

Matmerking

Veiledning om god opplysningspraksis

Statens tilsyn for planter, fisk, dyr og næringsmidler

Mattilsynet



Aktuelt regelverk

- Lov 19. desember 2003 nr. 124 om matproduksjon og mattrygghet mv. (matloven)
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 22. desember 2008 nr. 1620 om allmenne prinsipper og krav i næringsmiddelregelverket (matlovsforskriften)
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 28. november 2014 nr. 1497 om matinformasjon til forbrukerne (matinformasjonsforskriften) jf. forordning (EU) nr. 1169/2011 om matinformasjon til forbrukerne (matinformasjonsforordningen).
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 17. februar 2010 nr. 187 om ernærings- og helsepåstander om næringsmidler (påstandsforskriften) jf. forordning (EF) nr. 1924/2006 om ernærings- og helsepåstander om næringsmidler (påstandsforordningen).
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 18. februar 2015 nr. 139 om frivillig merking av næringsmidler med Nøkkelhullet
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 6. juni 2011 nr. 668 om tilsetningsstoffer til næringsmidler
[Se Lovdata](#)
- Forskrift om aroma og næringsmiddelingsredienser med aromagivende egenskaper til anvendelse i og på næringsmidler (aromaforskriften)
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 20. mai 2004 nr. 755 om kosttilskudd
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 13. mai 2013 nr. 509 om fruktjuice og lignende produkter (juiceforskriften)
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 3. juli 2003 nr. 939 om syltetøy og lignende produkter
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 8. juli 2003 nr. 931 om honning
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 3. juni 2015 nr. 607 om kvalitet på melk og melkeprodukter
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 30. april 1999 nr. 634 om matpoteter
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 31. august 2000 nr. 887 om kaffe- og sikoriekstrakter
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 4 oktober 2004 nr. 1316 om naturlig mineralvann og kildevann
[Se Lovdata](#)
- Forskrift 28. juni 2013 nr. 844 om kvalitet på fisk og fiskevarer
[Se Lovdata](#)

Rapporter:

Dietetisk næringsmidler – forslag til nordiske retningslinjer for vurdering og regulering



TemaNord
1993_557.pdf

Endringer:

| Når | Hva | Hvorfor |
|---------------|---|---|
| November 2019 | Teksten om «Naturlig glutenfritt» i kapittel 3.2.1 er slettet, da den sa at det kunne merkes med «naturlig glutenfrie ingredienser». | Teksten var i strid med gjeldende krav i matinformasjonsforskriften, som bare tillater merking med «glutenfri» og «svært lavt gluteninnhold», forutsatt at krav i regelverket er fulgt. <i>Vi er kjent med at enkelte produkter i markedet er merket med påstander f.eks. «garantert glutenfri havre». For å gi næringen tid til nødvendig endring, vil Mattilsynet ikke fatte vedtak i hht. påstander som «naturlig fri for gluten» eller tilsvarende før i 2021.</i> |
| Mars 2020 | Pkt. 2.4, følgende eksempel er fjernet: <i>En fiskegryte er laget i Spania med norsk sei som en av mange ingredienser. Hvis produktet merkes med et norsk flagg så vil det være villedende å ikke i tillegg opplyse om at produktet er laget i Spania.</i> | Teksten ble skrevet før forordning (EU) 2018/775, jf. artikkel 26 nr. 3 i forordning (EU) 1169/2011, ble vedtatt. Eksemplet er uklart i forhold til kravene i (EU) 2018/775. |

Veilederen er ikke rettslig bindende, men skal fungere som et hjelpemiddel til tolkning av regelverket om god opplysningspraksis. Veilederen må derfor leses sammen med regelverket.

Innholdsfortegnelse

| | |
|---|-----------|
| 1. Innledning | 5 |
| 1.1 Hva finner dere i denne veilederen?..... | 5 |
| 1.2 Hvem vil ha utbytte av å lese denne veilederen? | 5 |
| 1.3 Det er dere som har ansvaret for at merkingen og markedsføringen er korrekt..... | 5 |
| 1.4 Forbrukeren skal ikke villedes, men hvem er forbrukeren? | 6 |
| 2. Kort om merking av mat | 6 |
| 2.1 Bestemmelsen om god opplysningspraksis (artikkel 7) | 7 |
| 2.2 Det er alltid en helhetsvurdering i den enkelte sak, om merkingen er villedende | 8 |
| 2.3 Reklame og presentasjonen av matvarene må heller ikke villede | 9 |
| 2.4 Bruk av bilder, illustrasjoner, symboler eller varemerker | 10 |
| 2.5 Kan bruk av et varemerke villede? | 10 |
| 2.6 Navnet på matvaren - betegnelsen | 11 |
| 2.7 Gir merkingen inntrykk av at produktet har særlige egenskaper? | 12 |
| 2.8 «Imitasjonsprodukter»..... | 12 |
| 2.9 Påstander om forebygging, behandling eller helbredelse av sykdom | 12 |
| 2.10 Utfyllende datoer..... | 13 |
| 3. Selgende uttrykk – hva er det? | 14 |
| 3.1 Mer om enkelte selgende uttrykk: | 15 |
| 3.2 Naturlig og naturprodukt..... | 15 |
| 3.2.1 Bestemmelser om naturlig | 16 |
| 3.3 Negative uttrykk og påstander..... | 17 |
| 3.3.1 Bestemmelser om «... fri» | 19 |
| 3.4 Hjemmelaget, hjemmebakst og egen produksjon | 20 |
| 3.5 Fersk og ny..... | 22 |
| 3.5.1 Spesielt om fersk fisk, pasta m.m. | 23 |
| 3.6 Luksus og ekstra..... | 24 |
| 3.7 Tradisjonell, original, klassisk og gammeldags..... | 25 |
| 3.8 Ekte og ren | 26 |
| 3.9 100 % | 28 |
| 3.10 Delikatesseprodukter | 28 |
| 3.11 Gårdsnavn og gårdsmat..... | 28 |
| 4. Bruk av selgende uttrykk i restaurant | 29 |
| 5. Matinformasjonsforskriften | 29 |
| 5.1 Påstandsforskriften kan også være relevant | 30 |
| 5.2 Tilsyn etter matinformasjonsforskriften..... | 30 |

1. Innledning

1.1 Hva finner dere i denne veilederen?

I denne veilederen finner dere Mattilsynets forståelse av noen utvalgte bestemmelser i matinformasjonsforskriften.

Formålet er å gjøre det lettere for dere å merke matvarer på lovlig måte, slik at merkingen

- inneholder korrekt informasjon,
- gir mottaker tilstrekkelig informasjon og
- ikke er egnet til å villede.

For å gjøre innholdet oversiktlig har vi strukturert veilederen etter de mest sentrale temaene for god opplysningspraksis.

Reglene om merking av mat finner du i hovedsak i [forskrift om matinformasjon til forbrukerne \(matinformasjonsforskriften\)](#), se mer i kapittel 5. Mattilsynet har erfart at det særlig er behov for informasjon om forståelsen av visse bestemmelser i matinformasjonsforskriften. Derfor har vi skrevet denne veilederen om god opplysningspraksis.

1.2 Hvem vil ha utbytte av å lese denne veilederen?

Alle som på en eller annen måte produserer, importerer eller markedsfører matvarer vil finne relevant stoff i denne veilederen.

Som hovedmålgruppe regner vi dere som er næringsmiddelprodusenter, importører eller markedsføringsansvarlige.

Dere som er i bransjeorganisasjoner, er også omfattet av matinformasjonsforskriften dersom dere deltar i aktiviteter som direkte bidrar til å fremme salg av næringsmidler.

Veilederen gir orientering for hvordan god opplysningspraksis skal forstås slik at forbruker ikke villedes av merkingen.

Vi anbefaler at dere leser gjennom hele veilederen sammen med regelverket som omtales. Det er viktig å se og forstå helheten i temaene som behandles.

1.3 Det er dere som har ansvaret for at merkingen og markedsføringen er korrekt

Det er alltid virksomhetens ansvar å sørge for at bestemmelsene i regelverket etterleves, se matloven § 5.

Det konkrete ansvaret for riktig markedsføring utdypes i matloven § 10 der det står at: *Virksomheten skal sørge for at merking, presentasjon, reklame og markedsføring er korrekt, gir mottaker tilstrekkelig informasjon og ikke er egnet til å villede.* Målet er redelig omsetning av matvarer, å hindre at forbrukerne blir villedet, og å sikre like konkurransevilkår i markedet. Bestemmelsene i matinformasjonsforskriften skal også bidra til dette.

