# FOLKHÄLSA & MATGLÄDJE

## SÅ ARBETAR LIVSMEDELSINDUSTRIN FÖR ATT FRÄMJA GODA MAT- OCH LEVNADSVANOR

LIVSMEDELSFÖRETAGEN

FÖRORD

# Mat och dryck för ett hälsosamt Sverige

Livsmedelsindustrin är viktig för Sverige. Våra 800 medlemsföretag sysselsätter 50 000 personer från Malmö till Kiruna, omsätter 195 miljarder kronor om året och exporterar för 60 miljarder. Maten och drycken de producerar har, tillsammans med andra levnadsvanor, en stor påverkan på människors välmående och hälsa.

Därför jobbar svenska livsmedelsproducenter – alltifrån det lilla, familjeägda hantverksbageriet på hörnan till multinationella livsmedelsjättar med fabriker världen över – varje dag för att se till att maten och drycken vi konsumerar håller högsta kvalitet, smakar fantastiskt, är hållbart producerad och gör det enkelt, roligt och lustfyllt att äta och leva hälsosamt.

I den här broschyren presenterar vi från bransch- och arbetsgivarorganisationen Livsmedelsföretagen hur vi och våra medlemmar arbetar med mat och hälsa. Vi sammanfattar våra ståndpunkter, lyfter ett antal viktiga frågor och berättar om några av alla de initiativ och aktiviteter inom mat- och hälsoområdet som industrin och företagen driver.

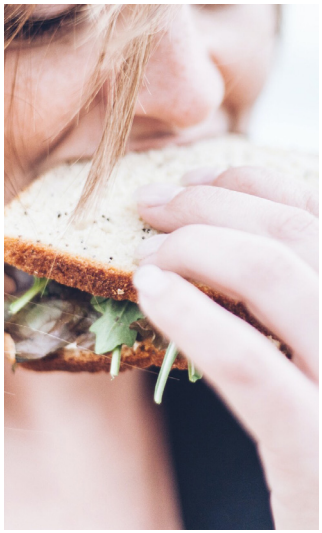
**Läs gärna vidare på livsmedelsforetagen.se.**





INTRODUKTION

# Så jobbar vi för en bättre folkhälsa



Livsmedelsföretagen har tillsammans med våra medlemmar definierat fem särskilt viktiga områden. Tillsammans beskriver de hur den svenska livsmedelsbranschen ser på och arbetar för att främja mer hälsosamma mat- och levnadsvanor – för alla.

1. **ETT BRETT UTBUD AV GOD OCH HÄLSOSAM MAT OCH DRYCK**
2. **TILLSAMMANS MOT GODA MAT- OCH LEVNADSVANOR**
3. **FRIVILLIGA ÅTGÄRDER FÖR HÅLLBARA RESULTAT**
4. **PÅ EN VETENSKAPLIG GRUND**
5. **MÄRKNING MÖJLIGGÖR GODA VAL**

Redan 1999 startades Livsmedelsföretagens Nutritionsgrupp. Gruppen består av ett tjugotal representanter från branschen som alla har ett brett och djupt kunnande inom mat och hälsa. Nutritionsgruppen driver aktiviteter, identifierar strategiskt viktiga frågor och har en viktig roll som sakkunnig och rådgivande till Livsmedelsföretagens kansli.

OMRÅDE ETT

# Ett brett utbud av god och hälsosam mat och dryck

**Svenska livsmedelsföretag erbjuder ett brett sortiment av goda, nyttiga produkter som underlättar för konsumenter att göra medvetna, hälsosamma val som passar deras preferenser, livsstil och behov. Det är så vi skapar matglädje – för alla.**

Sveriges livsmedelsproducenter ser kontinuerligt över innehållet av salt och socker, ökar användandet av hälsofrämjande ingredienser som fullkorn och vegetabilier, och utvecklar Nyckelhålsmärkta produkter.
Sortiment anpassade för människor med särskilda behov – till exempel äldre, barn och personer med allergier – växer och blir bättre år för år. Genom forskning och utveckling, på egen hand eller i branschgemensamma projekt, tar företagen fram nya metoder, tekniker och ingredienser för att förbättra produkters sammansättning och utveckla nya utan att göra avkall på smaken. Den här forskningen är mycket kostsam, och därför är riktade, statliga satsningar avgörande.

