengelig der hvor mat selges. Også mulige skanningsløsninger – dersom man ønsker mer informasjon om produktet. (jf punkt om *synlighet*)
- Brosjyrer fra Mattilsynet sendt i Posten (jf punkt om *synlighet*)
- Hvem har ansvaret for å opplyse om ernæring? Skolen, staten, foreldre?
- Advarselmerkinger –for eksempel i forhold til kaliumsulfat som ikke bør brukes av hyperaktive barn.
- Miljøgifter – opplyse om hva Mattilsynet og andre godkjenner.
- Vi stoler på at Mattilsynet har kjennskap til nivåer, jf også kontinuerlige kontroller
- Nøyaktig ingrediensliste på ferdigmat – jf at det skal stå både innhold og mengde av hver del (jf % av for eksempel sukker). Hva spiser vi? Næringsinnhold.
- Opprinnelsesland burde være bedre merket; kjøtt, ost, fisk, grønt – jf også opprinnelsesprodusent.

#### **Gruppe 5: Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til informasjon om de som produserer og selger maten?**

Åpen dialog/kommunikasjon (herunder også uavhengighet, både av produsenter, oppdragsgivere, forbrukere etc.)

- Krav til sporbarhet (høyt prioritert i kafédialogen)

- Krav til ansvars plassering
- Krav til evt regelendringer
- Offentliggjøring av informasjon knyttet til produsenter og leverandører er viktig, men gruppen hadde ikke konkrete forslag til løsninger. Dilemma.
- Autorisasjon (jf sertifisering); jf at det innenfor andre samfunnsområder stilles krav om dette (for eksempel helse). Mattilsynet bør vurdere om dette skulle utarbeides en tilsvarende autorisasjon for aktører innenfor matfeltet.
  - Klarer aktøren ikke å tilfredsstille dette, kan man tenke seg prikkbelastninger å la førerko-rtet. Dette burde også være interessant for bransjen.
  - Formelle kompetansekrav bør gjelde for de profesjonelle aktørene (jf konkurransefor-trinn – vårt personal vet hva det gjør).
- Klargjøre ansvarsområder og – roller innenfor matsektoren – jf tilsynet, bransjen, publikum osv.
- Mattilsynet bør sette krav til en mini-mumsstandard til virksomheter innenfor mat-varesektoren, noe som ville representere en garanti for at maten er trygg. Dette er analogt til en rekke andre bransjer. Dette involverer også in-ternasjonal lovgivning og regulering, men dette bør også være en mulighet for tilsynet å vise at det tar oppgavene på alvor.

**Gruppe 6:**  
**Hvordan skal Mattilsynet finne en balanse mellom forbrukerhensyn og verdiskapning?**

- Hvis forbrukerne ønsker billig mat er det leverandørens ansvar – ikke Mattilsynets. Men tilsynet må likevel kontrollere både billig og dyr mat.

- Mattilsynet arbeider for et enklere og mer fleksibelt regelverk overfor småskalaprodusenter, for derved å sikre større variasjon og lokale produkter. Men da må forbrukerne ta mer ansvar – jf. varseltrekant. *Dette produktet tilfredsstiller ikke Mattilsynets krav – spises på eget ansvar!*
- Mattilsynet må være uavhengig av nærings- og forbrukerinteresser. Må sikre at matvaretrygghet går foran verdiskapning.
- Mattilsynet må kontrollere på en konkurransenøytral måte utenfor rammene av trygg mat.

**Gruppe 7: Hvilke forventninger har forbrukerne til Mattilsynet i forhold til å bli involvert?**

Noen forutsetninger til grunn for å kunne involvere forbrukerne:

- Hyppige kontroller
  - Være for alle, uansett bosted
  - Informasjon/dokumentasjonen må være enkelt tilgjengelig:
    - \* På nett (rapporter om all kontroll)
    - \* På restauranter, butikker, utsalgssteder – viktig at det står når siste kontroll er foretatt
- Forbrukertelefon for tips og spørsmål – blant annet for kunderegistrert avvik
- Gjøre matpaneler til en fast ordning
- Dialogkonferanser ved nye relevante temaer – gjerne med et representativt utvalg av den norske befolkning, eventuelt gjennom spørreundersøkelser.

Etter at de ulike gruppernes innspill og utfordringer til Mattilsynet ble presentert, ble det åpnet for spørsmål og kommentarer fra deltagerne.