Det er virksomhetene som har ansvar for at målene og kravene i regelverket blir oppfylt. I en del tilfeller er det gråsoner og tvilsspørsmål hvor det ikke er mulig å gi et klart og entydig svar. Virkeligheten er sjelden svart/hvit. Derfor må dere i hvert konkrete tilfelle foreta en vurdering om reglene er fulgt eller ikke.

Hele matvarekjeden har ansvar for å følge kravene i matinformasjonsforordningen:

- forbudet mot villedende markedsføring gjelder i alle handelsledd¹
- alle handelsledd har ansvar for at relevante næringsmiddelopplysninger foreligger, at de er korrekte og gis videre
- bestemmelsen gjelder både ferdigpakkede og ikke ferdigpakkede matvarer

1.4 Forbrukeren skal ikke villedes, men hvem er forbrukeren?

I denne sammenheng forstås med ordet forbruker, en «*alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet gjennomsnittsforbruker*»².

Ved vurderingen om merkingen eller markedsføringen er villedende, er ikke spørsmålet **om** eller **hvordan** en enkelt forbruker har blitt påvirket i en konkret sak. Men om merkingen og markedsføringen er villedende, sett med gjennomsnittsforbrukerens øyne.

Er det sannsynlig at uttrykket/utsagnet i merkingen og markedsføringen er en direkte årsak til at noen velger å kjøpe et konkret produkt fremfor et annet?

Finnes forbrukerundersøkelser som kan være til nytte i en vurdering om villedning?

Det kan ikke forventes at gjennomsnittsforbrukeren har særlig kunnskap om produksjon av mat. Finnes det forbrukerundersøkelser, kan det være nyttig å bruke disse som underlag ved en vurdering av hvor sannsynlig det er at beskrivende uttrykk er direkte årsak til at noen velger å kjøpe et konkret produkt fremfor et annet.

Er merkingen egnet til å villedde en «vanlig» eller «gjennomsnittlig» forbruker?

2. Kort om merking av mat

Matinformasjonsforordningen gir de generelle og særlige krav til merking av mat. Matinformasjonsforskriften gjør forordningens bestemmelser gjeldende også i Norge. Denne forskriften er en henvisningsforskrift. Det betyr at forordningsteksten, jf. § 1 i matinformasjonsforordningen, er tatt inn i forskriften i sin helhet. Dere finner de spesifikke bestemmelsene i forordningen. Derfor henviser vi heretter bare til artiklene i forordningen.

¹ Matinformasjonsforordningen artikkel 8

² Denne forståelsen er brukt i mange saker i EU-domstolen.

Vi anbefaler at dere leser mer i kapittel 5, hvis dere ikke kjenner godt til regelverket.

På en matvare er det særlig de følgende opplysningene som gir forbrukerne informasjon om hva som inngår i matvaren og karakteriserer den³.

- betegnelsen,
- andre opplysninger i tillegg til betegnelsen og
- ingredienslisten.

Forbrukerne skal gjennom merkingen forstå hvilken matvare det dreier seg om. Bruk av illustrasjoner og bilder bidrar i tillegg til tekst, til å skape forventinger til matvaren.

Opplysninger i merkingen skal gi et sant og korrekt bilde av matvaren. Frivillige utsagn og ord kan objektivt sett være riktig, men likevel være villedende i sammenhengen. Merkingen må sees på som en helhet.

Merking ut over de obligatoriske opplysningene som er nevnt i artikkel 9, er frivillig, dvs. at det er produsenten som velger å sette den på produktet. Merkingen, også den som angis frivillig, skal være korrekt, tydelig, enkel for forbrukeren å forstå og ikke være villedende.

Merkingen skal være korrekt, tydelige, enkel for forbrukeren å forstå og ikke være villedende.

Merkingen må sees på som en helhet.

2.1 Bestemmelsen om god opplysningspraksis (artikkel 7)

I matinformasjonsforordningen beskrives noen av de elementene dere må ta i betraktning når dere merker matvarer. Forordningen artikkel 7, sier hva begrepet god opplysningspraksis omfatter.

Kort oppsummert om artikkel 7:

- Vilkårene for vurderingen om merkingen er villedende, står i nr. 1.
- Merkingen skal være korrekt, tydelig og enkel for forbrukeren å forstå, står i nr. 2.
- Det ikke lov å antyde eller uttrykke at en matvare kan forebygge eller helbrede sykdom, står i nr. 3.
- Reglene gjelder ikke bare for merkingen på den enkelte matvaren, men også for reklame og presentasjon av matvaren, står i nr. 4.

³ De obligatoriske opplysninger som skal være angitt er listet opp i artikkel 9, mens bestemmelser om frivillige næringsmiddelopplysninger er gitt i artikkel 36 og 37 i forordningen.

Forordningens artikkel 7 lyder:

1. Næringsmiddelopplysninger skal ikke være **villedende**, særlig

a) med hensyn til hva som **kjennetegner** næringsmiddelet, særlig art, identitet, egenskaper, sammensetning, mengde, holdbarhet, opprinnelsesstat eller opphavssted og framstillings- eller prodereksjonsmåte,

b) ved at næringsmiddelet **tillegges virkninger eller egenskaper** det ikke har,

c) ved at det gis inntrykk av at næringsmiddelet har **særlige egenskaper**, når alle lignende næringsmidler har de samme egenskapene, særlig ved at forekomsten eller fraværet av visse ingredienser og/eller næringsstoffer framheves,

d) ved at det gjennom utseende, beskrivelse eller bildeframstillinger gis inntrykk av at produktet inneholder et visst næringsmiddel eller en viss ingrediens, når en naturlig forekommende bestanddel eller en ingrediens som normalt anvendes i næringsmiddelet, i virkeligheten har blitt erstattet med en annen bestanddel eller ingrediens.

2. Næringsmiddelopplysninger skal være **korrekte, tydelige og enkle** for forbrukeren å forstå.

3. Med forbehold for unntak i unionslovgivningen som får anvendelse på naturlig mineralvann og på næringsmidler til bruk ved spesielle ernæringsmessige behov, skal næringsmiddelopplysninger ikke tillegge et næringsmiddel egenskaper som forebygging, behandling eller helbredelse av sykdom hos mennesker eller skape inntrykk av slike egenskaper.

4. Nr. 1, 2 og 3 får også anvendelse på

a) **reklame**,

b) **presentasjon** av næringsmidler, særlig næringsmidlenes form, utseende eller emballasje, emballasjematerialet som er brukt, måten næringsmidlene er arrangert på, samt forholdene de frambyes under.

Som du ser har vi i forskriftsteksten over uthevet de ordene som vi mener er særlig viktige når du skal vurdere om merkingen din oppfyller kravene til god opplysningspraksis.

2.2 Det er alltid en helhetsvurdering i den enkelte sak, om merkingen er villedende

Dere må foreta en helhetsvurdering av om merking er i overensstemmelse med regelverket med utgangspunkt i kriteriene i artikkel 7. Utsagn og bruk av begrep kan ikke tolkes isolert fra sin sammenheng. F.eks. at et produkt er industrielt fremstilt, men merket med «hjemmelaget», er ikke tilstrekkelig til å konkludere med villedning. Men det kan være ett moment i vurderingen.

God opplysningspraksis skal sikre at forbrukerne ikke blir villedet.

I artikkel 7 nr. 1 nevnes flere faktorer som «*særlig*» skal legges til grunn. Med formuleringen «*særlig*» viser lovgiver til at også andre forhold utover de som er spesielt nevnt i bestemmelsen, kan inngå i vurderingen. Emballasje, billedbruk, farge, skrift, flagg, hylleplassering i butikk, omsetningsform og hvorvidt et produkt er masseprodusert eller ikke, kan bidra til å skape forventninger hos forbruker.

I vurderingen av merkingen er det flere elementer som må tas med. Alle elementene i merkingen må sees opp mot hverandre. Eksempelvis:

- valg av ord og sammensetningen av disse til setninger og utsagn
- bruk og plassering av illustrasjoner
- type, størrelse og farge på skriften, samt tegnsetting
- bruk av utsagn, motto og slagord
- type og form på emballasjen

Alle disse elementene, sammenholdt med presentasjonen av matvaren, er grunnlaget for villedningsvurderingen.



Dette må vurderes opp mot hvilke forventninger en alminnelig opplyst forbruker har.

Villedningsbestemmelsene gjelder for den samlede markedsføringen av en matvare, også for reklame, internett og presentasjonsmåten generelt.

