

## Hvis industrien siger det søde er sundt, tror forbrugeren på det

Midt i Ugen nr. 144 1. september 2010  
Af FoodDTU



Forbrugerrådet var onsdag den 25. marts vært for et debatarrangement, hvor sundhedsanprisninger blev sat på dagsordenen. Under overskriften "Kål og Karameller – samme sundhed?" diskuterede politikere og repræsentanter fra industri, brancheorganisationer og NGO'er hvilke fødevarer, der skal kunne sundhedsanprises. Er det fx i orden at markedsføre chokoladesovs som sund, fordi den er tilsat calcium, som er godt for knoglerne – men samtidig indeholder store mængder fedt og sukker?

### Forbrugere tror på sundhedsanprisninger

Baggrunden for mødet var en analyse blandt 933 danske forbrugere, som Forbrugerrådet gennemførte i maj 2010. Analysen viste, at to tredjedele af

forbrugere er tilbøjelige til at tro på sundhedsanprisningerne – og hver tredje forbruger kan godt forestille sig at bruge sundhedsanprisningerne som indkøbsvejledning. Det mener Forbrugerrådets formand, Camilla Hersom, er problematisk, fordi forbrugere i mange tilfælde risikerer at blive vildledt. "Der skal sættes grænser for hvad producenterne må skrive på emballagen", siger hun, og efterlyser samtidig en opstramning af de såkaldte ernæringsprofiler, der definerer hvilke fødevarer, der må sundhedsanprises: "Kun på den måde undgår vi, at usunde fødevarer lover mere, end de kan holde".

### Ingen sundhedsgaranti

På debatmødet blev nøglehulsmærket, der kan tildeles produkter, der opfylder en række kriterier om indholdet af fedt, mættet fedt, sukker, salt og fuldkorn, fremhævet som et værktøj, der kan være med til at sætte fokus på ernæringsprofilerne og dermed gøre det lettere for forbrugere at vælge sundt. Men problemet med nøglehulsmærket er, at selv om mærket er baseret på den nordiske madkultur, og derfor kan give retningslinier til forbrugere, er det problematisk med sådanne "bedst inden for kategorien"-mærker. De giver nemlig ingen nogen garanti for at et produkt er sundt. Det mener Anja Biltoft-Jensen, der forsker i ernæring på DTU Fødevarerinstitutionen, og har været med i arbejdet med at opdatere nøglehulsmærket til danske forhold. "Der vil altid være noget, der er bedst inden for en kategori – men hvis kategorien er fast food, vil selv det produkt, der har et mærke, være et, man ikke skal spise for meget af", siger hun. "Desuden giver det ikke forbrugeren vejledning til de produkter, der ikke bærer mærket – dvs. de fleste fødevarer på markedet".

### Bedre information til forbrugere

Anja Biltoft-Jensen mener det bedste ville være et mærke, der understøttede de danske kostråd: "I dag har vi 'Fuldkornsmærket' og '6 om dagen' som eksempler på dette", siger hun, "men det bedste ville selvfølgelig være, hvis der var et mærke, som eksperterne havde valgt – for forbrugere er ikke selv uddannet til at kunne vurdere hvilket mærke, der har størst betydning, og der er endnu ingen mærker, der kan stå alene uden en forklaring". Anja Biltoft-Jensen mener det er urealistisk at få industrien til at acceptere et mærke, der kan stille produkter i dårligt lys – som fx 'spis mere'- eller 'trafiklys'-mærkerne – men efterlyser større engagement fra industriens side om at informere om de mærker, der findes, så det ikke er det offentlige, der skal stå for al informationen.

### Beriget brunch

På debatmødet, der blev afholdt på Meyers Madhus, serverede husets kokke en brunchbuffet med fire eksempler på berigede fødevarer: Brød, tilsat omega 3-fedtsyrer, müsli, tilsat vitaminer, frugtyoghurt, anprist som en god kilde til kalk og endelig frugtsalat, anprist som rig på vitaminer. De deltagende debattører blev bedt om at give produkterne et "rødt" eller et "grønt kort" – men havde forskellige argumenter for hvilke fødevarer, der skulle have grønne og røde kort.