### **Forslag/spørsmål fra salen:**

- Interaktive pc-er i butikkene (jf strekkoder)
- Autorisasjon av folk som jobber med mat; jf at det også i helsevesenet jobber mange ufaglærte. Opplæring er kanskje viktigere enn selve autorisasjonen. Visse funksjoner kan imidlertid gjøres av helt ufaglærte (jf siste i kassen), mens andre forutsetter viss kunnskap (jf for eksempel betjene ferskvaredisken). Tanken fra gruppe 5 var at dette sannsynligvis allerede gjøres i bransjen, men at bransjen bør flagge dette tydeligere, da det også vil bety et konkurransefortrinn.

Hvilke regler gjelder for slakt på gården? Svar: Det er ikke lov å slakte på gården for andre enn seg selv.





## 7 Oppsummering (v/Joakim Lystad i Mattilsynet)

Veldig nyttig - mer enn jeg hadde trodd i utgangspunktet. Viktig for Mattilsynet å få den type input som forbrukerne gir. Det er også nyttig for oss at vi gjennom slik direkte dialog, må blottstille oss selv litt og på den måten lettere ser oss selv utenifra.

Imponerende og takknemlig for at så mange har brukt en hel helg på dette.

Det som blir utfordringen videre blir for Mattilsynet å prioritere blant alle de gode tiltakene. Noen ting har jeg likevel lyst til å løfte frem:

- Stoppe verstingene: det er viktig! Viktig å være tydelig som Mattilsyn om at det finnes klare grenser for hva som aksepteres.
- Forbrukerønsket om større tilbud og variasjon i utvalg, t.o.m. dersom dette kan bety noe økt risiko.
  - Gjøre jobben slik at dyrene har det godt
    - selv om det er et generelt ønske, er det et viktig fokus.
- Mer kompetent personale i næringene
  - samme spørsmål ble stilt til dagligvarekjedene i forhold til ungt personal i forhold til håndtering, bevissthet etc. Næringen så dette som et dilemma.
- Uavhengighet - skal være uavhengig av alle, t.o.m. departementene.
- Forbrukertelefon er allerede etablert – 06040
  - ønsker også info om matforgiftning. Mistanke om matforgiftning og matvareallergi – her finnes det system allerede.
- Matpaneler til fast ordning – denne formen er svært nyttig for Mattilsynet.



### **Innspill i etterkant på mail fra Barbro Larsen (Opplandpanelet):**

Jeg tror de fleste synes det var interessant og spennende, og det blir moro å se om det medfører noen "kursendringer". Men det var et par viktige ting som ble uteglemt. Det ene ble vel nevnt av Joakim Lystad på søndag, men Gilde slapp dessverre unna på lørdag. Nemlig ESA sin rapport om tilstanden ved (4 stk. ? - eller alle?) norske slakterier, hvor forholdene var sterkt kritikkverdige. Jeg hadde tenkt å ta opp dette på lørdag, men hadde ikke fått satt meg nok inn i saken, annet enn å skimlese avisen. Dessuten ble det for dårlig tid i "spørretimen". Men jeg er ganske sikker på at vi i matpanelene synes at slik behandling av slaktedyr er HELT uakseptabel. Hva gjør Mattilsynet i forhold til denne rapporten?

Den andre tingen, som absolutt burde vært nevnt på søndag, spesielt av gruppen jeg var, på spm. "Hva vil forbrukerne vite om maten de spiser?" er GENTEKNOLOGI. Vi glemte det rett og slett. Jeg lur-er veldig på hvordan utviklingen har gått når det gjelder genmodifiserte produkter. Dette er kjempeviktig å vite for forbrukerne. Er det f.eks. riktig at hvis man ønsker å unngå og spise genmanipulert mais, så må man slutte å spise mais, pga. at dette er kommet utenfor 100 % kontroll? Hva skjer i EU når det gjelder krav til merking etc.? Og hvordan går det med forskningsresultater?