2.3 Reklame og presentasjonen av matvarene må heller ikke villede

Merkingen av matvarer skal ikke villede. Dette gjelder også det som sies i annonser, reklame i alle medier, virksomhetens websider, internett og presentasjonsmåten generelt⁴.

Forbruker får forventninger og inntrykk av matvaren også ved andre elementer enn selve merkingen på emballasjen. Dette kan være ved bruk av skilter, hyllekantmarkeringer og andre opplysninger i nærheten av matvarene. Omgivelsene matvarene presenteres i, kan også medvirke til forbrukerens oppfatning og forventning.

Eksempel

- Formen og utseendet på matvaren og forpakningen.
 - Er forpakning urimelig større enn hva innholdet krever, slik at forbrukeren får en feilaktig oppfatning av mengden matvare?
 - Brukes det en enkel og rustikk emballasje på en industrielt fremstilt matvare slik at forbruker forbinder matvaren med småskalaproduksjon?
 - Vises en vegetabilsk margarin mot en bakgrunn med kyr på grønne enger?
- Måten og forholdene matvarene frambyes på.
 - Er drikken som inneholder lite fruktjuice, plassert i juicehyllen?
 - Hyllekanten er merket med et Nøkkelhull. Inneholder hyllen Nøkkelhullsprodukter?
 - Omsettes spekepølsen på Bondens marked eller på supermarkedet?
 - En vanlig matvare fra en større produsent pakkes om og frembyes med et navn og på en slik måte, at forbruker får inntrykk av at produktet er lokalprodusert.

⁴ Matinformasjonsforordningen, artikkel 7 nr. 4.

2.4 Bruk av bilder, illustrasjoner, symboler eller varemerker

Illustrasjoner som brukes som en del av merkingen på en matvare, skal gi et riktig inntrykk. Bilder, tegninger, symboler har en sterk effekt som kan redusere effekten av andre opplysninger i merkingen. Bruken skal ikke villede om produktets innhold eller opprinnelse.

Illustrasjoner kan gi inntrykk av at matvaren er fremstilt av

- bestemte ingredienser,
- er fremstilt på en bestemt måte, eller
- har en særlig opprinnelse.

Eksempel

- Iskrem kan være laget av vegetabilsk fett. Hvis det på produktet er bilde av en ku, kan det være villedende fordi iskremen ikke er laget av melk eller fløte.
- Det er villedende å bruke bilde av en steviaplante eller deler av denne planten på produkter som er søtet med steviolglykosid. Det er ikke selve planten som er godkjent som tilsetningsstoff, men uttrekket steviolglykosid.

I sammensatte matvarer bør ikke enkelte ingredienser illustreres i feilaktige proporsjoner.

Ingen regel uten unntak

På emballasjen skal som en hovedregel bare produktet eller ingrediensene illustreres. Forbrukerne er imidlertid vant til at det også er elementer av mer dekorativ karakter på emballasjen, uten at de dermed blir villedet. Dette kan være bilder eller tegninger av matvarer eller annet som åpenbart ikke finnes i pakningen.

Eksempel

- tegning av en kopp ferdig kakao som illustrasjon for kakaodrikkpulver
- bilde av kruspersille på en hermetikkboks med kjøttkaker
- illustrasjoner av serveringsforslag kan benyttes, men det bør komme klart fram at det er et serveringsforslag, som grøt med smørøye, sukker og kanel på en pakke med risgryn
- tegning av julenisser på sildeboksen

2.5 Kan bruk av et varemerke villede?

Noen varemerker inneholder tekst eller utsagn, eller består bare av tekst med en bestemt layout. Noen virksomheter har varemerker og profilering i form av symboler eller tegninger. Bruker dere et varemerke som kan oppfattes å si noe om matvarens innhold, kvalitet eller opprinnelse? Er dette villedende for forbrukeren?

Eksempel

- En illustrasjonen av en griseskrott med markering av stykningsdeler, kan brukes i merkingen på pølser. Illustrasjoner av denne typen kan benyttes for å vise at produktet er fra en slakter eller pøsemaker. Selve dyreslaget har ikke nødvendigvis en selvstendig betydning alle sammenhenger.
- En produktserie med syltetøy har som visuell profil en kurv med ulike frukt- og bærsorter. Bildet er det samme på hele produktserien. På bildet skiller ingen av frukt- eller bærsortene seg ut. Vil det villede forbrukeren at det samme bildet brukes på alle

de ulike typene syltetøy? Forutsatt at produktene er merket med korrekt betegnelse og med ingrediensliste, mener vi at faren for villedning er ikke er tilstede.

Et varemerke som har blitt registrert i hht. varemerkeloven kan likevel være i strid med bestemmelser i næringsmiddelregelverket. Ved registrering av et varemerke, undersøker Patentstyret hovedsakelig om det aktuelle merket har tilstrekkelig særpreg til å kunne registreres. I forbindelse med registreringen av et varemerke vurderer ikke Patentstyret om bruk av dette kan ansees å være villedende.

Dersom varemerket fremstår som en ernærings- eller helsepåstand, se egen veileder for dette regelverket⁵.

2.6 Navnet på matvaren - betegnelsen

Alle ferdigpakkede matvarer skal være merket med en betegnelse, den skal gi forbrukeren et klart inntrykk av hvilken matvare det dreier seg om.

- Hvis det finnes en betegnelse for matvaren som er fastsatt i norsk forskrift, er det denne som skal brukes.
Eksempel: forskriftene om syltetøy, sjokolade, melk, sukker, honning etc.⁶
- Finnes det ikke en fastsatt betegnelse, skal dere benytte den betegnelsen som vanligvis brukes på matvaren.
Eksempel: ribbe er en innarbeidet og vanlig brukt betegnelse på en stykningsdel fra noen dyr. Det er villedende å bruke denne betegnelsen på stykningsdelen buklist.
- Er det heller ingen vanlig betegnelse i bruk, benyttes en beskrivende betegnelse som identifiserer næringsmidlet. Betegnelsen skal gi forbrukeren god nok informasjon til å ta et velbegrunnet valg og ikke bli villedet.
Eksempel: bagett med ost, skinke og salat.

I noen tilfeller skal betegnelsen utfylles med en tilleggsopplysning hvis utelatelsen av en slik opplysning kan villedde kjøperen. Denne opplysningen kan beskrive matvarens fysiske form eller en særlig behandling den har fått. Eksempler på dette er «i pulverform, tørket, dypfrost». På denne måten kan forbrukeren kjenne igjen produktet, få informasjon om bruken og skille det fra andre produkter.

⁵ [Veileder om ernærings- og helsepåstander](#)

⁶ https://www.mattilsynet.no/mat_og_vann/merking_av_mat/kvalitetsbestemmelser/?subTopic=515&s=forskrifter

2.7 Gir merkingen inntrykk av at produktet har særlige egenskaper?

En matvare skal ikke markedsføres ved at den har en særlig egenskap, når egenskapen er lik og felles for den type matvarer. Det vil si at alle andre matvarer av samme type, har den samme egenskapen.

Eksempel

- «Epler – 0 % fett», da ingen uforedlede epler inneholder fett.
- «Gulost laget av melk», da alle produkter som selges med betegnelsen ost skal være produsert av melk fra pattedyr.
- «Brød bakt med fett uten transfett», da bakefett som brukes i brødproduksjon ikke inneholder transfett.
- «Elgpølse uten stivelse og melk», da det ikke er vanlig å bruke disse ingrediensene i produksjon av denne type spekepølse.

Det kan heller ikke merkes med påstander av typen «produktet er produsert under regelmessig kontroll», da alle matvarevirksomheter etter næringsmiddelovngivningen har plikt til å føre kontroll med at deres varer er produsert og merket i samsvar med regelverket.

2.8 «Imitasjonsprodukter»

Matvarer som er laget med andre ingredienser enn de som vanligvis brukes for en type matvarer, skal tydelig merkes med dette⁷.

Eksempel

- På en pizzaemballasje er det bilde av en pizza, hvor det ser ut som det er brukt revet ost. I selve produktet er det brukt en ystet, vegetabilsk fettblanding (pizzatopping). Ost er en vanlig ingrediens i pizza, og pizzatopping er å anse som en erstatning for osten. Da må betegnelsen suppleres med en opplysning om at pizzaen er laget med pizzatopping e.l.
- Et produkt omsettes med betegnelsen lapskaus og det er det bilde av produktet på boksen. Lapskausen er ikke laget med kjøtt, men med en vegetabilsk kjøtterstatning. Da må betegnelsen suppleres med en opplysning om at lapskausen er laget med f.eks. vegetabilsk kjøtterstatning (quorn).

