



# Vet vi hva vi spiser nå?

En gjennomgang av matmerking i butikk

Juni 2016, sist endret 24. juni 2016

# Innhold

<b>1. Innledning</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Villedende produktnavn og varebetegnelser</b> .....	<b>5</b>
2.1. Noen gjengangere .....	5
2.2. Kjært bær har flere navn .....	5
2.3. Fiskenes pariaer: hyse og vassild (også kalt kvitlaks) .....	6
2.4. utfordringer kjøtt .....	6
<b>3. Selgende ord og uttrykk</b> .....	<b>7</b>
<b>4. «Sunnvasking»</b> .....	<b>9</b>
4.1. Produkter markedsføres med høyt innhold av en sunn ingrediens eller næringsstoff.....	9
4.2. Sammenlikning med egne produkter, ikke med gjennomsnittet av liknende produkter fra andre produsenter .....	10
4.3. Vitaminberiking av produkter som ellers ikke er sunne, ofte med veldig lave mengder vitaminer .....	10
4.4. Poengterer at produktet ikke inneholder noe som forbrukere vil unngå ....	11
<b>5. Forbrukerhenvendelse</b> .....	<b>12</b>
<b>6. Konklusjon</b> .....	<b>13</b>
<b>7. Vedlegg I - Tabeller med oversikt over produktnavn, ingredienser og produsent</b> .....	<b>14</b>
<b>8. Vedlegg II- Eksempel på sunnvasking: Vitamin Well, leskedrikk med vitaminer</b> .....	<b>23</b>
<b>9. Vedlegg III Produkter med selgende ord og uttrykk</b> .....	<b>24</b>

# 1. Innledning

Forbrukerne skal ha god og tilstrekkelig informasjon om varer og tjenester som tilbys i markedet, og kunnskap om sine rettigheter som forbruker. Informasjon fremmer forbrukermakt, og gjør det mulig for forbrukerne å ta opplyste valg. Det er et av de mest sentrale virkemidlene i forbrukerpolitikken.

Dette gjelder ikke minst når det gjelder mat. Maten vi lager og putter i munnen er naturligvis først og fremst viktig i form av næringsinnhold og dens betydning for vekst og helse. Men mat er mer enn det. Det har å gjøre med kultur og identitet, og ikke minst livskvalitet. Derfor er det viktig at det nettopp på dette området er enkelt for forbruker å ta informerte valg.

Forbrukerrådet har derfor igjen valgt å se nærmere på hva maten i butikkhyllene gir seg ut for å være, og hva den faktisk er. Forventningen om innhold springer ut fra markedsføringspåstander og beskrivende uttrykk, bilder og ikke minst navnet på produktet. Denne rapporten tar opp ulike former for «matjuks» ved å beskrive eksempler.

Ifølge matinformasjonsforordningen skal ikke merkingen villedende kjøper. Forbrukerrådet har på bakgrunn av dette valgt å gjøre en kartlegging av en rekke typiske hverdagsprodukter for å se hvordan næringsmiddelindustrien forholder seg til regelverket. I vår gjennomgang kommer vi også til å se på forhold som etter vår vurdering ikke er godt nok dekket i gjeldende regelverk.

En god del forbrukere opplyser at de unnlater å orientere seg om hva maten de kjøper inneholder fordi innholdsfortegnelsen har for liten skrift, er vanskelig å lese, er forvirrende, eller fordi de synes dette er for krevende.

For Forbrukerrådet er det et sentralt krav at det som står på forsiden av pakken, skal stemme med det som står på baksiden. Forventninger som skapes ved bruk av ulike begreper og påstander skal stemme med det faktiske innholdet. I denne rapporten har vi derfor fokusert på

1. Villedende produktnavn og varebetegnelse
2. Selgende ord og uttrykk
3. «Sunnvasking»
4. Tips fra forbruker

Vi har undersøkt i dagligvarebutikker; Coop Mega/Prix, Rema 1000, Kiwi, Meny, Joker og Bunnpris, og i tillegg fått informasjon av forbrukere som har rapportert inn det de opplever som matjuks.

Det generelle inntrykket er at bransjen er blitt mer påpasselig med å følge regelverket. En viktig grunn til det er etter vår mening at Mattilsynet de siste fire årene har gjennomført årlige kampanjer på matmerking. Vi vil derfor gi Mattilsynet ros for det arbeidet som gjøres på dette området. Vi har likevel funnet flere eksempler på merking som etter vår mening både viser at regelverket tøyes og brytes, og eksempler som viser at regelverket ikke er godt nok.

Flere av de eksemplene vi trekker frem er på kanten i forhold til dagens regelverk. Ikke minst gjelder det den omfattende bruken av selgende ord og uttrykk som «100 %», «ekte», «hjemmelaget» og «naturlig». Her er det behov for en klargjøring i form av en veileder som etablerer noen kjøreregler. I dag ligger tvilsom merking ofte i gråsonen – og slipper for lett gjennom.

Det skal være enkelt å ta gode valg. Vi skal kunne velge sunne produkter og god kvalitet, hvis det er det vi er på jakt etter. Og hvis vi tar andre valg, så skal det være fordi vi aktivt velger det selv – ikke fordi produsenter ser at det er marginer å tjene på villedende markedsføring.

## 2. Villedende produktnavn og varebetegnelser

Ferdigprodukter er kjappe løsninger i en travel hverdag. Dette kan være praktiske og gode løsninger for å få til måltider på kort tid. Det er strenge krav og regler til merking av ingredienser og næringsinnhold, og et viktig krav er at produktnavnet og varebetegnelsen reflekterer ingrediensene. Dessverre er ikke dette alltid tilfellet. Mange produkter fremstilles som bedre enn hva de faktisk er, og varebetegnelsen stemmer ikke med ingredienslisten.