# 1 Vedlegg

## Deltagerliste

### Nord-Trøndelagpanelet

Kjersti G. Løvik  
Inger Stræte  
Øvvind Berg  
Kåre Lilleenget  
Hildegunn Henriksen

### Vest-Agderpanelet

Svein Simonsen  
Torill Holtberget  
Torgrim Nordgarden  
Camilla Bruno Dunsæd  
Ann-Beate Vollen  
Kari-Mette Kihle Jomaas

### Opplandpanelet

Barbro Larsen  
Kirsten Birkeland Pedersen

### Tromspanelet

Maria Amalie Rikardsen,  
Trond Henrik Thorsen  
Charles Nyheim  
Jan Steinar Johansen  
Jannike Marlen Rype  
Solveig Riise Vangberg  
Monica Haugan Mikalsen

### Hordalandpanelet

Solrun Stokke  
Gunn Leiknes  
Jan Hausken  
Anders P. Petersen  
Gunnar Larsen  
Arne Haugland

### Oslo/Akershuspanelet

Cathrine Nodberg  
Tone Børresen  
Helge Iversen

Magnhild Aasan  
Randi Solberg  
Kathrine Bru  
Thomas Bengtsson

### Telemarkpanelet

Nils-Arne Tveit  
Per Nykås  
Jorunn Martila  
Cecilie Haugerud  
Anne Liv Kittelsen  
Gro Sigrid Rognlien  
Anja Hammer Dubland

### ”Ungdomspanelet”

Marthe Johannesen  
Silje Johannesen  
Sigrid M. Briså  
Marianne Remsøy  
Fredrik Sætre  
Anna Våglund  
Petter Andersen  
Elin Hafstad

### Mattilsynet

Åse Fulke  
Atle Strande  
Joakim Lystad  
Kari Bryhni  
Hilde Hammes  
Keren Bar-Yaacov  
Nils Ole A. Baalsrud  
Øyvind Henriksen  
Atle Wold  
Stein Ivar Ormsettrø  
Arne Espeland  
Karina Kaupang

### **Forbrukerrådet**

Ellen Bjørkum

Stine Wohl Sem

Åshild Kise

Reidunn Ravnevad Nielsen

Erik Lund-Isaksen

### **Andre**

Lasse Jalling, Stiftelsen Idébanken

Lone Pålshaugen, Stiftelsen Idébanken

Knut Framstad, Norsk Kjøtt

Thomas Angell, Handels- og Servicenæringens

Hovedorganisasjon (HSH)

Eivind Jacobsen, Statens institutt for  
forbruksforskning (SIFO)

Nora Mentzoni, Landbruksdepartementet

Astrid Zachariassen, Landbruksdepartementet

Marit B. Braathen, Landbruksdepartementet

Liv Astrid Eikeland, Landbruksdepartementet

Sissel Lyberg Beckmann, Helsedepartementet

Per Anders Staalheim, Barn- og familiedepartementet

## 2 Vedlegg

### **Åpningsforedrag v/Stine Wohl Sem (Forbrukerrådet)**

På vegne av Forbrukerrådet vil jeg ønske velkommen til denne konferansen som handler om det nye Mattilsynet og forbrukernes forventninger til de oppgaver de skal utføre.

Jeg heter Stine Wohl Sem, og er seksjonsleder for mat og miljø seksjonen i Forbrukerrådet.

Spesielt vil jeg ønske velkommen til de helt nye deltagerne. Denne gangen har vi fått med oss 8 ungdommer fra hhv. Rud og xx skole i Bærum. De er invitert til å være med fordi vi synes det er viktig at også de helt unge forbrukernes stemmer får komme til uttrykk i debatten om mat. De unge er fremtidens forbrukere, i tillegg så tenker ofte unge annerledes om mat enn eldre forbrukere, de har ofte andre matvaner og andre holdninger. Derfor er det viktig at også de er med. Det er også andre helt nye fjes.

Før vi går inn på det som er fokus for helgens konferanse – dialog mellom Mattilsyn og forbrukere skal jeg si litt om hva panelene så langt kan sies å ha oppnådd.

Påvirkning og endring er ett av de viktigste målene med hele forbrukerpanelprosjektet. Gjennom forbrukerpanelene får forbrukerne (et utvalg) mulighet til å si sin mening - og forhåpentligvis også bli lyttet til. Muligheten til å kunne påvirke er også derfor de fleste av dere også meldte dere på prosjektet. Dere har meninger om mat og dere ønsker å kunne være med å påvirke og endre ting til det bedre. Så kan en spørre om dere har klart det så langt?