I merkingen skal det klart fremgå hvilken ingrediens eller bestanddel som har blitt erstattet. Det er ikke tilstrekkelig at det fremgår av ingredienslisten, men skal tydelig angis i umiddelbar nærhet av betegnelsen. Denne teksten skal være i en skriftstørrelse som er minst 75 % av høyden på skriftstørrelsen brukt i betegnelsen⁸.

2.9 Påstander om forebygging, behandling eller helbredelse av sykdom

Det er ikke lov å merke en matvare med at den har egenskaper som kan forebygge, behandle eller helbrede menneskelig sykdom. Markedsføringen av produktet skal heller ikke gi inntrykk av dette.

⁷ Matinformasjonsforordningen artikkel 17 og Vedlegg VI nr. 4.

⁸ Krav til skriftstørrelse er gitt i matinformasjonsforordningen artikkel 13 og vedlegg IV.

Den samme regelen gjelder også for kosttilskudd. Kosttilskudd er regulert i egen forskrift, men er likevel et næringsmiddel. Matvarer inklusive kosttilskudd, kan imidlertid merkes med helsepåstander, hvis påstandene brukes slik regelverket om ernærings- og helsepåstander angir. Se mer om ernærings- og helsepåstander.⁹

2.10 Utfyllende datoer

I merkingen er det for de fleste matvarer krav om opplysning om «best før...» eller «siste forbruksdag...»¹⁰. For visse kategorier kjøtt og fisk som omsettes fryst, er det obligatorisk å angi dato for første innfrysing¹¹.

På mange matvarer er det nyttig for forbrukeren at produsenten angir bruksperioden etter at pakningen er åpnet¹². Mange produsenter merker i tillegg med pakkedato, produksjonsdato, tappedato, bakedag eller lignende. Ved frivillig merking med utfyllende datoer er det viktig at angivelsen ikke er villedende for forbrukeren.

- Det må klart sies hva datoen viser, f.eks. pakke- eller tappedato.
- Dersom en matvare merkes med to eller flere datoer, så bør de stå samlet for å gi forbrukerne god opplysning og ikke villedende.

Regler om datomerking av fisk

Ved omsetning av fisk til forbruker, er det egne regler¹³ om opplysninger om dato. Se mer om dette i Mattilsynets egen veileder om særlige merkebestemmelser for fisk og fiskevarer.¹⁴ Her gir vi noen eksempler på disse kravene.

- Ved omsetning av fersk fisk skal produktene ha opplysninger om slakte- og fangstdato. Dette gjelder både for ferdigpakke og ikke ferdigpakke produkter.
- Ferdigpakke produkter skal merkes med holdbarhetsdato og evt. pakkedato som en tilleggsopplysning. F.eks. fisket 12.07.2017, pakket 16.07.2017 og siste forbruksdag 22.07.2017.
- Fryst fisk skal merkes med første innfrysingsdato, samt holdbarhetsdato. Fisk er gjerne fryst inn på båt, deretter kan den prosesseres/pakkes på land. I slike tilfeller kan produktet også merkes med pakkedatoen. Holdbarheten må være beregnet fra første innfrysingsdato.

Produksjonsdato/bakedag

Med produksjonsdato forstås den dato hvor produksjonen av matvaren er avsluttet og produktet er ferdig for omsetning og forbruk.

Eksempel

- Et rugbrød med mer enn 24 timers holdbarhet, skal merkes med holdbarhetsdato. I tillegg kan teksten «Bakt...» være en supplerende opplysning.

⁹ Les mer: https://www.mattilsynet.no/mat_og_vann/merking_av_mat/ernarings_og_helsepastander/

¹⁰ Forordning (EU) 1169/2011 artikkel 24 og vedlegg X. nr. 1 bokstav d)

¹¹ Forordning (EU) 1169/2011 artikkel 24 og vedlegg III nr. 6.1

¹² Forordning (EU) 1169/2011 artikkel 25 nr 2

¹³ Forskrift om kvalitet på fisk og fiskevarer

¹⁴ [Veileder om særlige merkebestemmelser for fisk og fiskevarer](#)

Pakkedato/tappedato

Med pakkedatoen forstås dagen hvor matvaren er pakket inn for omsetning til sluttforbruker. Etter dette må emballasjen brytes eller åpnes for å kunne komme i kontakt med produktet.

Holdbarhetsdatoen skal for ferdigpakkede matpoteter som omsettes i Norge, suppleres med pakkedato¹⁵. Datoen skal angis med dag og måned.

Enkelte drikkevarer er merket med tappedato, for eksempel vin på kartong. Det er blitt vanlig med merking av tappedato eller holdbarhet i form av «best før...» på vin. Dette er frivillig merking og ikke et krav.

Frivillig angivelse av holdbarhetsdato

Noen matvarer er unntatt fra kravet om holdbarhetsmerking.

Eksempel

- frisk frukt og friske grønnsaker
- vin, sterkvin, musserende vin
- baker- eller konditorvarer som normalt forbrukes innen 24 timer¹⁶

Det er likevel tillatt å merke med holdbarhetsdato på disse matvarene. Gjøres dette frivillig, skal likevel reglene om holdbarhetsangivelse i matinformasjonsforordningen, følges¹⁷.

Utfyllende informasjon om holdbarhet

Produsenten skal angi oppbevaringsvilkår for produkter hvor dette er nødvendig for korrekt bruk eller oppbevaring¹⁸. I tillegg kan bruksperioden etter åpning eventuelt angis.

Eksempel på dette er sylteagurk på glass eller juice som skal oppbevares kaldt etter åpning. Dette mener vi ikke er å regne som en angivelse av dobbelt dato. Det oppgis ikke en tilleggsdato, men en bruksperiode. For denne typen opplysninger er det ikke noen særlige krav til plassering eller utforming.

3. Selgende uttrykk – hva er det?

Når dere merker matvare ønsker dere som regel å fremheve visse egenskaper ved disse. Dette gjøres ofte i merkingen ved bruk av positivt ladete ord, som kan kalles selgende uttrykk.

Eksempler er ord som tradisjonell, klassisk, naturlig, ekte, ren, fersk, ferskpresset, luksus. Noen ganger er det åpenbart at et slik begrep kan brukes uten at forbruker villedes. Men på andre produkter kan bruken av slike uttrykk være villedende dersom de ikke forklares.

Ved bruk av selgende uttrykk må dere passe på at dere har deres ord i behold og gjerne forklare hvorfor ordet brukes i merkingen. Uten en slik forklaring kan forbrukeren bli villedet.

¹⁵ Forskrift om matpoteter:

¹⁶ Matinformasjonsforordningen vedlegg X

¹⁷ Matinformasjonsforordningen artikkel 36 nr. 1

¹⁸ Matinformasjonsforordningen artikkel 25 nr 2

Eksempel

- beskrivelse av produksjonsmetode – ferskpresset, håndlaget
- beskrivelse av produksjonsmetoden – langtidsmodnet
- beskrivelse av ingrediensene eller oppskriften – med fløte, tradisjonell oppskrift
- sammenligne opplysninger mot andre produkter, f.eks. forklaring til mengden av ingredienser som framheves for å gi matvaren en merverdi – med ekstra mye reker

Begrep som mye, mer og ekstra, bør alltid settes i relasjon til lignende produkter på markedet, ikke bare virksomhetens egne produkter.

For eksempel kan en påstand som objektivt er sann, bli villedende når den tas ut av den opprinnelige sammenhengen. Derfor må du se på merkingen som en helhet på den konkrete matvaren.

I en slik helhetsvurdering skal det tas hensyn til

- anvendte ord og bilder
- plasseringen av tekst, bilder og andre elementer
- størrelsen og fargen på teksten og skrifttypen
- språkføringen og tegnsetningen.

3.1 Mer om enkelte selgende uttrykk:

Under har vi omtalt enkelte vanlig brukte begrep som vi finner i merkingen på en del matvarer, og vi har gitt noen eksempler. Dette kan være til hjelp når du vurderer om merkingen oppfyller kravene til god opplysningspraksis.

3.2 Naturlig og naturprodukt

En del matvarer merkes med utsagn som «naturlig» eller at de er «naturprodukter». I følge ordboken betyr naturlig: *som hører til, som er eller skjer i overensstemmelse med naturen.*

Hvis dere fremsetter påstanden «naturlig» om en ingrediens eller matvare, bør ingrediensen eller matvaren fremstå omtrent slik som den finnes i naturen. Ingrediensen eller matvaren kan kun ha gjennomgått en mindre behandling som skrelling, skiving eller oppdeling.

