

Fælles afrapportering på det Nordiske tilsynsprojekt vedrørende Nøglehulsmærket

Indholdsfortegnelse

1	Baggrund.....	2
2	Formål og målsætninger.....	2
2.1	Konkret.....	2
2.1.1	Kundskab om efterlevelse af Nøglehulsreglerne	2
2.2	På sigt.....	3
2.2.1	Øget kundskab om Nøglehulsmærket hos de tilsynsførende	3
2.2.2	Mere ensartet tilsyn i de nordiske Lande	3
2.2.3	Øget kundskab og troværdighed til Nøglehulsmærket	3
3	Afgrænsning/metode	3
4	Resultater	4
4.1	Resultater fra produktions/importled	4
4.2	Resultater fra butikker.....	5
4.3	Resultater og analyse fra tilbudsaviser og internet	5
5	Tværgående tendenser.....	6
6	Konklusion	6
7	Fremtidige indsatsområder.....	6

1 Baggrund

Nøglehullet er et fælles nordisk ernæringsmærke, som gør det lettere for forbrugerne at vælge sundere inden for bestemte fødevarergrupper. Nøglehullet er det svenske Livsmedelsverkets varemærke siden 1989 og er et symbol med kriterier for fedt, fedt kvalitet, sukker, salt og kostfibre. Desuden er fuldkorn indført som et krav i 2009 i produkter som brød, korn osv.

Baseret på ønsket om en fælles nordisk ernæringsmærke, blev der i 2007 indledt et nordisk samarbejde for at videreudvikle den svenske ordning. Fødevarerstyrelsen i Danmark, Livsmedelsverket i Sverige og Mattilsynet og Helsedirektoratet i Norge, har deltaget i arbejdet. De tre lande har i fællesskab lavet en større revision af fødevarergrupper og kriterier, således at mærkningen afspejler landenes kostvaner og kostens udfordringer i relation til folkesundheden. Reglerne for mærkning med Nøglehullet findes i alle tre lande i national lovgivning, som blev vedtaget i sommeren 2009. Symbolet har den samme betydning i alle lande. Reglerne indeholder fælles bestemmelser for de 25 fødevarergrupper, som er omfattet af ordningen.

Tilsynsprojektet har omfattet kontrol af produkter, tilsyn i butikker og en gennemgang af tilbudsaviser og hjemmesider.

De følgende fødevarergrupper indgik i kontrollen:

- Kød, fisk og grøntsager (gruppe 13 a, b og c),
- Færdigretter (gruppe 14 til 17)
- Brød (blødt brød) (gruppe 20)
- Knækbrød (gruppe 21)
- Morgenmadsprodukter (gruppe 23).

Kontrollen i butikker var fokuseret på brugen af Nøglehullet på hyldekanter, plakater og i øvrig markedsføring. Til brug for kontrollen har der været udfærdiget fælles tjeklister. Kontrollen er udført af de respektive nationale kontrolmyndigheder fra marts til august måned 2011.

2 Formål og målsætninger

Formålet med den fælles nordiske tilsynskampagne kan opdeles i et konkret og flere langsigtede mål.

2.1 Konkret

2.1.1 Kundskab om efterlevelse af Nøglehulsreglerne

Nøglehulsprojektet har konkret til formål, at kontrollere om virksomhederne anvender Nøglehullet korrekt. Projektet tager udgangspunkt i kontrol i butikker, engrosvirksomheder (producent/importør) samt hovedkontorer for detailhandlen.

Nærmere beskrivelser af de enkelte landes resultater og konklusioner kan findes i de nationale rapporter på nedenstående hjemmesider:

Link til Sverige: <http://www.slv.se/nyckelhalet>

Link til Norge: <http://www.mattilsynet.no>

Link til Danmark: <http://www.noeglehullet.dk>

2.2 På sigt

2.2.1 Øget kundskab om Nøglehulsmærket hos de tilsynsførende

Tilsynsprojektet skal give de tilsynsførende større kundskab om Nøglehulsmærket og hvilke problemområder, der er i forhold til overholdelsen af reglerne.

Denne nye kundskab skal gøre de tilsynsførende i stand til i højere grad at inkorporere nøglehulskontrollen i deres almindelige tilsynsaktivitet i fremtiden, hvorfor det må antages at den løbende kontrol med overholdelsen af nøglehulsreglerne i fremtiden er styrket betydeligt.