”Det er den enkeltes valg hvilke fødevarer, han eller hun vil spise”, sagde Nordic Nutrition Manager Latifa Lundberg fra Unilever. Hun efterlyste mere oplysning til forbrugerne – som alt for ofte svæver i uvidenhed om hvilke fødevarer, der reelt er sundhedsfremmende. ”Der er en halv million mennesker i Danmark, der lider af forhøjet kolesterol”, fremhævede hun, ”og fyrrer procent af sundhedsbudgettet går til kolesterolsænkende midler”. Disse penge mente Latifa Lundberg kunne spares, hvis befolkningen fik bedre adgang til oplysning om kolesterolsænkende fødevarer.

### **Ja til hvidt brød – nej til frugt?**

Selv om flere debattører ikke ville sige ja til at sundhedsanprise hvidt brød med omega 3-fedtsyrer, fik brødet alligevel grønt kort af både Latifa Lindberg og kvalitetschef Karin Frøidt fra COOP. ”Man skal se på hvad folk spiser”, forklarede Karin Frøidt, ”og der er et stort marked for hvidt brød – også i Danmark – som man skal sammenholde med det faktum, at der her i landet er mange, der spiser alt for lidt fisk”. Alle debattørerne gav samtidig frugtsalaten et grønt kort – med undtagelse af Karin Frøidt. Hendes argument for at dømme frugtsalaten ude var, at indholdet af vitaminer eller fibre i frugt ifølge forordningen ikke er stort nok til at danne grundlag for en anprisning – på trods af at et højt indtag af frugt og grønt har en dokumenteret gavnlig virkning på sundheden. ”Det kan være et problem at mange af de produkter, vi ved er sunde, slet ikke kan sundhedsanprises”, siger Anja Biltoft-Jensen. ”Sundhedsanprisningerne kan kun bruges på emballerede varer, og det betyder, at grønt, købt hos grønthandleren, fisk, købt hos fiskehandleren eller fuldkornsbrød, købt hos bageren ikke kan anprises – og derfor må man også som forbruger bruge sin sunde fornuft”.

### **Ernæringsprofiler i farezonen**

Sundhedsfremmende fødevarer er fødevarer, der indeholder eller er beriget med komponenter, der har en dokumenteret sundhedsfremmende effekt, som fx omega 3-fedtsyrer, calcium eller fibre. I EU's ”Forordning om ernærings- og sundhedsanprisninger af fødevarer”, der trådte i kraft 2007, er sundhedsanprisningerne blevet gjort afhængige af at varerne har en såkaldt ’ernæringsprofil’. Ernæringsprofilerne fastsætter maksimumværdier for hvor store mængder af de ’usunde’ kostkomponenter – mættet fedt, salt og sukker – en fødevarer må indeholde før den ikke længere kan markedsføres som sundhedsfremmende.

Fra både DI Fødevarer og Forbrugerrådet har man udtrykt bekymring for ernæringsprofilernes fremtid, efter at Europa-parlamentets ENVI-udvalg for miljø, folkesundhed og fødevarer sikkerhed i marts fremsatte et ændringsforslag om at fjerne den artikel i forordningen om sundhedsanprisninger, der handler om ernæringsprofiler. Organisationerne mener, at ernæringsprofilerne er en garanti for at vi ikke kommer til at se underlødige fødevarer markedsført som sunde. Forbrugerne skal kunne stole på de fødevarer, der anprises som sunde, og det skal være lettere at træffe et sundt valg, mener man hos DI og Forbrugerrådet. Ved en afstemning i juni vedtog parlamentet dog med kun en enkelt stemmes flertal at fastholde ernæringsprofilerne, så vi nu er et skridt nærmere en virkeliggørelse af EU's forordning.