En sammensatt matvare som består av flere ingredienser, kan aldri være et naturprodukt. F.eks. kan ikke et kosttilskudd i pilleform påstås å være naturlig. En sammensatt matvare kan imidlertid bestå av naturlige ingredienser. Hva som kan angis som en naturlig ingrediens må vurderes i det enkelte tilfelle og følge god opplysningspraksis.

Noen vurderingspunkter kan være:

- hva slags type matvarer påstanden er brukt på
- hvilken fremstillingsmetode som er benyttet

Eksempel

- Pølser i «naturtarm» i motsetning til kunsttarm.

Heller ikke internasjonalt har man kommet til enighet om definisjoner av ord som kunstig og naturlig. Merkekomiteen i Codex Alimentarius har fått flere forslag om å definere begrepet naturlig. Disse arbeidene har aldri kommet lenger enn til forslagsstadiet. Det har vært enighet om at det ikke er mulig å finne en definisjon som fungerer i praksis for merking av mat.

Følgelig er det viktig å være ekstra påpasselig ved vurderingen om en matvare kan merkes med naturlig eller lignende.

Naturlige tilsetningsstoffer finnes det?

Utsagn som naturlige tilsetningsstoffer eller uten kunstige tilsetningsstoffer gir inntrykk av at produktet har bedre egenskaper enn andre produkter.

I tilsetningsstoff-forskriften er det ikke noe som kalles naturlige eller kunstige tilsetningsstoffer. Et tilsetningsstoff er alltid prosessert i større eller mindre grad, og forekommer ikke som sådan i naturen. Påstander om at tilsetningsstoffer er naturlige, fremstår som forvirrende for forbruker, og er villedende.

Eksempel

- Det vil være villedende å skrive ikke tilsatt kunstige tilsetningsstoffer på en plantemargarin, da produktet ikke kan fremstilles industrielt om man ikke har en emulgator som hindrer at produktet skiller seg.

3.2.1 Bestemmelser om naturlig

Bruk av begrepet naturlig som en del av betegnelsen på en matvare, en ingrediens, eller som en påstand, er regulert i noen forskrifter. Det vil si at det i disse tilfellene er tillatt å bruke ordet i merkingen under gitte forutsetninger.

Naturlig aroma som en ingrediens

Naturlig aroma er regulert i forskrift om aroma og næringsmiddelingsrediens med aromagivende egenskaper til anvendelse i og på næringsmidler. Definisjonen lyder: *«naturlig aromastoff» et aromastoff som er framstilt ved egnede fysiske, enzymatiske eller mikrobiologiske prosesser av stoffer av vegetabilsk, animalsk eller mikrobiologisk opprinnelse, enten i uendret tilstand eller bearbeidet med sikte på konsum ved en eller flere tradisjonelle prosesser for bearbeiding som omhandles i vedlegg II. Naturlige aromastoffer er identiske med stoffer som naturlig forekommer og er blitt identifisert i naturen,»*

For å sikre at forbrukerne ikke villedes, kan aromastoffer eller aromapreparater bare merkes som naturlige hvis de oppfyller visse kriterier,

- Aromastoffer eller aromapreparater skal kun merkes som naturlige hvis de aromagivende bestanddelene utelukkende (eller minst 95 %) er av naturlig opprinnelse. De resterende 5 % skal også være fra en naturlig kilde.
- Naturlig kan bare brukes for å beskrive aroma hvis den aromagivende komponenten kun inneholder naturlige aromastoffer og/eller aromapreparater.

- Naturlig aroma kan ikke brukes om andre undergrupper av aromaer, slik som reaksjonsaromaer, røykaromaer, aromaforløper, eller næringsmiddelingsrediens med aromagivende egenskaper.

Naturlig mineralvann

Naturlig mineralvann er regulert i forskrift om naturlig mineralvann og kildevann. Naturlig mineralvann er i forskriften definert som: *vann av god mikrobiologisk kvalitet med opphav i en grunnvannsforekomst og som uttas gjennom ett eller flere naturlige eller kunstige utspring.*

Naturlig mineralvann er vann som kommer fra en underjordisk kilde (grunnvannsreservoar), beskyttet mot forurensning og som har sin naturlige renhet i behold. Vannets egenskaper og sammensetning skal ikke endres over tid. Et rikt innhold av mineraler og sporstoffer er et av kjennetegnene ved naturlig mineralvann.

Naturlig mineralvann eller kildevann tilsettes noen ganger andre stoffer, som for eksempel smak, fiber eller søtstoff. Produktet kan da ikke betegnes som naturlig mineralvann eller kildevann, men er å betrakte som en leskedrikk.

Naturlig brukt i ernæringspåstander

Bruk av begrepet naturlig sammen med en ernæringspåstand, er regulert i forskrift om ernærings- og helsepåstander om næringsmidler. Vilkåret for denne bruken er regulert i vedlegget i denne forordningen. «*Dersom et næringsmiddel naturlig oppfyller vilkårene i dette vedlegg for bruken av en ernæringspåstand, kan uttrykket «naturlig» brukes i tilknytning til påstanden*».

Eksempel

- en pakke hvetekli kan merkes «med et naturlig høyt kostfiberinnhold»

En påstand om at et næringsmiddel ikke er tilsatt sukker, kan bare framsettes dersom produktet ikke er tilsatt monosakkarider, disakkarider eller andre næringsmidler på grunn av deres søtende egenskaper. Dersom sukkeret forekommer naturlig i næringsmiddelet, kan også følgende angivelse finnes på etiketten: «med et naturlig innhold av sukker».

Påstanden «naturlig» kan bare brukes som et tillegg til de andre tillatte påstandene oppført i vedlegget til forordningen. De generelle villedningsbestemmelsene i påstandsforordningens artikkel 3 og i matinformasjonsforordningens artikkel 7 vil kunne gjelde også ved bruk av påstanden naturlig. Se mer om dette i veilederen til påstandsregelverket¹⁹.

3.3 Negative uttrykk og påstander

Forbrukerne skal få god informasjon om hva matvaren inneholder ved å lese på pakningen. De ingrediensene som er benyttet til produksjon av matvaren, skal etter hovedregelen alltid angis i ingredienslisten. Dette omfatter også tilsetningsstoffer og aromaer.

¹⁹ [Veileder](#) til påstandsforskriften og påstandsforordningen

Som et utgangspunkt er det ingen god grunn for at det i merkingen skal angis hva som ikke er i matvaren. Dette kan være mer forvirrende enn opplysende. Det kan skape tvil hos forbrukeren når noen matvarer er merket «fri for ...», mens andre tilsvarende matvarer ikke er det.

Begreper som «fri for...», «uten...» og «...fri» kan kalles negative påstander. Uttrykk som «uten ...» og «fri for ...» bør brukes med forsiktighet. Negative påstander vurderes på lik linje med enhver annen påstand om en matvare. Hvis slike uttrykk likevel anvendes, må bruken være korrekt og ikke villedende.

For at et produkt skal kunne merkes med en påstand som «... fri» e.l. må påstanden være relevant for matvaregruppen. Dette innebærer at andre lignende produkter vanligvis inneholder det stoffet eller den ingrediensen den negative påstanden handler om.

Artikkel 7 nr. 1 bokstav c) i matinformasjonsforordningen sier at merkingen ikke skal være villedende særlig *ved at det gis inntrykk av at næringsmiddelet har særlige egenskaper, når alle lignende næringsmidler har de samme egenskapene, særlig ved at forekomsten eller fraværet av visse ingredienser og/eller næringsstoffer framheves.*

Matvaren skal vurderes opp mot andre lignende produkter. Inneholder andre lignende produkter ingrediensen eller stoffet du påstår at ditt produkt er fritt for?

Eksempel

- «Surdeigbrød uten gjær». Er et brød bakt med surdeig, vil det være feil å merke det med «uten gjær». Surdeig inneholder gjær, og merkingen vil derfor være villedende.
- «Uten melk». Noen matvarer inneholder bestanddeler fra melk, f.eks. kasein, kaseinat eller laktose, men ikke melk som sådan. Da vil det være feil å merke «uten melk».

Uten tilsetningsstoffer

Hvilke forventninger skapes hos forbrukeren hvis et produkt merkes med «uten tilsetningsstoffer»? Det kan da lett trekkes den slutningen at alle andre produkter som ikke har denne type merking, inneholder et eller flere tilsetningsstoffer. Noen produkter merkes også med utsagn som «uten konserveringsmidler» eller «uten fargestoff».