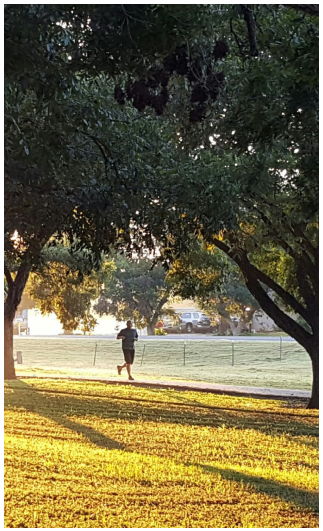
## NORRMEJERIER HAR MINSKAT PÅ SOCKRET SEDAN 2004

Norrmejerier har länge arbetat proaktivt med mat- och hälsofrågor. De började berika yoghurt och mjölk med extra D-vitamin 2014, fyra år innan det blev lag. Redan 2004 implementerade de en sockerpolicy som bland annat säger att de alltid ska erbjuda ett naturellt alternativ inom fil- och yoghurtsortimenten och att sockret ska minskas där det går.

– När den infördes sänkte vi sockerinnehållet med upp till 25 procent. Idag har vi nästan halverat sockret i många produkter. Det kan vara en utmaning att få till en bra smak när sockerhalterna kommer ner på fem, sex procent, så vi har sänkt stegvis för att hitta rätt balans. Men vi märker att konsumenterna har hängt med, säger Anna-Karin Karlsson, hållbarhetsdirektör.

## NYHLÉNS HUGOSONS BALANSERAR SÄLTAN

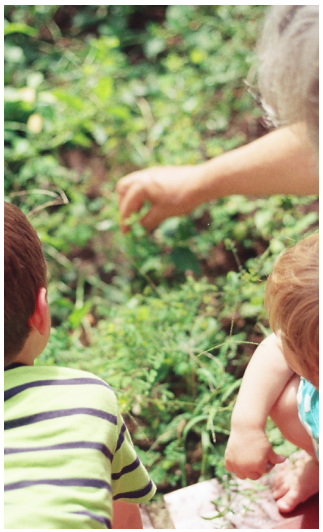
2015 inledde det norrländska kött- och charkföretaget Nyhléns Hugosons en översyn av sitt produktsortiment. Arbetet har hittills resulterat i en reducering av saltinnehållet med över tio procent, en halvering av använda tillsatser och en höjd kötthalt i vissa produkter.
– Våra produkter har blivit ännu bättre smakmässigt av det här arbetet, samtidigt som vi förhoppningsvis har bidragit till en bättre folkhälsa och en mer balanserad kost här i Norrland. Det känns bra i själen att jobba med de här frågorna. Vi gör mycket i det tysta, både inom hållbarhet och hälsa. Det lokala är viktigt för oss: vi använder huvudsakligen kött från norrländska bönder och har börjat jobba mer med smaker från naturen, som exempelvis lingon och granskott, säger Magnus Nilsson, vd.



OMRÅDE TVÅ

# *Tillsammans mot goda mat- och levnadsvanor*

**Hälsosamma matvanor är en av flera pusselbitar för en god folkhälsa. Andra levnadsvanor, som fysisk aktivitet och sömnvanor, samt socioekonomiska faktorer har också stor påverkan. Tillsammans med andra aktörer bidrar vi till långsiktig förändring.**



Folkhälsofrågan är bred och komplex. En bättre folkhälsa skapas inte enbart genom ett brett utbud av nyttiga matvaror, utan av hälsosamma matvanor tillsammans med sunda levnadsvanor, som fysisk aktivitet och god sömn. Socioekonomiska förutsättningar har visat sig ha en stor påverkan på människors mat- och levnadsvanor. För att skapa en bättre folkhälsa för alla krävs därför långsiktighet och samarbete mellan många olika samhällsaktörer, där det offentliga spelar en viktig roll. Folkhälsa är en samhällsfråga som bara kan lösas av samhället tillsammans, inte av en enskild aktör. Livsmedelsföretagen och våra medlemsföretag arbetar för att främja goda matvanor och för att öka förståelsen för sambandet mellan levnadsvanor, matvanor och hälsa.