### 2.1. Noen gjengangere

Pianoserien til Tine har fortsatt vaniljesaus som ikke inneholder vanilje. Man kan derimot kjøpe et annet produkt i samme serie som heter Piano fylldig vaniljesaus. Denne inneholder vaniljeekstrakt og vaniljefrø. De har omdøpt sin tidligere Piano mandelpudding til Piano pudding med mandelsmak. Dette ville også etter vår mening vært en korrekt fremgangsmåte for vaniljesaus uten vanilje.

Old El Paso har guacamole som inneholder så lite som 14 prosent avokado (tabell 1). Det har tidligere vært guacamoleprodukter på markedet med enda lavere innhold av avokado, disse selges fremdeles, men har nå byttet navn, slik at guacamole ikke er en del av produktnavnet lenger. Dette er en endring vi støtter, fordi de nye produktnavnene ikke gir feil forventninger til innhold.

### 2.2. Kjært bær har flere navn

Det er flere juicer og smoothier som vi mener er feilmerkede, da produktnavnet nevner frukter eller bær som det ikke er mest av i drikkevaren. Man skal ta hensyn til rekkefølgen i ingredienslisten når man nevner frukt eller bær i produktnavnet, hvor man skal nevne det som det er mest av. Ofte nevnes frukter eller bær (for eksempel blåbær) som er dyrere eller mer sjeldne enn de faktisk er mest av (for eksempel eple).

Det ble funnet en rekke fruktdrikker av The Berry Company hos Meny som hadde et meget lavt innhold av bæret eller frukten som ble nevnt i produktnavnet. Blåbærjuicen inneholder to prosent blåbær. Goji-juicen av samme produsent inneholder fem prosent gojibær. Acai-juicen inneholdt en ukjent mengde acai-bær. Blåbær, goji og acai er bær som oppfattes som ekstra sunne og rike på antioksidanter. Fruktdrikkene er produsert i Storbritannia og EU, og skal derfor merkes i henhold til EU-reglene.

I tillegg til dette fant vi produktnavn hos noen av Coops smoothier som ikke gjenspeilet rekkefølgen i ingredienslisten (Tabell 2).

## 2.3. Fiskenes pariaer: hyse og vassild (også kalt kvitlaks)

Dersom en produsent markedsfører et produkt som torskekaker vil det være villedende dersom hovedingrediensen ikke er torsk, og det er mest av et annet fiskeslag. Vi finner dessverre fortsatt slike tilfeller.

Flere produsenter unnlater å bruke fiskenavn i produktnavnet, men tilføyer «med» og de fisketyperne som av forbrukere kjenner som dyrere eller som fet fisk. Dette er nok lovlig selv om det er en liten andel av fisken som fremheves i fiskeproduktet. Mindre avholdte fisketyper nevnes sjelden. Hvitlaks/kvitlaks er et annet navn for vassild, som brukes i stor grad i fiskeprodukter, men nevnes så å si aldri i produktnavnet. Hyse er også en mye brukt fisk som sjelden nevnes. Ernæringsmessig er dette sunne fiskearter, men ved å gi produktene navn som nevner enkelte fiskearter (ørret, laks, torsk) gir dette inntrykk av at produktene har et høyere innhold av dyrere fisketyper enn de gjør (Tabell 3).

## 2.4. utfordringer kjøtt

Svineribbe etter norsk tradisjon skåret fra den benholdige delen av siden. Når vi kommer til buklista, er det ikke lenger ribbe. Når buklist og sideflesk selges som ribbe, er det i strid med hva som etter norsk sedvane regnes som ribbe. Selv om det ikke er definert i regelverket hva ribbe er, forventes det at produsentene holder seg til det som faktisk er sedvane og vanlig oppfatning. Når det brytes, er det etter vår mening villedende merking (tabell 4).

Ifølge reglene for merking som gjelder fra 2014, skal kjøttprodukter, bearbeidet kjøtt, fiskerivarer og bearbeidede fiskerivarer som fremstår som ett stykke, en filet, en stek eller liknende, som er tilsatt mer enn fem prosent vann, merkes med dette i tilknytning til varebetegnelsen. Når kjøttinnholdet i fileter er ned mot 90 prosent, er det grunn til å anta det er tilsatt mer enn fem prosent vann (tabell 5).



### 3. Selgende ord og uttrykk

Selgende ord og uttrykk brukes hyppig. Det har gått inflasjon i begreper som «100 prosent», «ekte», «hjemmelaget» og «naturlig». De romantiske assosiasjonene man får, gir inntrykk av at akkurat denne varen har kvaliteter som skiller den fra andre tilsvarende produkter. «Hjemmelaget syltetøy» gir helt andre forestillinger enn «fabrikkprodusert syltetøy». Ord som «naturlig», og «ekte» er ikke nødvendigvis feil, men kravet må være en forklaring på hvorfor dette produktet er mer ekte eller naturlig enn andre tilsvarende produkter. God Morgon Smooth Orange er merket med «100 % squeezed fruit». Her gir 100 % ingen mening da det ikke skal finnes juice som ikke er 100% juice, selv om den som i dette tilfellet er laget av konsentrat.

Det er mange uklårheter i forbindelse med om noe er «ekte». Det kan være at «ekte majones» brukes for å beskrive at produktet ikke er et lettprodukt. I så fall ville det være tilstrekkelig å skrive «majones» for å skille på disse. «*Ekte majones*», «*ekte remulade*», «*ekte skinke*»... eksemplene er mange på «ekte» produkter der begrepet ikke gir mening. Det finnes også mange produkter med påstanden om at varen er original. Dette gir mening når det er en merkevare med historie i motsetning til varianter av ulike oppskrifter. «Original bearnaisesaus» i pose (Toro) er rett og slett ikke original bearnaisesaus.