Det er noen forutsetninger som i det minste må være oppfylt for bruken av slike begreper.

- At tilsetningsstoffet(ene) er tillatt for matvaren, jf. forskrift om tilsetningsstoffer
- At det på markedet finnes andre matvare av samme type som inneholder det/de aktuelle tilsetningsstoffene.

Eksempel

- Det er ikke tillatt å tilsette fargestoffer til juice. Derfor kan ikke juice merkes med «uten farge».
- Uttrykket «helt uten tilsetningsstoffer» kan få forbrukerne til å tro at produktet avviker fra andre produkter, selv om lignende produkter også er uten tilsetningsstoffer.

Negativ merking av allergener

Allergikere må være ekstra bevisste på hvilke matvarer de spiser, ellers kan det få store helsemessige konsekvenser. Det er følgelig essensielt at merkingen av allergener er korrekt.

Allergener er stoffer eller produkter som forårsaker allergier eller intoleranse. Allergene ingredienser skal være fremhevet i ingredienslisten. Dette kravet skal bidra til at forbrukere med allergier og intoleranser får informasjon slik at de kan ta velbegrunnede valg.

Negativ allergenmerking er lite ønskelig, og gjøres i noen tilfeller i strid med regelverket. Det er villedende å fremheve en egenskap ved en matvare når alle andre lignende matvarer har faktisk har de samme egenskapene. Dermed vil det ikke være god opplysningspraksis å skrive «uten ...» hvis alle andre tilsvarende matvarer heller ikke inneholder dette allergenet.

Hvis virksomheten trekker ut enkelte og vilkårlig valgte ingredienser, for å opplyse om fraværet av allergener, kan dette medføre at forbrukeren går glipp av viktig informasjon fordi de ikke leser ingredienslisten.

Hvis en soyaallergiker ikke finner opplysningen «uten soya» på et produkt, hvilke slutning kan han da trekke?

- Vil han gå ut fra at alle andre produkter som ikke har denne typen merking, inneholder soya?
- Medfører denne negative allergenmerkingen at han ikke leser ingredienslisten?

Fordi negativ allergenmerking generelt ikke er regulert, er det ikke mulig for forbruker å trekke noen allmenngyldige konklusjoner ut fra merkingen. Hvis alle produsenter følger opp fremgangsmåten som er bestemt, så vil forbruker vite at han alltid må lese ingredienslisten for å få relevant informasjon.

3.3.1 Bestemmelser om «... fri»

Bruken av begrepet «fri...» er særlig regulert i visse tilfeller hvor det er viktig at forbrukeren kan stole på at opplysningen er korrekt.

For matvarer til særskilte grupper og matvarer som frivillig merkes med ernæring- og helsepåstander, er det egne regler om bruk av slike påstander.

Eksempler på ernæringspåstander er: energifri, fettfri, uten tilsatt sukker, uten tilsatt salt. Vilkårene for å merke med slike påstander er gitt i forskrift om ernæring- og helsepåstander, se vedlegg til forordning (EF) nr. 1924/2006.

Eksempel

- «Sukkerfri». Saft inneholder naturlige sukkerarter fra frukt eller bær. Man kan derfor ikke si at saften «inneholder ikke sukker» eller er «sukkerfri». Derimot kan påstanden «ikke tilsatt sukker» brukes på en saft som er produsert uten tilsetning av sukker.

Påstanden «sukkerfri» kan brukes når produktet ikke inneholder mer enn 0,5 g sukkerarter per 100 g eller 100 ml.

Glutenfri og laktosefri

For å merke med «glutenfri» må sammensetningen av produktet oppfylle kravene i glutenforordningen som er tatt inn i matinformasjonsforskriften²⁰. I tillegg må påstanden «glutenfri» være relevant for produktet. Produkter med mer enn 20 mg/kg og mindre enn 100 mg/kg gluten, kan merkes med «svært lavt gluteninnhold». Det er ikke anledning til å gi opplysninger om innhold eller fravær av gluten på andre måter.

Det er ikke utarbeidet regelverk for sammensetning og merking av laktosefrie matvarer. Det er følgelig ingen forskriftsfestede grenseverdier for hvor mye laktose slike produkter maksimalt kan inneholde, slik som det er for gluten. En felles nordisk retningslinje med anbefalinger²¹, brukes veiledende²². Denne retningslinjen er brukt nordisk siden 1993, dvs. at det er en godt innarbeidet praksis.

I denne retningslinjen sies det at laktosefrie næringsmidler i prinsippet skal være fri for laktose. På grunn av analyseusikkerhet godtas likevel et innhold opp til 10 mg laktose per 100 g matvare (slik matvaren er solgt til forbruker).

Eksempel

- Frisk frukt og grønt samt uforedledede produkter av kjøtt og fisk, inneholder aldri gluten eller laktose. Derfor vil det være villedende å merke slik produkter med «glutenfri» eller «laktosefri». Det er heller ikke anledning til å skrive «naturlig glutenfri» eller «inneholder ikke gluten».
- Det er ikke vanlig å bruke glutenholdige ingredienser i middagspølser. Det er følgelig ikke grunnlag for å merke slike pølser med «glutenfri».
- Normalt brukes ikke glutenholdige og laktoseholdige ingredienser i «salatskinke». Det er følgelig ikke grunnlag for å merke «salatskinke» med «glutenfri» eller «laktosefri».

Hvor «fri for ...» må matvaren være?

Ved bruk av påstander om fravær av en ingrediens eller et stoff, må forbrukeren være sikret at matvaren så langt som mulig er fri for den aktuelle komponenten. Dette er svært viktig for personer som ikke tåler enkelte ingredienser eller stoffer. Det samme kan gjelde for personer som av livssynsmessige årsaker ikke spiser enkelte matvarer.

For noen produkter er det i regelverket definert hvor høyt det maksimale innholdet av det aktuelle stoffet kan være. F.eks. mengden koffein i koffeinfri kaffe (forskrift om kaffe- og sikoriekstrakter), mengden alkohol i alkoholfri vin (alkoholoven) eller natrium ved bruk av begrepet saltfri (forskrift om ernærings- og helsepåstander). Vi viser også til «Veiledning om toleranser for næringsstoffverdier angitt på etiketter»²³.

3.4 Hjemmelaget, hjemmebakket og egen produksjon

Det finnes ingen rettslig definisjon av begrepet hjemmelaget. Etter ordlyden betyr det at et produkt er laget hjemme.

²⁰ Matinformasjonsforordningen artikkel 36 nr. 3 bokstav d) og vedlegg forordning (EU) nr. 828/2014.

²¹ Tema Nord 1993:557

²² [Mattilsynets informasjon om laktosefrie produkter](#)

²³ [Veiledning om toleranser for næringsstoffverdier angitt på etiketter](#)

I ulike sammenhenger har begrepet «hjemme ...» ulik valør. Er det positivt eller negativt at noe er hjemmesnekret, hjemmebakst, hjemmesydd, etc.? I vårt samfunn har det blitt et positivt ladet ord hva angår mat og matproduksjon. Det er på en måte et kvalitetsstempel som dermed bør rettferdiggjøres. Begrepet kan beskrive egenskaper ved en matvare. Det er derfor en del forutsetning knyttet til kvaliteten på produktet, som må oppfylles for bruken av dette ordet.

Hjemmelaget er ganske vagt. Når det står hjemmelaget på et produkt, hva forventer forbrukeren?

- at det ser hjemmelaget ut
- at det har andre/bedre ingredienser
- at det har færre eller ingen tilsetningsstoffer
- at det smaker hjemmelaget
- at det er laget på et privat kjøkken

Om bruken av begrepet hjemmelaget er egnet til å villed, må vurderes helhetlig ut fra det konkrete produktet. Begrepet kan brukes om produksjonsstedet eller metoden for produksjon. Det kan også benyttes for å beskrive smak, konsistens og kvalitet på produktet. Det vil variere fra produkt til produkt om hva som kan ansees som «hjemmelaget».

Mattilsynet mener at ordet hjemmelaget kan benyttes også i tilfeller hvor produktet ikke bokstavelig talt er laget hjemme på kjøkkenet hos noen. Det kan være kvaliteter ved produktet eller produksjonsmåten, som gjør at det i enkelte tilfeller kan være akseptabelt å bruke et slikt utsagn.