## BASKET TILL FLER MED LOKA HEROES

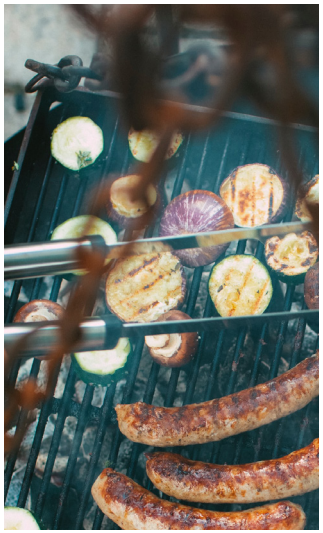
Med Loka Heroes vill Spendrups och Svenska Basketbollförbundet bidra till ökad hälsa och mångfald. Nästan 2 000 har spelat basket i projekt som alla dragits igång av en lokal eldsjäl. Just nu är 14 projekt igång, som gör alltifrån att satsa på tjejer i förorten till att skapa möjligheter för personer med intellektuella funktionsnedsättningar att idrotta.

## FRUKOST PÅ SKOLTID GÖR SKILLNAD

Hur påverkas skolelever av att äta frukost varje dag? För att ta reda på det serverade Arla två högstadieklasser i Botkyrka frukost i klassrummet under skoltid varje dag i tre månader våren 2018. Maja Nordström ledde projektet som bland annat visade sig öka elevers koncentrationsförmåga, livskvalitet och skapa en lugn och uppskattad start på dagen.

## BRANSCHEN BIDRAR MED SKOLMATERIEL

2018 var alkoholkonsumtionen bland niondeklassare 39 procent, jämfört med 69 år 2006 – då Prata om Alkohol drogs igång. Initiativet bygger på samtalsbaserad undervisning för att lära unga att motstå social press och att kunna säga nej till alkohol. När metoden utvärderades 2017 visade resultaten att den minskar sannolikheten till riskbeteende kopplat till alkohol.



OMRÅDE TRE

# *Frivilliga åtgärder för hållbara resultat*

**Frivilliga åtgärder skapar ett genuint engagemang, ökar incitamenten för innovation och stärker konkurrenskraften hos den svenska livsmedelsindustrin. Det skapar förutsättningar för långsiktigt hållbara, positiva effekter.**

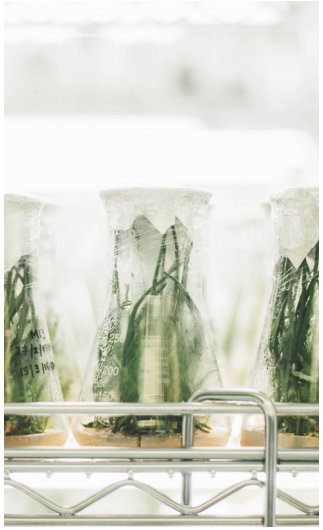
Hälsa är en prioriterad fråga för den svenska livsmedelsbranschen och genomsyrar alltifrån produktutveckling till kommunikation. I branschgemensamma projekt som ReduSalt och Fullkornspartnerskapet arbetar livsmedelsföretag tillsammans för att förbättra folkhälsan. Hälsa är också en av den nationella forsknings- och innovationsarenan Sweden Food Arenas fem missioner. Vi samarbetar gärna med regeringen och myndigheter för att skapa förutsättningar för ett mer hälsosamt Sverige, men till exempel punktskatter, som inte ger positiv effekt på folkhälsan, är fel väg att gå. Vi anser att det mest effektiva sättet att göra hållbar skillnad är genom frivilliga åtgärder. Tvingande regleringar får ofta oavsiktliga negativa konsekvenser och minskar företagens incitament för innovation, samverkan och proaktivitet.