2.2.2 Mere ensartet tilsyn i de nordiske Lande

Som led i det fælles nordiske tilsynsprojekt har landene gennemført flere fælles tilsyn i Danmark og Sverige, på virksomheder som sælger produkter med Nøglehulsmærket. Den fælles kontrol har givet anledning til og mulighed for at sammenholde kontrolprincipper og metoder i de forskellige lande.

Målet med denne fælleskontrol er, at landene på sigt kan justere deres kontrol efter et ”best practice” princip og således lære af de gode og dårlige erfaringer hvert land har med kontrollen af både nøglehulsreglerne, men også af de mere generelle kontrolprincipper.

2.2.3 Øget kundskab og troværdighed til Nøglehulsmærket

Kampagnen har givet værdifuld kundskab om, hvor de deltagende lande skal fokusere deres indsats i fremtiden og hvor der i særdeleshed er brug for at styrke indsatsen både i forhold til reglerne men også kommunikativt.

3 Afgrænsning/metode

De nedenfor opgivne fejldele er for Danmarks vedkommende udtryk for både de relativt få tilfælde, hvor der er givet indskærpelser, men også de tilfælde, hvor der er vejledt om reglerne.

I både Sverige, Norge og Danmark er der, når der alene er tale om mindre alvorlige overtrædelser af reglerne, vejledt om den korrekte anvendelse. Af den grund er de tilfælde hvor der er vejledt¹ om reglerne medtaget i nedenstående opgørelser, da de trods karakteren af mindre alvorlige overtrædelser, er udtryk for fejl i forhold til overholdelsen af reglerne for Nøglehullet.

I Norge blev tilsyn hos producent/importør gennemført som revisioner af virksomhedernes interne kontrolsystemer. Produktvurderinger og laboratorieanalyser indgik som en del af vurderingsgrundlaget (se norsk rapport).

I alle tre lande blev der gennemført tilsyn i butikker, men tilsynets omfang er så forskelligt, at der ikke kan foretages en direkte sammenligning, da Danmark og Norge havde relativt mange butikstilsyn, mens der er gennemført meget få i Sverige.

¹ Ved afvigelser har man i Norge peget på pligten til at efterleve reglerne på området eller varslet påbud om, at forholdet skal rettes.

Tilsyn med markedsføring af Nøglehulsmærket i reklameaviser og på internettet blev foretaget i Danmark og Norge, men ikke i Sverige. Øvrige forskelle i tilgang til projektet vil kunne findes i de nationale afrapporteringer. Links til de nationale rapporter er tilgængelige under pkt. 2.1.1.

4 Resultater

4.1 Resultater fra produktions/importled

Tabel 4.1 Andel fundne fejl i forhold til Nøglehulsreglerne i hhv. Sverige, Norge og Danmark.²

Type af kontrol	Sverige	Norge	Danmark
Produktion/import			
Generelt			
Nøglehullets udformning	4 af 65	9 af 162	5 af 138
Forkert placering i produktgruppe	0 af 65	0 af 162	0 af 138
Specifikke grupper			
Kød, fisk og vegetabiliske produkter Gruppe 13a-b-c	9 af 31	0 af 43	4 ³
Færdigretter Gruppe 14-17	2 af 4	0 af 0	2
Brød Gruppe 20	0 af 13	1 af 107	2
Knækbrød Gruppe 21	1 af 6	2 af 5	0 af 0
Morgenmadsprodukter Gruppe 23	0 af 11	0 af 7	4
Total	12 af 65	3 af 162	12 af 138

Ved tilsyn i produktions/importled blev overholdelsen af næringsdeklarationsreglerne også kontrolleret. I Norge fandt Mattilsynet at 6 af 162 produkter manglede næringsdeklaration og at 13 af 162 havde en ufuldstændig næringsdeklaration. I Danmark blev der givet 6 sanktioner ud af 138 produkter som følge af manglende overholdelse af næringsdeklarationsreglerne. I Sverige manglede der næringsdeklaration på 2 af 65 produkter og 9 af 65 havde en ufuldstændig næringsdeklaration.