Ordet «naturlig» er også en gjenganger på svært mange produkter. Ofte er «naturlig» skrevet for seg selv, men andre ganger blir det brukt som f.eks. «naturlig proteinkilde» eller «naturlige råvarer». Det er ikke alltid at ingredienslista inneholder ingredienser som man anser som «naturlige», spesielt ikke om man skulle ha laget produktet hjemme. Ordet «naturlig» assosieres ofte med rene råvarer, og at man ikke har brukt industrielt fremstilte ingredienser. Andre vil påstå at alle ingredienser er naturlige. Et eksempel er «Spelt fullkornsbrød» fra Bakehuset, som bruker ordet «naturlig» hele tre ganger på produktets framside. Når slike begreper brukes til å fremstille et produkt som annerledes eller bedre enn konkurrerende produkter, må det avkreves en forklaring.

Når det går inflasjon i bruk av selgende ord og uttrykk gir det utfordringer for de som faktisk har et grunnlag for å si at deres produkt er mer ekte eller mer naturlig enn andre tilsvarende produkter. Et slående eksempel er Synnøve Finden sin greske yoghurt, som faktisk er laget i Hellas. Den heter da «helt ekte Gresk Yoghurt».

Hva «naturlig», «ekte» og «original» innebærer, er vanskelig å definere når det gjelder mat. Det finnes per dags dato ikke et regelverk for bruk av denne typen selgende ord og uttrykk.

Det svenske Livsmedelsverket har skrevet en veileder (2015) for bruken av selgende ord og uttrykk<sup>1</sup>. De fraråder bruken av selgende ord og uttrykk som ikke forklares. Dersom det ikke finnes en forklaring, vil det selgende uttrykket kunne være villedende. De gir i veilederen råd om forklaring til selgende

---

1 <http://www.livsmedelsverket.se/globalassets/produktion-handel-kontroll/vagledning-ar-kontrollhandbocker/vagledning-till-informationsforordningen.pdf>

uttrykk. Eksempler på forklaringer er beskrivelse av produksjonsmetoden, oppskriften, eller fremstillingsmetoder som øker holdbarheten, eller sammenlignes med andre produkter. Det kan være informasjon om ingredienser som gir matvaren økt kvalitet. Eksempler på villedende uttrykk er ifølge det svenske Livsmedelverket, ekte honning, 100 % juice og ekte fløte. Dette er produkter der det ikke skal finnes noe motsvar til ekte honning, fløte eller tilsvarende juice som ikke er 100 %. Vi fant alle disse eksemplene på varer plassert i de norske butikkhyllene.

At uttrykkene som brukes tilsvarer forbrukernes matpreferanser, støttes i SIFOs rapport «Mat, måltid og moral - Hvordan spise rett og riktig»<sup>2</sup>, hvor forbrukerne er opptatte av ren og naturlig mat. Rapporten beskriver videre hva dette innebærer for forbrukerne. For noen vil dette være en form for motreaksjon til industrifremstillt og masseprodusert mat, og for andre vil det kunne være tanken om at naturlig mat løser problemer knyttet til helse, etikk og miljø, som gjør at naturlig mat gir positive assosiasjoner.

Vi ser altfor ofte eksempler på produkter der det åpenbart har gått inflasjon i selgende ord og uttrykk:

- «Hjemmelagde», «Lagd med ferske og naturlige råvarer», «Rett fra havet» - Lofoten fiskekaker med 60 % hysefilet
- «Tvers gjennom ekte», «Førsteklasses fisk» - Dagens fangst (Norsk kvalitetsmat AS), Grov fiskekarbonade
- «Gammeldags», «Original», «Tradisjonell» - Findus, God gammeldags original fiskesuppe
- «100 % naturlig» - Toro, Vår Beste Fiskesuppe
- «Bare bær» Café Bakeriet, Myke havrecookies med tranebær

---

2 [http://www.sifo.no/files/file80368\\_sifo\\_fagrapport\\_3\\_2005\\_mat.pdf](http://www.sifo.no/files/file80368_sifo_fagrapport_3_2005_mat.pdf)



## 4. «Sunnvasking»

Sunnvasking er et begrep vi bruker på produkter som på ulike måter forsøker å appellere til forbrukere som er opptatt av sunnhet.

1. Usunne produkter markedsføres med høyt innhold av en sunn ingrediens eller næringsstoff.
2. Sammenlikning med egne produkter, ikke med gjennomsnittet av liknende produkter fra andre produsenter.
3. Vitaminberiking av produkter som ellers ikke er sunne, ofte med veldig lave mengder vitaminer. Dette fordyrer produktet uten å ha en biologisk effekt. Produktet er derfor trygt, men har altså ingen helsefremmende effekt av vitaminberikingen. (Eksempel, vedlegg I)
4. Poengtere at produktet ikke inneholder noe som mange forbrukere vil unngå, selv om disse ingrediensene heller ikke er med i andre tilsvarende produkter.

### 4.1. Produkter markedsføres med høyt innhold av en sunn ingrediens eller næringsstoff

Sunnvasking er spesielt kritikkverdig når det skjer på produkter som må defineres som usunn mat og drikke. Her er gjeldende regelverk for dårlig. I 2006 ble det i EU bestemt at man skulle utforme ernæringsprofiler som for eksempel forhindre at mat tilsatt vitaminer og mineraler kunne markedsføres som sunne, dersom de inneholdt mer enn en viss mengde sukker, salt, mettet fett og fett. Ifølge påstandsforordningen skulle ernæringsprofiler ha vært på plass i 2009. I april 2016 ble dette nedstemt i Europaparlamentet. Dette mener vi er beklagelig fordi et mangelfullt regelverk nå gir rom for sunnvasking av usunne produkter.

