



FOLKHÄLSA & MATGLÄDJE

SÅ ARBETAR LIVSMEDELSINDUSTRIN FÖR ATT FRÄMJA GODA MAT- OCH LEVNADSVANOR





Mat och dryck för ett hälsosamt Sverige

Livsmedelsindustrin är viktig för Sverige. Våra 750 medlemsföretag sysselsätter 45 000 personer från Malmö till Kiruna, omsätter 200 miljarder kronor om året och exporterar för 85 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 livsmedelsproducenter 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.

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.

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.

- 1. Ett brett utbud av god och hälsosam mat och dryck**
- 2. Tillsammans mot goda mat- och levnadsvanor**
- 3. Frivilliga initiativ för hållbara resultat**
- 4. På vetenskaplig grund**
- 5. Märkning möjliggör goda resultat**

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 och hållbara 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.



SEVAN FÅR IN BALJVÄXTER I SVENSKARNAS VARDAG

Sevan tillverkar och säljer mat med inspiration från Mellanöstern, som hummus, falafel och såser. Baljväxter – ett protein- och fiberrikt livsmedel som vi svenskar behöver äta mer av – är grunden i många av deras produkter. Genom att göra det enklare att äta baljväxter i vardagen bidrar Sevan till att förbättra folkhälsan. Baljväxter är dessutom en klimatsmart gröda som kräver minimalt med gödsling under odlingen. Sevan arbetar för att använda mer svenskodlade baljväxter.

– Vi använder flera ton baljväxter varje dag, både globala och lokala råvaror säger Elin Pyk, VD för Sevan.



ATRIA SÄNKER SALT UTAN ATT GE AVKALL PÅ SMAKEN

Atria har under många år jobbat med saltsänkning i korv för sina varumärken Lithells och Lönneberga. Företaget har bl a deltagit i det tidigare branschgemensamma projektet Redusalt där nya metoder för saltsänkning togs fram. I både nya och befintliga korvprodukter har man bl a bytt ut till havssalt som ett sätt att sänka saltinnehållet. Under våren 2026 anslöt sig Atria till de frivilliga åtaganden för att minska salthalten i charkuterier och färdigrätter.

– Att ansluta sig till åtagandena är ett viktigt steg i vårt arbete för att bidra till bättre folkhälsa. Vi vet att vi kan göra skillnad genom de val vi gör i vår produktutveckling, och samtidigt möta konsumenternas efterfrågan på god och mer balanserad mat, säger Maria Skoglund, Regulatory Affairs Officer, Atria. Genom att delta i det branschgemensamma initiativet vill Atria bidra till att driva utvecklingen framåt tillsammans med andra aktörer och skapa ett brett genomslag.

Tillsammans mot goda mat och levnadsvanor

A stylized illustration of a hand holding a bunch of wheat stalks, rendered in a light beige color against a solid orange background. The hand is positioned on the left side, with fingers spread, holding the stalks which fan out towards the right. The wheat stalks have long, thin leaves and rounded heads.

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 andra sunda levnadsvanor, som fysisk aktivitet och god sömn. Även socioekonomiska förutsättningar har 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 både enskilt och tillsammans med andra samhällsaktörer för att främja goda matvanor och för att öka förståelsen för sambandet mellan levnadsvanor, matvanor och hälsa.



ORKLA FOOD SVERIGE SAMARBETAR MED SKOLKÖK FÖR FRAMTIDENS MÅLTIDER

Fast Fusion Climate Week är ett nationellt samarbete där Orkla FoodSolutions krokar arm med skolkök i hela Sverige, för att tillsammans skapa en mer hållbar och hälsosam framtid. Skolkockar bjuds in varje vår för att tillsammans med Orkla FoodSolutions skapa inspirerande klimatsmarta och hälsosamma måltider, som sedan serveras under en temavecka på hösten, för alla de skolor som väljer att hoppa på. Genom att introducera barn till goda matvanor, och samtidigt låta grönsakerna ta en större plats på tallriken, bidrar initiativet till att tidigt vänja unga konsumenter att äta mycket grönt. Samtidigt stärker vi kunskapen om hälsosam och hållbar mat hos elever, pedagoger och föräldrar.

– Med en miljon måltider serverade på skolor runtom i landet under veckan, visar vi att samarbete är nyckeln till att nå klimatmålen och skapa en friskare generation, säger Rebecka Persson, Sustainability & Regulatory Manager, Orkla Foods Sverige.