Ingredienser og utseende

En type matvare kan ha ulik sammensetning, dvs. inneholde mer eller mindre av visse ingredienser. Det kan f.eks. være ulik mengde og type fisk i fiskekaker. Likeledes kan krydringen, formen og konsistensen på fiskekakene variere.

Det forventes at produkter som markedsføres som hjemmelaget, består av ingredienser som er sammenlignbare med de som brukes i oppskrifter ved småskalaproduksjon eller tillaging i hjemmet. Dvs. at det brukes lite tilsetningsstoffer som fortykningsmidler, smaksforsterkere og fargestoffer. Råvarene bør være friske og av god kvalitet. Syltetøy merket med «hjemmelaget» er forventet å ha en høyere prosentandel bær og frukt enn andre sammenlignbare produkter.

Knekkebrød og flatbrød kan ha en mer uregelmessig form og overflate når de omsettes som hjemmebakst. Dette kan forbrukeren oppfatte som en positiv egenskap.

Syltetøy, potet- og rotmoser forventes å inneholde biter av råvarene. Dette gir produktene grovere struktur og et mer hjemmelaget preg.

Ved bruk av hjemmelaget på retter på serveringssteder, må man kunne forvente at den i hovedsak er laget fra bunnen av på stedet.

Smak

For mange signaliserer ordet hjemmelaget, primært noe om smaken på en matvare. Det

forventes at slike matvarer har gode, rene og naturlige smaker fra råvarene. Kan det kanskje noe forenklet sies at matvaren smaker «mer»?

Omsetningssted

Forbrukerens forventninger til matvaren kan avhenge av hvor varen selges. Hjemmelaget syltetøy i særpregede glass med sløyfe, solgt på matmarked av produsenten, gir andre forventninger enn syltetøy som er merket med hjemmelaget, og solgt i alminnelig dagligvarebutikk. Omsetning på matmarked, spesialforretninger o.l. vil lettere kunne skape assosiasjoner til bedre råvarer, egne oppskrifter og mindre produksjonsvolum.

Hjemmelaget hamburger i en restaurantmeny vil skape forventninger til produktet. Forbrukeren kan bli skuffet og villedet, hvis hamburgeren egentlig er et masseprodusert produkt, tatt rett fra fryser, lagt på grill og anrettet.

3.5 Fersk og ny

Ordet fersk brukt på mat har ingen klart definert betydning. I ordbøker sies det at fersk er et adjektiv som enten betyr at noe er *nytt eller nylaget*, eller at det *ikke er saltet*. Dette gir rom for mange tolkninger og ulik forståelse. I en del situasjoner kan det derfor være viktig for forbrukeren å få informasjon om hvorfor produktet merkes som ferskt.

Fersk brukt om matvarer kan bety forskjellig for ulike matvaregrupper og omsetningsform.

Eksempel

- ferskt brød selges vanligvis et døgn etter framstilling, dvs. at det er nybakt
- ferske reker innebærer at de er kokte, men ikke fryste
- fersk pasta i motsetning til tørket pasta
- fersk fisk i motsetning til saltet fisk
- ferskt lammelår i motsetning til røykt lammelår

Brøddvarer og konditorvarer, fisk og kjøtt er eksempler på ferske varer som ofte selges over disk. Ferske matvarer som omsettes hos en baker, i fiskebutikken eller kjøttdisken, er vanligvis ikke å anse som ferdigpakket. De må derfor ikke merkes på tilsvarende måte som ferdigpakkede matvarer. Selv om det ikke er obligatoriske krav til opplysninger, med unntak av allergener, er det krav om at også frivillig merking er korrekt og ikke villedende. Brukes ord som fersk, ny i markedsføringen, må denne bruken heller ikke villedende.

Hvis dere velger å kalle et produkt «ferskt», «ferskpresset», «nyrørt», «nybakt», «nysmurt», «ny» eller lignende, bør det ikke ha lang holdbarhet. Et «ferskt» brød bør selges innen et døgn etter at det er framstilt. Bær, derimot, kan ha et ferskt preg i flere dager, men det avhenger av sorten.

Bruk av konserveringsmidler er ikke nødvendigvis avgjørende. Brød bakes ofte med konserveringsmidler, de kan likevel omsettes som «ferske» når de er nybakte. Men dette må vurderes fra produkt til produkt.

Salgsstedet er også avgjørende. Det kan være forskjell på hva forbrukeren forventer på en kafé, og hva samme forbruker forventer i et supermarked. En «fersk» smoothie på en

frokostbar bør være tillaget kort tid før servering, men kjøper du en «fersk» smoothie på et supermarked, kan du ikke forvente dette.

Det er imidlertid en del ferske varer som omsettes som «ferdigpakkede produkter», og de kan ha ordet «fersk» i merkingen. Eksempel på det er fersk fisk som omsettes i forbrukerpakninger, og som er merket etter krav i matinformasjonsforskriften og kvalitetsforskrifter for fisk og fiskevarer.

3.5.1 Spesielt om fersk fisk, pasta m.m.

I hygieneregelverket er det definisjoner av «ferskt kjøtt²⁴» og «fersk fisk²⁵». Disse definisjonene er knyttet til hygiene og ikke til merking. Definisjonene samsvarer dårlig med den gjengse oppfattelsen av hva som er ferskt. Definisjonene er derfor uegnet brukt i vurderingen om villedning, men tas likevel med til orientering.

Ferdigpakket kjøtt og fisk som selges kan ha vært fryst. Slike produkter skal merkes etter kravene i matinformasjonsforordningen artikkel 9. Produktets betegnelse skal da ledsages av opplysningen «opptint»²⁶. Å merke produkter, som har vært fryst med at de er «ferske», er villedende. Eksempel reker som har vært frosne, skal ikke selges som «ferske» reker.

Fisk

Mye fisk og fiskevarer omsettes som fersk(e) og det er egne regler for hvilke opplysninger som skal gis for disse produktene, som fangst- og slaktedato. Slike produkter omsettes vanligvis ikke ferdigpakkede og faller derfor ikke inn under de vanlige merkebestemmelsene. De omtales ikke ytterligere her.

Regelverket inneholder ikke noen klar angivelse av hvor mange dager fisk kan ligge i butikk – enten den er ferdigpakket eller ikke. Om fisken fremstår som fersk for forbrukeren, avhenger av hvordan den har blitt oppbevart og håndtert i hele kjeden.

Kjøtt

Regelverket inneholder ikke noen klar angivelse av hvor mange dager kjøtt kan ligge i butikk – enten det er ferdigpakket eller ikke. Om kjøttet fremstår som ferskt for forbrukeren, avhenger av hvordan den har blitt oppbevart og håndtert i hele kjeden.

Brød

Ferskt, nybakt og nystekt kan benyttes på brøddvarer som blir solgt den dagen de er bakt. Ved omsetning kan bakervarer emballeres i større eller mindre grad. Om produktet skal ansees å være ferdigpakket, dvs. måtte følge alle kravene i matinformasjonsforordningen, eller ikke, vil være en vurdering fra produkt til produkt. Uansett om begrepet ferskt brukes på emballasjen eller på skilt, skal forbrukeren ikke villedes.

²⁴ «Ferskt kjøtt» defineres i hygieneregelverket som: kjøtt som ikke er behandlet på noen annen måte enn ved kjøling, frysing eller hurtigfrysing for å sikre holdbarheten, herunder kjøtt som er vakuumpakket eller pakket i kontrollert atmosfære,

²⁵ «Fersk fisk og fiskevarer» defineres i hygieneregelverket som: uforedlede fiskerivarer, hele eller bearbeidede, herunder produkter som er pakket under vakuum eller i en endret atmosfære, som ikke har gjennomgått noen annen behandling enn kjøling for å sikre holdbarheten.

²⁶ Forordning (EU) 1169/2011 vedlegg VI del A nr. 2

Brød som er bakt på deig som har vært frosset, kan merkes som ferskt eller nystekt. Også forbakt brød («bake-off») kan omsettes som ferskt eller nystekt, forutsatt at det blir opplyst om at det er et forbakt brød. Slike brød holder seg ferske i kortere tid enn vanlige brød.

Opptinte brødvarer kan ikke merkes som ferskt, nybakt eller nystekt.

Nysmurte rundstykker skal være tilberedt samme dag, og gjerne av nybakte rundstykker.

Juice

All juice lages ved pressing eller mosing av frukt, bær eller grønnsaker. Råvaren er fersk på pressetidspunktet. Juice som omsettes rett etter den er tillaget, kan med rette angis som nypresset eller ferskpresset.