Trenden er at forbrukere ønsker å spise sunn mat. At produktet oppfattes som sunt, vil altså kunne være viktig ved markedsføringen av produktet. I markedsføringen fokuseres det ofte på lavt innhold av en ingrediens eller næringsstoff, uten å ta hensyn til at innholdet av andre usunne ingredienser kan være høyere enn i liknende produkter. Sunnvasking kan også være at et produkt merkes med «mindre sukker», men at det inneholder mer fett.

Kims crisps supersprø bølgechips er merket med «60 % fullkorn» og «30 % mindre fett», men saltmengden i chipsen nevnes ikke. Denne typen chips inneholder dobbelt så mye salt som Kims' egen paprikachips. Frokostblandingen Weetabix Weetos Choco beskrives som «En god fiberkilde», med «Lavt innhold av mettet fett». Men igjen utelates en annen ingrediens som det er mye av i produktet, i dette tilfellet sukker. I denne frokostblandingen finnes det hele 29 gram per 100 gram sukkerarter. Produktet er heller ikke spesielt lavere i innholdet av mettet fett enn liknende produkter på markedet.

Et annet eksempel er Sopps Havrepasta Fusilli i Lev godt!-serien som inneholder følgende ingredienser: Mel av durumhvete, fullkornmel av durumhvete (35%) og havre (20%) (tabell 6). Her reagerer Forbrukerrådet både på at det er et lavt innhold av havre, og at produktet inneholder 55 % fullkorn. Da det finnes andre fullkornspastaer på markedet som består av 100 % fullkornsmel bør andelen fullkorn merkes tydeligere på forsiden. Her bør pastaprodusenter lære av brødbransjen.

Videre fant vi eksempler på kjeks med bær i navnet som inneholdt svært små mengder bær, eller andre blandinger av bær, enn det som ble nevnt i produktnavnet.

## 4.2. Sammenlikning med egne produkter, ikke med gjennomsnittet av liknende produkter fra andre produsenter

Sunnvasking kan også være at man sammenlikner med egne produkter. Slik som Noras syltetøy, Naturlig Lett. Syltetøyet er merket med «mer bær, mindre sukker». På baksiden står det: «30 % mer bær\*, 30 % mindre sukker. \* sammenliknet med Nora original syltetøy». Ifølge reglene skal sammenlikningen gjøres med gjennomsnittet av liknende produkter på markedet av alle merker. Vi vet ikke om innholdet av sukker i Noras original syltetøy er høyere enn i gjennomsnittet av de fleste produkter på markedet.

## 4.3. Vitaminberiking av produkter som ellers ikke er sunne, ofte med veldig lave mengder vitaminer

Gjeldende regelverk for beriking av produkter er ikke godt nok. Så lenge et stoff ikke kan dokumenteres å være helseskadelig, vil man kunne ha dette som en ingrediens. Tidligere var det bare lov til å tilsette stoffer når det var et dokumentert behov for det<sup>3</sup>. Vi mener at beriking av vitaminer som de fleste forbrukere ikke har behov for, gjør produktet unødvendig dyrt, samtidig som at produktet virker sunnere enn det er. Det er også grunn til å være noe skeptisk til multivitaminert da man ikke vet nok om samspillet mellom ulike vitaminer. Når vitaminer finnes naturlig i mat, vil det være flere ulike stoffer som påvirker optak og funksjonen til vitaminene.

Dette fordyrer produktet uten å ha en biologisk effekt. Produktet er derfor trygt, men har altså ingen helsefremmende effekt av vitaminberikingen og kan fortsatt inneholde betydelige mengder sukker (se eksempel i vedlegg I).

---

3 [http://www.matportalen.no/merking/tema/vitaminer\\_og\\_andre\\_stoffer\\_tilsatt\\_i\\_mat\\_og\\_drikke/beriking\\_-\\_et\\_skinntilskudd\\_av\\_sunnhet](http://www.matportalen.no/merking/tema/vitaminer_og_andre_stoffer_tilsatt_i_mat_og_drikke/beriking_-_et_skinntilskudd_av_sunnhet)

## 4.4. Poengterer at produktet ikke inneholder noe som forbrukere vil unngå

Noen produkter markedsføres som «fri for...», selv om det produktet er fritt for heller ikke er med i andre tilsvarende produkter. Norgesgruppen og Lerøy sitt produkt Gladlaks er merket med «uten bruk av antibiotika». I praksis er all norsk laks antibiotikafri. Ved å fremheve dette på et produkt skaper man inntrykk av at dette er noe særegent ved nettopp dette produktet, noe det ikke er grunnlag for.

Flere av eksemplene på produktnavn som ikke tar hensyn til den fallende ordenen i ingredienslista, er ofte en form for sunnvasking.

Helse- og ernæringspåstander må være godkjent av EU for å kunne brukes. Disse er i utvikling, og etter hvert vil man få regler for hvor mye av hvert stoff som et produkt må inneholde for å kunne merkes med en slik påstand.