## GEMENSAM FORSKNING FÖR MINDRE SALT

Redan 2011 inleddes ett branschsamarbete kring saltfrågan som lade grunden för det som 2015 blev ReduSalt, ett projekt som har tagit fram metoder för att sänka salthalten i livsmedel. I nästa fas ska metoderna implementeras tillsammans med deltagande partners, däribland Atria, Orkla och Lyckeby Culinar.
– Det finns inte en enskild metod för att sänka salthalten som lämpar sig för alla typer av produkter då olika livsmedel har olika egenskaper. För att verifiera de utvecklade metoderna tillverkade vi fyra olika demonstrationsprodukter som alla är saltkällor i den svenska kosten: bröd, korv, tomatsås och en kryddblandning. Vi lyckades sänka salthalten i dem med mellan 20 och 44 procent, säg er Tim Nielsen, forskare på RISE och projektledare för ReduSalt.

## VIVELS FÅR OSS ATT ÄTA MER FULLKORN

Vivels arbetar för att människor ska äta mer fullkorn och fibrer, bland annat inom ramen för Brödinstitutets informationssatsning om dess hälsofördelar. Brödsinstitutet deltar med bland andra Chalmers, Fazer och Pågen även i ett samarbetsprojekt som inleddes 2018 med syfte att bilda ett svenskt fullkornspartnerskap. Vivels satsning har hittills resulterat i en ökad försäljning av fullkornsrika bröd med ungefär tolv procent.
– Vi har använt oss av lappar från Brödinstitutet med kunskap om bröd, fullkorn och gluten och gett till kunder. Dessutom innehåller nästan alla nya bröd vi tar fram fullkornsmjöl. Det går att blanda mjöl så att även de som inte är så förtjusta i fullkorn kan få i sig det. Vi vill hjälpa till att nå en bättre folkhälsa, och det här är något som är enkelt för oss att bidra med samtidigt som det gör skillnad, säger Benjamin Fritzdorf.



OMRÅDE FYRA

# *På en vetenskaplig grund*

**Arbetet för mer hälsosamma mat- och levnadsvanor måste vara långsiktigt och faktabaserat. Genom att utgå från vetenskap och evidens i produktutveckling och kommunikation gör vi verklig skillnad för den svenska folkhälsan.**

Livsmedelsverkets kostråd och de nordiska näringsrekommendationerna (NNR) vilar på en gedigen vetenskaplig grund och utgör basen i livsmedelsindustrins arbete för mer hälsosamma matvanor. Genom att alltid informera utifrån ett fakta-baserat perspektiv, till exempel genom att använda kunskapsportalen Nutritionsfakta.se, ökar vi kunskapen om mat och hälsa. Ett evidensbaserat arbetssätt behöver användas av alla aktörer som jobbar för en bättre folkhälsa. För att veta var insatser främst bör sättas in och kunna mäta effekterna av dessa samt utveckla branschens och myndigheternas arbete för en bättre folkhälsa behövs fler statliga kostvane-undersökningar av hög kvalitet.

## FINDUS UTVECKLAR HÄLSOSAM MAT FÖR ÄLDRE

Hälsosam mat ser olika ut för olika personer. I Sverige lider cirka åtta procent bland vuxna av tugg- och sväljsvårigheter, många av dem äldre. Mer än 60 procent över 65 år är undernärda eller i riskzonen. Ewa Hansson, Special Foods Sales Manager på Findus och leg. dietist arbetar dedikerat med den här målgruppen.
– Vi utbildar vård- och kökspersonal inom konsistens-anpassad kost och hur man ökar näringsvärdet i maten så att en liten portion innehåller så mycket energi och näring som möjligt, med stort fokus på hur maten presenteras. Vi har en portfölj av produkter med olika konsistenser, från släta puréer till timbaler och grova patéer. Målet är att oavsett vad som står på menyn ska maträtten kunna anpassas så att personer som behöver en annan konsistens ska kunna serveras samma maträtt som alla andra.

## LANTMÄNNEN SATSAR PÅ FORSKNING

För Lantmännen är forskning en viktig del i hur de arbetar med hälsa. Deras forskningsstiftelse delar årligen ut 25 miljoner kronor. Ett prioriterat område är hur människor ska kunna ta del av de positiva hälsoeffekterna som spannmål och baljväxter har, vilket bland annat har resulterat i innovativa produkter som bönpasta och rågsnacks.
– Att äta mer fullkorn har visat sig vara bland det mest evidensbaserade hälsoval man kan göra. För oss innebär det att erbjuda goda fullkornsprodukter som gör de mer hälsosamma valen enkla för konsumenter. När vi lanserade Finncrisp Snacks hade vi fullkorn, fibrer och specifikt råg i åtanke och skapade ett hälsosammare alternativ för tillfällen som traditionellt har dominerats av andra snacks, säger Lovisa Martin Marais, Nutrition Manager på Lantmännen R&D.