Skjer det noe som følge av matpanelenes arbeid? Lytter politikerne (for å endre politikk, prioritere

annerledes) til det dere kommer med? Blir det noen endringer "der ute? Spørsmål om påvirkning er vanskelig og sammensatt – derfor skal også noen utenfor Forbrukerrådet ta fatt i disse spørsmålene i forbindelse med evaluering av hele prosjektet i løpet av året. Jeg vil likevel si litt om hva panelene så langt kan sies å ha bidratt til.

#### **1) Snåsa**

Først noe helt konkret. Coop'en på Snåsa er blitt bedre. Ikke som følge at forvaltningen har beordret til nysats, men klager fra en av dere under overleveringsseansen i vinter har ført til at det satt noen i salen som lyttet, brydde seg, handlet og fikk mer mangfold i butikken der. Forhåpentligvis er bedringen ikke bare av midlertidig art. (dette kan Øyvind fra Snåsa helt sikkert si mer om)

#### **2) Interesse for prosjektet "utenfra"**

Forbrukerrådet i Danmark har tatt kontakt for å lære av våre erfaringer med Matpolitiske forbrukerpanel. Vi har også fått andre henvendelser med interesse for prosjektet.

#### **3) Sukker**

Innspill fra dere (sammen med innspill fra andre forbrukere, merkedetektiver, innspill fra forbrukerorganisasjoner, møter med Helsedepartementet, pressefokus) har faktisk medført at mattilsynet kommer med forslag om obligatorisk merking av sukker internasjonalt.

#### **4) Opprinnelsesland**

LD har bedt Mattilsynet om å utrede og forberede forskriftsfesting av krav om at alt kjøtt skal merkes med opprinnelsesland. Målet er at dette skal tre i kraft 1.1.2005.

### **5) Gårds/regionsmerking**

LD har bedt Mattilsynet om å utrede og forberede forskriftsfesting av krav om at kjøtt og kjøttprodukter skal merkes med navn på hvilken virksomhet produktene kommer fra, at melk og ost skal merkes med hvilket meieri/ysteri det kommer fra og at eggkartonger skal merkes med navn på eggpakkeri.

De innspill dere har kommet med når det gjelder informasjon om kjøtt har trolig bidratt til at endringer i regelverket skjer raskere. Men det er også opplagt at der deres interesser er sammenfallende med produsentinteresser, så vil det være lettere å høre på forbrukersiden - slik som med innføring av merkeordningen "Beskyttede betegnelser" og merking med opprinnelsesland.

### **6) Næring**

Jeg ser at næringsaktørene nå vet mer om hva matpanelene er. Er ikke dette noe vi kan spørre panelene om, får vi stadig spørsmål om. Jeg arbeider for eksempel sammen med brødbransjen om å få til en bedre merking av hvor grovt brødet er. Her ønsker vi at dere skal få komme med innspill om ulike alternativer til merking. uttale dere på dette.

### **7) Forbrukerrådet**

Og ikke minst - vi i FR bruker deres meninger og tanker som innspill i vårt arbeide med å ivareta forbrukernes interesser på matområdet både overfor myndigheter og bransje – både her til lands og internasjonalt.

### **8) Dagsorden**

Og til slutt – forbrukerpanelene har en viktig dagsordenfunksjon, sette viktige saker og problemstillinger

på dagsorden – kan bidra til bevisstgjøring omkring forbrukerinteresser på matområdet.

*For å avslutte:* endringer i politikk, i meninger, i rutiner og i produktutvikling vil som regel ikke skje over natten. Endring tar tid. Verken Sponheim, Høybråten eller Ludvigsen vil snu totalt rundt fordi dere mener noe nytt. Det dere bidrar med er først og fremst viktige innspill som sammen med press fra mange ulike aktører setter saker og problemstillinger på dagsorden som kanskje på sikt bidrar til å skape endring. Jo flere som taler forbrukernes sak jo bedre!

*Så tilbake til dagens tema – Mattilsynet.*

### **Hensikt med helgens møte**

Mattilsynet så dagens lys 1 januar i år, en sammenslåing av statens næringsmiddeltilsyn, statens dyrehelsetilsyn, statens landbrukstilsyn, deler av fiskeridirektoratet og alle landets kommunale næringsmiddeltilsyn.

Mattilsynet skal være forbrukerrettet, og det står mange fine ord i mange dokumenter om at vi, forbrukere skal stå i sentrum. Det er våre interesser som skal prioriteres, og helse skal spille større rolle enn verdiskapning i næringen.