Mange produsenter angir næringsinnholdet for en porsjon. Matprodusentene bestemmer selv hvor stor denne porsjonen er. Angitte porsjoner for liknende varer varierer en hel del i antall gram. Faktisk varierer porsjonsstørrelsene så mye som 100 % mellom produsentene av samme type matvare innenfor noen matvaregrupper. Mens Kellogg's corn flakes brukes 28 gram som en normal porsjon oppgir Rude health Musli 60 gram. Det tas ikke hensyn til om produktet spises av voksne eller barn. Urealistiske porsjoner lurer forbrukeren til å tro at de spiser mat med få kalorier. Vi har sammenliknet porsjonsstørrelser for noen frokostblandinger og müsli (tabell 7).

## 5. Forbrukerhenvendelse

I februar 2016 gjennomførte vi en kampanje på sosiale medier hvor vi oppfordret forbrukerne til å rapportere inn det de oppfattet som matjuks. Det ble blant annet meldt inn smoothier som inneholdt betydelig større mengder av andre fruktjuicer enn det produktnavnet kunne tyde på. Grønnsaksblandinger som inneholdt for mye eller for lite av en grønnsak, var en gjenganger. Det ble reagert på håndstekte elgkarbonader, diverse matvarer merket som hjemmelagede, steinfrie druer med stein, røde appelsiner som ikke hadde rødt fruktkjøtt, rekesalat med lite reker og mye gulrot, 100 % speltbrød med hvetegluten, diverse kjøttfileter med mye brusk, røkt kjøtt som ikke er røkt, mindre nettovekt enn angitt på karbonadedeig og kyllinglår, lavt innhold av rug i rugbrød, lite blåbær i blåbærsyltetøy, leverpostei med vann som første ingrediens, og mest svin i elg- og reinpølse.

Avokadoer og mangoer som merkes som spisemodne, er av forbrukere rapportert inn som råtne. Dersom man ikke har gode nok metoder for å sikre at disse fruktene er modne og spisbare på kjøpstidspunktet, bør de ikke eksistere som et eget produkt merket som spisemodne. Disse er dyrere enn frukten som selges i løsvekt, og bør derfor altså ha den kvaliteten som den er merket med.

## 6. Konklusjon

Forbrukerrådets erfaring er at det er færre produkter med villedende merking enn før. Dette skyldes sannsynligvis mer tilsyn. Det er færre grove overtramp enn tidligere. Det er likevel åpenbart at grensene tøyes, og denne gjennomgangen viser at det fortsatt må jobbes med ærlig og riktig informasjon, slik at forbrukere ikke villedes.

For å få et godt inntrykk av hva et produkt inneholder, må man lese og tyde ingredienslisten. Samtidig vet man at de fleste forbrukere har dårlig tid når de handler, og at det kan være et nitidig arbeid å lese seg gjennom mange ingredienser på hver vare man skal ha. Ærlig og korrekt produktbeskrivelse/varebetegnelse på framsiden av matvaren vil øke tilliten mellom forbruker og matprodusenter.

Det skal ikke være slik at forbrukerne selv må være detektiver og finlese ingredienslister på jakt etter juks når de skal handle inn middagsmat. Bransjen reklamerer med hjemmelaget, naturlig, 100 % og ekte – altfor ofte er dette villedende. Altfor ofte ligger tvilsom merking i gråsonen, og dette er det forbrukerne som taper på.

## 7. Vedlegg I – Tabeller med oversikt over produktnavn, ingredienser og produsent

Tabell 1 Guacamole

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentarer
Old el Paso	Vann, avokado (14 %), tomat (10 %), løk (7 %), kremost, fløte, maiss-tivelse (sulfitt), rapsolje, potetflak (sulfitt), hvetemel, hvitløspure (sulfitt), myseekstrakt (melk), mysepulver (melk), salt, krydderier, limejuicekoncentrat (sulfitt), sukker (sulfitt), tørket glukosesirup, surhetsregulerende middel ( sitronsyre), fargestoffer, (klorofyllin, lutein) gjærekstrakt, melk, hvitløkspulver	Markedsføres av General Mills Scandinavia AB	14 % avokado

**Tabell 2 Juice og Smoothie**

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentar
<p>Blueberry</p> <p>Engelsk beskrivelse: Juice drink made with Natural fruit juices including blueberry and other fruits</p> <p>Norsk beskrivelse: Leskedrikk med blåbærsmak</p>	<p><i>Engelsk ingrediensliste:</i> Water, fruit juices from concentrate, 20% (grape blueberry, 2%), sugar, Acid: citric acid, Natural flavouring, Stabiliser: Pectin, Antioxidant: ascorbic acid.</p> <p><i>Norsk ingrediensliste:</i> Vann, fruktjuice fra konsentrat, 20 % (eple, blåbær, drue, hyllebær, naturlig sukker, naturlig smakstilsetning (blåbær), sitronsyre, stabilisator (fruktpektin), askorbinsyre (antioksidant)</p>	The berry company	<p>Lavt innhold av blåbær. Ulikheter i engelsk og norsk ingrediensliste.</p> <p>Norsk beskrivelse er riktig, men står i liten skrift på baksiden</p>
<p>Goji Berry</p> <p>Engelsk beskrivelse: Juice drink made with natural fruit juices including goji berries and other fruits</p> <p>Norsk beskrivelse: Leskedrikk med goji-smak</p>	<p><i>Engelsk ingrediensliste:</i> Water, fruit juices from concentrate and pressed juice, 15 % (Grape, pressed goji berry 5 %, passion fruit), natural sugars, fruit pectin, acidifier: malic acid, concentrates: pumpkin, carrot, natural flavour, (Goji and passion fruit), antioxidant: ascorbic acid</p> <p><i>Norsk ingrediensliste:</i> Vann, fruktjuice, fra konsentrat, og presset, 15 % drue, pasjonsfrukt, presset goji 5 %), naturlig sukker, naturlig smakstilsetning (pasjonsfrukt), epletsyre, askorbinsyre (antioksidant).</p>	The berry company	<p>Lavt innhold av gojibær.</p> <p>Norsk beskrivelse er riktig, men står i liten skrift på baksiden</p>



Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentar
Acai berry	<i>Engelsk ingrediensliste:</i>  <i>Engelsk beskrivelse:</i> Water, fruit juices from concentrate 17 % (Grape, Raspberry), Natural sugars, Acai fruit pulp, natural flavour (acai, raspberry), acidifier: citric acid, antioxidant, ascorbic acid  <i>Norsk beskrivelse:</i> Leskedrikk med acai-smak	The berry company	Ukjent innhold av acai-bær.  Norsk beskrivelse er riktig, men står i liten skrift på baksiden
	<i>Norsk ingrediensliste:</i>  Vann, fruktjuice fra konsentrat 17 % (drue, bringebær), naturlig sukker, fruktkjøtt av acai, naturlig smakstilsetning, sitronsyre, askorbinsyre (antioksidant)		
Coop Smak forskjellen Smoothie Jordbær og banan	Jordbærpuré 44 %, eplejuice 42 %, bananpuré 14 %	Produsert for Coop Norge Handel av Juicy-Line BV, Ochten, Nederland	Det er mer eplejuice enn bananpuré
Coop Smak forskjellen Smoothie Skogsbær	Eplejuice 58 %, bananpuré 22,5 %, eplepuré 6 %, blåbærpuré 4,5 %, tranebærpuré 4,5 %, solbærpuré 4,5 %.	Produsert for Coop Norge av Juicy-Line BV, Ochten, Nederland	Eplejuice, bananpure, eplepure er de største ingrediensene. Det er altså en uoverstemmelse mellom ingrediensene og produktnavnet.
God Morgon Smooth Orange  100 % squeezed fruit  Juice from concentrate	Pasteurisert appelsinjuice uten fruktkjøtt fra konsentrat.	Rynkeby	Begrepet 100 % er misvisende da det ikke skal finnes juice som ikke er 100 % juice.

**Tabell 3 Fiskeprodukter**

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentar
Torskekaker	Hvitfisk (stabilisatorer E450, E451, E452, herav 20 % torsk), surimi (hvitfisk, stabilisatorer E420, E451, potetstivelse, myseprotein), vann, melk, tapiokastivelse, rapsolje, salt, surhetsregulerende middel (E262), eggehvite, løk, fiskeekstrakt, gjærekstrakt, krydder. Beriket med omega-3. Produktet inneholder 60 % fisk.	Berggren, Berggren AS.	Torsk er ikke den største fiskeingrediensen
Fiskeburger med steinbit og hvitløk	Fisk 56,4 % (hvitlaks 29 %, hyse 14,4 %, steinbit 13 %), melk, potetmel, smør (melk), purre, hvitløk (1 %), løk, eggehvitepulver, laktose (melk), dijonsennep, salt, muskatblomme, hvit pepper.	Lofoten, Lofotprodukt AS.	Mindre steinbit enn hvitlaks og hyse
4 Grove fiskeburgere med ørret og kveite	Fisk 86 % (hyse (Melanogrammus aeglefinus) 43 %, hvitlaks (Argentina silus) 21 %, ørret (Oncorhynchus mykiss) 17 %, kveite (Hippoglossus hippoglossus) 5 %), melk, smør (melk), potetmel, potetflakes, fersk løk, dijonsennep, hvitløk, salt, muskatblomme, hvit pepper, sellerisalt. Stekt i rapsolje.	Lofoten, Lofotprodukt AS.	Med hyse og hvitlaks?

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentar
Grov fiskeburger med torsk og bacon	Fisk (80 %) [kvitlaks (Argentina silus) (45 %), torskefilet (Gadus morhua) (19 %), torskefarse (16 %)], vann, bacon (2,5 %), kassavastivelse, surhetsregulerende middel (E261, E326), melkepulver, alnasaus [rapsolje, smøraroma, fargestoff (E160a)], salt, krydder (inkl. muskat, pepper, løkpulver), stabilisator (E401), gjærekstrakt.	Fiskemannen, Unil AS for NorgesGruppen.	16 % torskefarse Nevner ikke kvitlaks
Grov fiskeburger med torsk og hyse	Fisk (80 %) [kvitlaks (Argentina silus) (53 %), torskefilet (Gadus morhua) (14 %), hyse (Melanogrammus aeglefinus) (13 %)], vann, melkepulver, surhetsregulerende middel (E326, E261), tapiokastivelse, alnasaus [rapsolje, smøraroma, fargestoff (E160a)], salt, krydder (inkl. muskat, gjærekstrakt, pepper, løkpulver), stabilisator (E401).	Fiskemannen, Unil AS for NorgesGruppen.	Nevner ikke kvitlaks

**Tabell 4 Ribbe/sideflesk**

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentar
Rema 1000, Best Pris, Ribbe med svor	Sideflesk av norsk gris	Nordfjord kjøtt AS	Sideflesk er ikke ribbe
Beskrivelse:			
Best Pris Ribbe med svor er skåret av den bakre delen av svineribba. Stykket er fetere og har færre ben enn tradisjonell ribbe. Sammenligner du pris og kvalitet er Best Pris Ribbe med svor et godt kjøp.			