OMRÅDE FEM

# *Märkning möjliggör goda val*

**Tydlig och enkel märkning av livsmedel är en viktig förutsättning för att människor ska kunna göra medvetna val utifrån sina behov. Idag är möjligheterna att märka livsmedel med hälsosamma budskap fortfarande alltför begränsade.**

Märkning som tydliggör livsmedels och näringsämnens hälsosamma egenskaper är ett viktigt verktyg i arbetet för bättre matvanor. Märkning guidar människor till mer hälsosamma val i butiken och ger företag incitament att utveckla mer hälsofrämjande produkter och se över recepten för de befintliga. Idag är möjligheterna att märka och marknadsföra livsmedel med hälsosamma budskap dock begränsade på grund av en alltför restriktiv och krånglig lagstiftning som hämmar innovation och gör att företagens bidrag till folkhälsan inte alltid syns. Sverige behöver bli mer pådrivande för förbättrade EU-regler på området. Branschen efterlyser också en ambitiös satsning på Nyckelhålet i samarbete med övriga Norden, både för att öka antalet märkta produkter och för att höja intresset bland konsumenter.

## NYCKELHÅLET

Nyckelhålet är Livsmedelsverkets symbol som hjälper konsumenterna att göra nyttigare val. Märkning med Nyckelhålet står för att produkten innehåller mindre socker och salt, mer fullkorn och fibrer och mindre eller nyttigare fett i just den livsmedelsgruppen.

## HANDBÖCKER OM MÄRKNING

Livsmedelsföretagen har tagit fram Handboken om närings- och hälsopåstående och Märkningshandboken som syftar till att underlätta för livsmedelsproducenter att använda hälsosamma budskap och att göra det på ett ansvarsfullt, tydligt och balanserat sätt. Tydlig och enkel märkning är en viktig förutsättning för att konsumenter ska kunna göra medvetna val.

## KOSTRÅDSGUIDEN

Ett sätt för livsmedelsindustrin att inspirera till hälsosamma matvanor är att kommunicera Livsmedelsverkets kostråd – råd som vilar på vetenskaplig grund. Det kan ske på förpackningen och i butikshyllan, i annonser, på hemsidor och i reklam. För att hjälpa företagen att använda kostråden har Livsmedelsföretagen tagit fram den webbaserade Kostrådsguiden – www.kostradsguiden.se

## KOLL PÅ MAT OCH HÄLSA

**Elisabet Rytter** är medicine doktor i nutrition och ansvarar för forskning och nutrition på Livsmedelsföretagen. Hon är sammankallande för vår Nutritionsgrupp samt vår referensgrupp för forskning och utveckling, med vilka hon driver frågor som industrins bidrag till goda matvanor och främjandet av forskning och innovation.

**Vill du veta mer?**
elisabet.rytter@li.se
08-762 65 06

## KAN ALLT OM MÄRKNING

**Ulrika Ehrhardt** kan allt om livsmedelslagstiftning, märkning, allergifrågor och livsmedel för särskilda näringsändamål. Genom rådgivning och utbildningar håller hon våra medlemsföretag uppdaterade med den senaste informationen på området.

**Vill du veta mer?**
ulrika.ehrhardt@li.se
08-762 65 05

## EXPERT PÅ EU-LAGSTIFTNING

95 procent av svensk livsmedelslagstiftning har sitt ursprung i EU-regler, och närmare hälften av EU:s lagar och regler rör livsmedel. **Nicklas Amelin,** vår expert på plats i Bryssel, bevakar allt som händer och ser till att viktiga frågor för branschen får gehör och genomslag.

**Vill du veta mer?**
nicklas.amelin@li.se
08-762 65 18



FOLKHÄLSA & MATGLÄDJE

LIVSMEDELSFÖRETAGEN

The Swedish Food Federation