² For mere information, se de nationale rapporter

³ I Danmark er der ikke opgørelser over det samlede antal af kontroller for hver af de specifikke fødevarergrupper. De angivne tal under "specifikke grupper" i tabellen angiver antal vejledninger. Der er ikke sanktioneret.

4.2 Resultater fra butikker

Tabel 4.2 Andel fundne fejl i Sverige, Norge og Danmark ⁴

Type af kontrol	Sverige	Norge	Danmark
Markedsføring			
Vildledende brug af Nøglehullet på hyldeforkanter	0 af 5	89 af 191	14 af 85
Nøglehullets udformning	0 af 5	8 af 191	6 af 85

Den helt overvejende fejlkilde i forhold til markedsføringen med Nøglehullet i butikker i både Danmark og Norge er mærkning af hyldeforkanter. Det er vigtigt at være opmærksom på, at dette både kan dreje sig om forkert brug af en enkelt eller flere hyldekanter i hver butik. Resultatet er derfor ikke så graverende som tallene kan give indtryk af. Det har imidlertid vist sig at være meget vanskeligt for butikkerne at sikre, at hyldemærkningen til stadighed følger de Nøglehulsmærkede varer, når der flyttes rundt på varerne.

Problemstillingen kan også være relevant i Sverige, da den gennemførte kontrol, var begrænset til 5 butikker

4.3 Resultater og analyse fra tilbudsaviser og internet

Fødevarestyrelsen i Danmark konstaterede før denne kontrolkampagne flere fejl, særligt i forbindelse med en gennemført markedsføringskampagne i marts måned 2011. Det er erfaringen i Danmark, at mange virksomheder efter denne markedsføringskampagne har reduceret markedsføringen med Nøglehullet i tilbudsaviser og på hjemmesider betydeligt.

I Norge er hovedindtrykket, at virksomhederne giver god og korrekt information om Nøglehulsprodukter i reklamer og på internettet.

Markedsføring i reklamer og lignende hører i Sverige under Konsumentverkets ressort. Dette indgår derfor ikke i Livsmedelsverkets ansvarsområde og indgik derfor ikke i dette projekt.

⁴ For mere information, se de nationale rapporter

5 Tværgående tendenser

På trods af bestræbelserne for at gennemføre tilsynsprojektet ensartet i alle landene, har det vist sig at være en udfordring at gennemføre i praksis.

Forskellig struktur for kontrollen, varierende anvendelse af de udleverede skabeloner samt vanskeligheder med at indhente et ensartet datagrundlag har medvirket til, at en direkte sammenligning af tal på tværs af landene skal tages med forbehold.

Fællesnordiske tilsyn vurderes på trods af udfordringerne at være meningsfulde og kompetenceudviklende, ligesom de muliggør udveksling af erfaringer og ”best practice”.

6 Konklusion

Det fælles nordiske tilsynsprojekt har vist, at størstedelen af de kontrollerede virksomheder i Sverige, Norge og Danmark har tilstrækkelig kundskab om reglerne vedrørende Nøglehullet. Kun få virksomheder har fået indskærpelser/vedtak/avvikelser som følge af overtrædelser af reglerne.

Der er imidlertid også vejledt om reglerne i relativt mange tilfælde både i produktions- og importled samt i butikker.

Grundlæggende er konklusionen dog, at forbrugerne i både Norge, Sverige og Danmark kan have tillid til Nøglehulsmærket.

7 Fremtidige indsatsområder

Det vurderes på trods af konklusionen, at der eksisterer et behov for at følge op på kampagnen både i de vejledte virksomheder og i øvrigt ved fremtidige tilsyn for at fastholde troværdigheden af Nøglehullet.

Ligeledes har kampagnen vist, at overholdelsen af næringsdeklarationsreglerne er en udfordring for en del virksomheder og giver anledning til fejl i alle landene. Det vurderes samlet set, at også fremtidig kontrol af nøglehulsreglerne med fordel kan gennemføres sammen med en kontrol af næringsdeklarationsreglerne.

Til gennemførelse af fællesnordiske kontroller er der brug for en instruks udarbejdet med erfaring fra tidligere inspektioner. Det er vigtigt, at disse er planlagt i god tid og at inspektørernes roller er klare (co-revisor / observatør). Det er også nødvendigt at give tid både før og efter kontrollen til udveksling af erfaringer.