FULLKORNSFRÄMJANDET

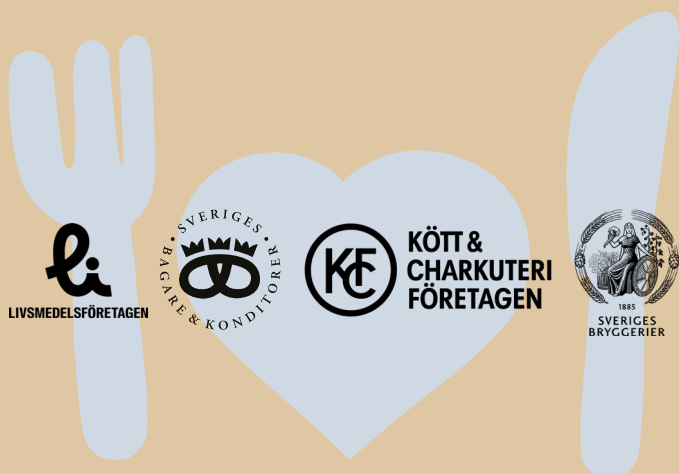
FullkornsFrämjandet är ett unikt partnerskap mellan näringsliv, akademi, myndigheter, offentlig måltidsverksamhet och civilsamhällesorganisationer. Vi arbetar tillsammans för att förbättra folkhälsan genom att få svenskarna att äta mer fullkorn. FullkornsFrämjandet består av drygt 30 partner, en styrgrupp samt en heltidsanställd projektledare. Vårt mål och vision är att öka konsumtionen av fullkorn och det vill vi göra genom ökad kunskap och medvetenhet om fördelarna med fullkorn och genom inspiration och tips på hur du kan äta mer fullkorn. FullkornsFrämjandet vill också öka tillgängligheten av fullkorn genom ökat utbud av fullkornsprodukter i butik och inom offentlig och privat måltid.

– Vi äter alldeles för lite fullkorn i Sverige. Detta är viktigt att ändra på, eftersom ökad mängd fullkorn är en av de matvanor som skulle ha störst effekt på hälsan, säger Maria Alexandersson, projektledare för FullkornsFrämjandet.

Frivilliga initiativ för hållbara resultat

Frivilliga initiativ 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. Både enskilt och tillsammans med andra arbetar livsmedelsföretag tillsammans för att förbättra folkhälsan. Vi samarbetar gärna med regeringen och myndigheter för att skapa förutsättningar för ett mer hälsosamt Sverige, men skatter, regleringar och förbud 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 initiativ. Statliga tvångsåtgärder saknar ofta vetenskaplig förankring; bevisen för att de ger de effekter man vill ha är väldigt svaga eller saknas helt. Ibland är förslagen direkt kontraproduktiva. Bättre är att staten på olika sätt stödjer det envetna och ofta ouppmärksammade arbete som företagen hållit på med i decennier t ex genom satsningar på forskning och innovation och kompetensförsörjning.



FRIVILLIGA ÅTAGANDEN FÖR BÄTTRE MATVANOR

Livsmedelsindustrin har sedan lång tid tillbaka på frivillig väg bidragit till bättre matvanor. Ett exempel är projektet ReduSalt (2015–2022), som bidragit till signifikant sänkt saltinnehåll i charkuteriprodukter (25%) och spannmålsprodukter t ex bröd (20 %). För att ytterligare förstärka livsmedelsindustrins arbete för goda matvanor lanserade branschorganisationer Kött- och Charkuteriföretagen, Livsmedelsföretagen, Sveriges bagare & konditorer och Sveriges Bryggerier tillsammans med sina medlemsföretag våren 2026 [frivilliga åtaganden för mindre salt, mindre socker och för energimärkning i sju olika livsmedelsgrupper](#). Totalt 35 företag anslöt sig till åtagandena (vilket motsvarar 35% av hela livsmedelsindustrins nettoomsättning).

Arbete pågår kontinuerligt för att fler företag ska ansluta sig och fler åtaganden startas. Anslutningen är helt öppen för alla företag som i Sverige säljer de livsmedel som ingår i åtagandena.