**Tabell 5 Kjøttprodukter med høyt vanninnhold**

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentar
Solvinge, kalkunfilet, steket, skivet, stekeklar	Kalkunfilet (90 %), lakeblanding (vann, salt, antioksydant (natriumsitrat), fosfat (natriumpolyfosfat), konserveringsmiddel (natriumacetat), geleringsmiddel (karra-genan)).	Produsert i Norge av Norsk kylling AS for Reitangruppen AS	Lavt innhold av kjøtt for å være en filet. Dersom mer enn 5 % vann er tilsatt, skal dette stå på forsiden av pakningen.
First Price, sommerkoteletter	Norsk svinekam (85%), vann, salt, potetfiber, glukose, antioksidant E301, konserveringsmiddel E250 og røykaroma	Produsert i Norge for Norgesgruppen	Lavt innhold av kjøtt for å være en filet. Dersom mer enn 5 % vann er tilsatt, skal dette stå på forsiden av pakningen.
Coop, kyllingfilet (dypfryst)	Norsk kyllingfilet 91 %, vann, salt, stabilisator (E450, E451), glukose, aroma, antioksidant (E301, E327), konserveringsmiddel (E262).	Jærkylling AS, Nærbø	Lavt innhold av kjøtt for å være en filet. Dersom mer enn 5 % vann er tilsatt, skal dette stå på forsiden av pakningen.

**Tabell 6 Eksempler på «sunnvasking»**

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentarer
Bixit porsjonsbarer- Havrekjeks med blåbærbiter og 64 % fullkorn	Havregryn 34 %, sammalt hvete 30 %, vegetabilsk olje (solsikke, shea, kokos), demerarasukker, naturlige kostfibrer, bærpurebiter 5 % [bær* (bjørnebær, bringebær og blåbær i varierende proporsjoner), fruktose-glykosesirup, fuktighetsbevarende middel (glyserol), sukker, havrefiber, geleringsmiddel (pektin), aroma], sirup, hevemiddel (natron), salt, aroma (blåbær), surhetsregulerende middel (sitronsyre). * Til 100 g bærbiter er det brukt 103 g bjørnebær, bringebær og blåbær.	Sætre  Orkla Confectionary & Snacks Norge	I ingredienslista står det «bærpurebiter 5 % (bær* (bjørnebær, bringebær og blåbær i varierende proporsjon)).» Videre forklares bær som: «* Til 100 g bærbiter er det brukt 103 g bjørnebær, bringebær og blåbær. »  Når blåbær nevnes spesifikt, bør også mengden nevnes.
Café bakeriet, Myke havrecookies med tranebær	Havregryn 21 %, hvetemel, vegetabilsk olje (palme, solsikke), sukker, rosiner 11 % (rosiner, solsikkeolje), tranebær 9 % (sukker, tranebær 12 %, solsikkeolje), glukose-fruktosesirup, hevemidler (E450, natron), salt, aroma, karamell (sukker, glukosesirup).	Sætre AS	Merket med «Bare bær» på forsiden. Dette er en sterk % bær i kjeksene. De ni prosentene som beskrives som tranebær inneholder 12 % bær, resten er sukker og olje.

Produktnavn	Ingredienser	Produsent	Kommentarer
Kims Crisps super-sprø bølgechips Urter og Creme Fraîche	74 % fullkornsnacks (Sammalt maismel, sammalt hvetemel, rismel, sammalt havremel, sukker, salt, sammalt byggmel, malte solsikkefrø), 18 % solsikkeolje og 8 % krydderblanding: salt, melkesukker, løk, sukker, mysepulver (fra melk), surhetsregulerende middel (E330, E270), gjærekstrakt, hvitløk, persille, krydderekstrakt (løk), aroma.	Orkla confectionery and snacks Norge	Merket med 60% fullkorn og 30 % mindre fett. Inneholder 3 gram salt per 100 gram. Altså dobbelt så mye salt som en del av Kims egne andre chips.
Weetabix, Weetos Choco	Fullkornshvete (41%), sukker, hvetemel (hvetemel, kaliumkarbonat, jern, nikotinamid, tiamin hydroklorid), maltodextrin, kakao-pulver (4,2%), rapsolje, melkepulver, salt, surhetsregulerende middel:kalsiumklorid, aroma.	Weetabix Ltd., Burtona Latimer, Kettering, Northants., NN15 5JR, England	Merket med: 41% fullkorn. En god fiberkilde. Lavt innhold av mettet fett.  Mettet fett er sjelden det største problemet med slike frokostblandinger. Det er derimot sukkerinnholdet som i dette produktet er høyt og ligger på 29 gram/100 gram.
Sopps Havrepasta Fullkorn Fusilli	Mel av durumhvete, fullkornmel av durumhvete (35 %) og havre (20 %).	Läntmännen Cerealía AS	Havre er den siste ingrediensen. Lett å få inntrykk av at pastaen er basert bare på havre.
Sopps Fullkorn Fusilli	Fullkornmel av durumhvete (55 %) og mel av durumhvete.		Denne pastaen inneholder 55 % fullkorn. Det finnes produkter som er 100 % fullkorn

**Tabell 7 Porsjonsstørrelser frokostblandinger**

Produkt/Merke	Porsjonsstørrelse (g)
Kellogg's Corn Flakes	28
Havre fras:	30
Kellogg's Honni- korn	30
Kellogg's coco pops	30
Nestle Nesquik:	30
Nestle Lion:	30
Weetabix weetos	30
Bjørn Havregryn lettkokte	40
Axa müsli (diverse)	45
Rude Health Mysli	60
Vita hjertego	Oppgir ingen porsjon
Finax	Oppgir ingen porsjon
Synnøve	Oppgir ingen porsjon
Coop Honey bees	Oppgir ingen porsjon
Møllerens	Oppgir ingen porsjon



## 8. Vedlegg II- Eksempel på sunnvasking: Vitamin Well, leskedrikk med vitaminer

Enkelte har forsøkt seg på å produsere «sunne» varianter av leskedrikk, slik som Vitamin Well. De tilbyr ni ulike smaker på sine nettsider. De finnes med ulik smak og ulike kombinasjoner av vitaminer og annet, slik som koffein og grønn te. En halvliter inneholder 21 g fruktsukker. Produktene har navn som kan gi forventninger til hva nettopp denne blandingen skal gi av effekter.