Denne samlingen er en gylden mulighet til å influere på Mattilsynets utvikling, til å påvirke slik at de kan hende lage systemer og rutiner som vi er fornøyd med. Kan hende de prioriterer mer det forbrukere vil de skal arbeide med. Kan hende de vil ta oss mer med på råd eller også at de informerer oss om det de arbeider med slik at vi blir fornøyd.

Jeg mener og tror at det er nødvendig med forbruker paneler som en selvstendig stemme. Bruk den stemmen!

### *Om programmet:*

I dag, lørdag er det ulike foredrag som skal gi en bedre forståelse av hvem Mattilsynet er og hva de gjør, hvilken rolle de har i samfunnet, hva de ikke gjør osv. Også foredrag fra næringsaktører og forskerhold (SIFO)

Søndag får dere anledning til å komme i dialog med Mattilsynet og komme med egne synspunkter og innspill gjennom såkalt kafédialog og etter hvert gruppearbeid

Etter at vi har fått litt påfyll av informasjon og kunnskap er det mulighet for en svømmetur og spa . Dagen avsluttes med middag kl. 2000.

# 3 Vedlegg

## TEMA FOR KAFÉDIALOG

### 1. Hva forbinder du med helsemessig trygg mat?

- Er "trygg mat" = helt garantert at man ikke blir syk? Har vi for strenge krav til hva som er trygt (jf for eksempel lokale produkter, gårdssalg etc.)?
- Hvem definerer hva som er "trygg mat"?
- Hvem har ansvaret for at maten er "trygg"?
- Har forbrukerne et eget ansvar?
- Hva skal til for at vi skal kunne stole på at maten er trygg?
- Er norskprodusert mat tryggere enn annen mat?
- Kan dere gi noen eksempler på mat som dere opplever som trygg/utrygg?

### 2. Hva forbinder du med rent (trygt) vann?

- Hvilke forventinger har dere til vannet i springen?
- Hva skal til for at vi skal kunne stole på at vannet er rent?
- Hva forstår vi med reint drikkevann?
- Hvilke tanker har dere om drikkevannet i Norge?
- Hvilke oppfatninger har dere av vann på flaske?

### 3. Er dyrevelferd viktig – eller er dyr bare mat?

- Har dere en oppfatning om hvordan velferden til produksjonsdyrene i Norge i dag er?
- Er det noen produksjoner dere er skeptiske eller negative til? ( for eksempel melkekyr, burhøns, svinehold, kjøttfe, reindrift, oppdrettsfisk).
- Dyrevelferd versus pris på ferdig produkt (strengere krav til dyrevelferd - er vi villige til å betale mer?)
- Får vi nok informasjon om dyrevelferden?
- Hva vil vi vite?
- Hva skal til for at vi skal kunne stole på produsenter og myndigheter når det gjelder å ivareta dyrs (også fisk) velferd?
- Hva utløser tanker om dyrevelferd?
- Gi gjerne eksempler

### 4. Hvilken informasjon vil dere ha som forbrukere om maten vi spiser?

- Hvem har ansvaret for at forbrukerne får nok informasjon (produsenter, dagligvarehandel, myndigheter)?
- Hvordan skal Mattilsynet forholde seg til feilaktig informasjon (redelighet)?
- Hva skal til for at vi skal stole på den informasjonen vi får?
- Hvordan skal Mattilsynet forholde seg til at det er ulikt informasjonsbehov blant forbrukerne?

### 5. Hvilken informasjon forventer vi som forbrukere å få om de som produserer og selger mat? (gårdbruk, slakterier, butikker, restauranter etc.)

- Hvilken betydning har offentliggjøring av butikker, restauranter etc. som ikke har "rent mel i posen"?
- Hva er viktig informasjon?
- Hvordan bør slik informasjon ev. gis oss forbrukere?

### 6. Hva er det viktigste for oss som forbrukerne, i forhold til mat?

- Helse, kvalitet, mangfold, trygghet, pris osv. – få deltagere til å utdype og komme med eksempler.
- Er det konflikt mellom ulike forbrukerhensyn og verdiskapning på matområdet?
- Gi eksempler.

### 7. Hvordan kan forbrukerne involveres i Mattilsynets arbeid?

- "Myndighetene har ansvaret" versus direkte påvirkningsmuligheter for forbrukerne?
- Hvordan kan involvering foregå i praksis? (nasjonalt, regionalt og lokalt)
- Hvilke spørsmål /saker vil forbrukerne involveres i?