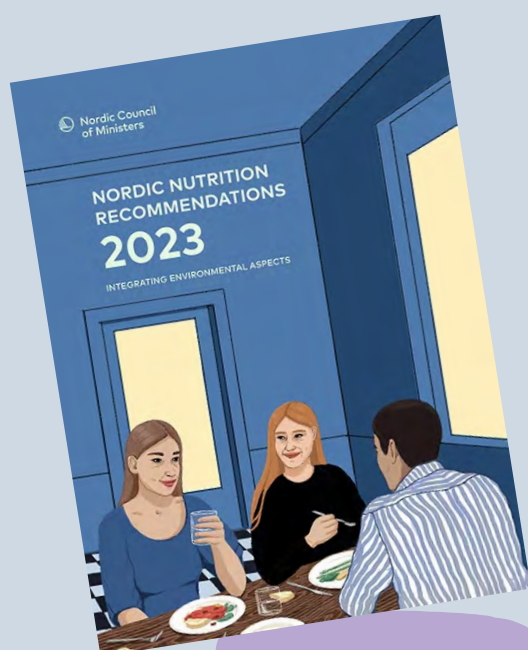


LUGNARE, MYSIGARE OCH MER ORK – SÅ BLIR VINSTEN AV SKOLFRUKOST

Arla arrangerar regelbundet frukosttävling för skolor där intresset är stort att delta. Hundratals skolor anmäler sig för att få gratis mejeriprodukter och kunna servera frukost under tre veckor. Allt fler elever startar skoldagen på tom mage, nu är det runt var tredje i grundskolan. Det beror bland annat på att man upplever att man har ont om tid, ingen aptit eller att man inte har för vana att äta frukost i hemmet.

– Många elever vittnar själva om ökad koncentrationsförmåga och bättre humör när de börjar dagen med ett morgonmål. Trots detta vet vi att allt färre äter frukost. Med den här satsningen vill vi ge fler elever chansen att uppleva de positiva effekterna, säger Erica Elfving, projektledare för Arlas frukosttävling.

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.

De nordiska näringsrekommendationerna (NNR) och Livsmedelsverkets kostråd vilar på en gedigen vetenskaplig grund, uppdateras med jämna mellanrum och utgör basen i livsmedelsindustrins arbete för både mer hälsosamma och hållbara matvanor. Genom att alltid informera utifrån ett faktabaserat perspektiv ökar vi kunskapen om mat och hur den påverkar hälsan och även miljön. Ett evidensbaserat arbetssätt behöver användas av alla aktörer som jobbar för en bättre folkhälsa. Begreppet "ultraprocessat" hör inte hemma i ett sådant arbetssätt då det har allvarliga vetenskapliga brister och riskerar att förvirra och skapa oro hos konsumenten. Livsmedelsföretagen och dess Nutritionsgrupp följer forskningen om olika klassificeringssystem av livsmedel där bl a grad av processning ingår. 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 aktuella och fler statliga kostvaneundersökningar av hög kvalitet.



FINDUS UTVECKLAR HÄLSOSAM MAT FÖR ÄLDRE

Hälsosam mat ser olika ut för olika personer. I Sverige lider cirka åtta procent av tugg- och sväljsvårigheter, många av dem äldre. Mer än 60 procent över 65 år är undernärda eller ligger i riskzonen. Ewa Hansson, Key Account Manager på Findus och leg. dietist arbetar dedikerat med den här målgruppen.

– Vi utbildar vård- och kökspersonal inom konsistensanpassad 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 FULLKORN

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 att skapa förutsättningar för att fler ska kunna ta del av spannmålsprodukternas positiva hälsoegenskaper.

– Att välja mer fullkorn är ett av de mest välunderbyggda sätten att främja vår hälsa. Här bidrar forskningen till att utveckla nya produkter som gör det enkelt för konsumenter att välja lite bättre, varje dag. Att erbjuda goda frukostprodukter och pasta med hög andel fullkorn liksom Finn Crisp rågsnacks, och engagemanget i Fullkornsfrämjandet, ska bidra till att få fler att välja fullkorn. Ett annat exempel är lansering av korvbröd med fiber och fullkorn för måltider som traditionellt har dominerats av mindre fullkorn, säger Karin Arkbåge, Nutrition Manager vid Lantmännen R&D.

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 närings-
ämnens 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 inte fullt ut har fokus på matens koppling till
folkhälsa och 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

Lovisa Martin Marais ansvarar för forskning och innovation samt mat och hälsa 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.

🏠 lovisa.martin.maraeis@li.se

☎ 08-762 65 44



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.

🏠 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.

🏠 nicklas.amelin@li.se

☎ 08-762 65 18





**LIVSMEDELSFÖRETAGEN ÄR EN BRANSCH- OCH
ARBETSGIVARORGANISATION FÖR ALLA SOM TILLVERKAR
MAT OCH DRYCK I SVERIGE.**

LÄS MER PÅ LIVSMEDELSFÖRETAGEN.SE



LIVSMEDELSFÖRETAGEN