- Hydrate Rabarbra/Jordbær C+D, biotin
- Reload Sitron/Lime D+E, biotin
- Antioxidant Fersken C+E
- Focus Solbær B+C, koffein
- Care Rød grapefrukt B12+C, biotin+folsyre
- Everyday Grønne epler B+C+E, folsyre
- Defence Sitrus/hyllebær C+B12, grønn te
- Stevia sharp Melon B+C, koffein
- Stevia grace Fersken/ mango, B+D, biotin+niacin

Det er en uvisshet rundt bruken av multivitamin. Det er noen grupper av befolkningen som kan ha behov for ekstra vitaminer og mineraler<sup>4</sup>, men for resten vil dette være unødvendig. Det kan være grupper som har et veldig lavt energioptak, diverse sykdommer som påvirker opptaket og kvinner som kan bli gravide. Her er eksempler på grupper som behøver tilskudd.

- Kvinner i fertil alder bør ta folsyretilskudd
- Gravide behøver muligens jerntilskudd, men helst ha gode jernlagre før graviditeten
- Eldre og andre som ikke får nok sol i løpet av sommermånedene, kan trenge vitamin D
- Mennesker med dietter som begrenser inntaket av matvaregrupper

Mengden vitaminer i Vitamin Well er for lav til å kunne gi de effektene som de enkelte vitaminene er kjent for å gi. Man beskriver altså effekten av vitaminet, men ikke av drikken man kjøper. På grunn av det lave innholdet kan man anse produktene som trygge.

---

4 <https://helsenorge.no/kosthold-og-ernaring/kostrad/trenger-jeg-kosttilskudd>

## 9. Vedlegg III Produkter med selgende ord og uttrykk

### NATURLIG SUNT SPELT FULLKORN



«Naturlig sunt»,  
«naturlig rik på jern»,  
«naturlig proteinkilde».

Ingredienser: Vann, speltmel (28,4 %), sammalt spelt (10,7 %), sammalt rug (8,6 %), solsikkekjerner, hvetegluten, rugklime (4,4 %), havregryn (4,0 %), surdeig av rug, gjær, rapsolje, salt, melbehandlingsmiddel (E300), enzymer.  
- 68 % grovhet

### PANNEKAKER



«Bakt med naturens egne råvarer»  
«HVETE fra bølgende åkre»

Ingredienser: H-Melk, Hvetemel, Egg, Sukker, Glykosepulver, Stivelse, Rapsolje, salt,  
Emulgator: Soyalectin  
Konserveringsmiddel: Kaliumsorbat,  
Antioksidant: Sitronsyre

### HJEMMELAGET EPLEGELE



«Nærmere natur'n kjæm du itte»  
- 49 gram frukt per 100 g gelé

Ingredienser: Sukker, eplesaft 49 % (fremstilt av konsentrat), fortykningsmiddel(pektin), surhetsregulerende middel (eplesyre) og konserveringsmiddel (kaliumsorbat).

## FARRIS & JUICE MANGO



«Nyt det naturlige- god smak med god samvittighet»  
Inneholder en udefinert aroma, samt konserveringsmiddel  
Heter «mango», men det er bare under 3 prosent av flasken som består av mangojuice, mens 45 prosent er druejuice

Ingredienser: Naturlig mineralvann, druejuice (44,5 %), mangojuice (2,8 %), sitronjuice (2,7 %), kullsyre, naturlig aroma, konserveringsmiddel (juice fra konsentrat).

## FISKEPUDDING



«Med ekte fløte»  
- 2 % ekte fløte

Ingredienser: Kvitlaks (Argentina silus) (56 %), skummetmelk (33 %), tapiokastivelse (5 %), rapsolje (2 %), kremfløte (2 %), melkepulver, fløtepulver, muskatblomme, salt, løk, sukker, gjærekstrakt, krydder, krydderekstrakt.

## EKTE HONNING



«Ekte honning»  
Honningcentralen

## KOKT SKINKE



«Av renskåret ekte skinke»  
- Flere skinkeprodukter som er merket med «ekte skinke»  
- Se symbolet på pakken også

Ingredienser: Renskåret svinekjøtt av skinke (85 %), vann, salt, glukose, stabilisator E450, E451, E407, antioksidant E316, konserveringsmiddel E250, E261, E326.

## APRIKOS & FERSKEN SYLTETØY



«Ekte vare smaker best»

## BLÅBÆRSYLTETØY



«Ekte syltetøy»

Både Lerum og Nora merker produktene med «ekte syltetøy» – se syltetøy over.

## 100 % EKTE OVNSBAKT BACON



«100 % ekte»

33 % lever

## EKTE OVNSBAKT LEVERPOSTEI PEPPER



«Ekte»

Ingredienser: 33 % lever, 26 % hodekjøtt av svin, 5 % svinekjøtt, skummetmelk, pepper, salt, dekstrose, hvetestivelse, krydder, sukker, tomatpure, eddik, modifisert stivelse, vann, hvitløk, konserveringsmiddel

## BACONOST



«Av ekte hvitost»

## MAJONES



«Ekte majones»

- Både Mills og Eldorado bruker «ekte» på sine majones. Mills har også en «ekte remulade».

## EKSEMPEL PÅ PRODUKT MERKET SOM ORIGINAL



Forsidefoto: Kjell Håkon Larsen