Juice som ikke omsettes umiddelbart, vil vanligvis være pasteurisert, dvs. varmebehandlet. Det er stor variasjon på holdbarheten på juice.

Bruk av ordene ferskpresset og nypresset på emballert juice bør suppleres med en forklaring.

Pasta

Pasta er i Norge tradisjonelt omsatt i tørket form. I de senere årene har det kommet mange pastaprodukter på markedet som ikke er tørket i særlig grad. Disse omsettes gjerne med betegnelsen fersk. Fersk pasta har kort koketid og kort holdbarhet sammenlignet med vanlig tørket pasta.

Det er vanlig å omsette fersk pasta pakket i beskyttende atmosfære, noe som gir lengre holdbarhet. Likevel ansees denne pastaen som fersk, fordi den ikke er tørket.

3.6 Luksus og ekstra

I følge ordbøker betyr

- luksus: overdådighet, noe som er dyrt; forbruk ut over det rimelige og nødvendige.
- ekstra: ualminnelig, særlig; utenom, i tillegg til noe annet.

Det er vanskelig å si nøyaktig hva som skal til for at slike betegnelser skal kunne brukes uten at forbruker blir villedet. Dersom begrep som luksus og ekstra benyttes i merkingen bør det begrunnes.

Selges et produkt merket «ekstra» i en lavprisbutikk til en rimelig pris, bør forbruker kanskje justere sine forventninger om kvaliteten.

- Hva det er som gjør at dette produktet skiller seg fra andre produkter? Hvis matvaren ikke er av bedre kvalitet enn de fleste andre liknende produkter på markedet, vil det kunne være villedende å bruke en slik forsterkning.
- Skiller matvaren seg positivt fra andre tilsvarende produkter på markedet med hensyn til art, mengde av bestemte ingredienser eller fremstillingsmetoden?

Eksempel

- «luksus rekesalat», bør ha ekstra mye reker sammenlignet med andre rekesalater på markedet

- «luksussalami» bør lages av førsteklasses råstoff og ikke så mye fett
- «grove rundstykker» bør inneholde mye fullkornsmel og fiber. I følge Brødskala'n²⁷ skal det da være mer enn 51 % grovt mel.

Særlig om syltetøy

En matvare kan vanligvis ikke påstås å være et luksus- eller ekstra-produkt bare fordi det oppfyller en kvalitetsforskrift.

Begrepet «ekstra» er regulert i syltetøyforskriften:

- «Syltetøy ekstra» har høyere krav til frukt/bær enn «syltetøy».

«Marmelade» har ikke en tilsvarende regulering. Det er ingen betegnelse i forskriften som heter «marmelade ekstra». Er det brukt frukt i mye større mengder enn den minstekravet til marmelade i et produkt med betegnelsen «marmelade ekstra», vil det kunne være greit å bruke en tilleggsopplysningen ekstra eller luksus.

3.7 Tradisjonell, original, klassisk og gammeldags

Etter ordboken har disse ordene litt ulik betydning, men likevel noe til felles. Det er en beskrivelse av noe som har vart over tid og som er innarbeidet.

- Original - opprinnelig, ekte, som er slik det var fra først av
- Klassisk - typisk, som følger den opphavlige og tradisjonelle standarden for noe; (òg:) ren, harmonisk
- Gammeldags - preget av fortiden
- Tradisjonell - etter tradisjonen, innarbeidd, hevdvunnen (fra gammelt); som følger en viss tradisjon

Begrep som tradisjonell eller klassisk kan brukes i merkingen for å markere et skille mellom nyere og eldre produksjonsmetode eller resept. Dersom det ikke er egne forskrifter for matvaren, kan det være mulig å produsere produktet på ulike måter. Betegnelsen på matvaren kan kombineres med påstander som original, tradisjonell eller tilsvarende, dersom det kan sannsynliggjøres at matvaren er framstilt etter en tradisjonell oppskrift.

Det kan være nødvendig at det fremgår av merkingen hva det er ved akkurat dette produktet som medfører at du bruker ord som tradisjonell eller klassisk, for at forbruker ikke skal bli villedet.

Med original kan det mens en opprinnelig produksjonsmetode eller resept. Det skal da ikke være gjort nevneverdige endringer i resept eller produksjonsmetode.

Påstanden gammeldags, bør i utgangspunktet brukes bare dersom det kan dokumenteres at det er brukt en framstillingsmåte som er helt eller delvis forlatt i moderne produksjon eller at matvaren er produsert etter en gammeldags oppskrift.

Når det vurderes om en oppskrift er gammeldags, bør man se på oppskriftens alder. Det kan være rimelig å forvente få eller ingen tilsetningsstoffer i et produkt som merkes med etter gammeldags oppskrift.

²⁷ <http://brodogkorn.no/fakta/brodskalaen/>

3.8 Ekte og ren

I følge ordboken kan ordet ekte bety uforfalsket, ublandet, ren, opphavlig og typisk. Begrepet ren brukt om matvarer kan bety hygienisk eller ublandet, men kan også spille på miljømessige forhold.

Når dere bruker slike selgende uttrykk, bør det angis i merkingen hvorfor begrepet brukes.

Ekte

Bruk av betegnelsen ekte, impliserer at det finnes noen matvarer som er uekte. Ordet ekte brukt i forbindelse med en generisk (allmenn eller vanlig) betegnelse vil normalt være villedende. Ofte er bruken av ordet ekte overflødig og lite opplysende.

Noen matvarer har forskriftsfestede krav for å kunne merkes med en viss betegnelse, slik som f. syltetøy, sjokolade, honning og juice. Men de aller fleste matvarer har ikke slike krav, derfor kan de ha ulik sammensetning selv om de har samme betegnelse. Eksempler på dette er ketchup, landbrød, fiskepinner.

Noen matvarer merkes med betegnelsen «ekte» for å signalisere en merverdi ved produktet. I denne sammenheng brukes ikke betegnelsen ekte som en motsetning til uekte, men som en beskrivelse av et produkt slik det opprinnelig ble produsert. Det kan f.eks. være ekte wienerpølser i motsetning til pølser med andre karakteristika, eller ekte majones i motsetning til lettmajones. Hvis produsenten kan godtgjøre at produktet lages slik det alltid har vært gjort, så kan det i noen tilfeller forsvare bruken av ordet ekte.

En bruk av ordet ekte som et supplement til betegnelsen på matvarer, oppsto i en tid hvor det var dårligere tilgang på enkelte matvarer og hvor det var viktig å forhindre forveksling av matvarer med samme bruksområde. Et eksempel på dette er ekte smør i motsetning til margarin.

Eksempel

- Ekte pepperrot

Bruk av ordet ekte sammen med en generisk (allmenn) betegnelse, gir liten mening. For eksempel vil ekte pepperrot være villedende. Pepperrot er pepperrot, for ellers kan det ikke kalles pepperrot.

- Ekte vanilje

Produkter med smak av vanilje, kan få denne smaken ved tilsetning av etylvanillin eller ved bruk av vaniljestang. Vanilje aroma kan fremstilles fra vanilje eller lages syntetisk. I praksis brukes mange ulike kombinasjoner og varianter for å gi et produkt en smak av vanilje. Hva som er å anse som «ekte», er ikke så enkelt å avgjøre.

Iskrembransjen (Euroglaces) har en europeisk standard som sier at for å kunne bruke betegnelsen «ekte vanilje» så må produktet være smaksatt med kun naturlig vanilje i form av enten vaniljeekstrakt, vaniljekorn eller naturlig vanilje aroma, eventuelt en kombinasjon av disse. Er smaken av vanilje fra aroma, eller aroma i kombinasjon med naturlig vanilje, så skal betegnelsen «vaniljesmak» brukes.

I mange år har det vært vanlig at produkter smaksatt med etylvanillin, har ordet vanilje- i betegnelsen f.eks. vaniljesaus. Dette er eksempel på en betegnelse som er brukt over lang tid og er kjent for forbruker. Mattilsynet mener at bruken er så

innarbeidet at den er akseptabel.

For å fremheve den ekstra kvaliteten produkter med vaniljestang har, er det vanlig å fremheve det i merking ved bruk av begrepet ekte vanilje. Disse matvarene kan gjenkjennes på de karakteristiske prikkene (vaniljefrøene). For å kunne merke på denne måten må det brukes vaniljestang.

- **Ekte majones**

For noen matvaregrupper er ordet ekte innarbeidet som en del av betegnelse på matvaren, som ekte majones. Dette er eksempel på en betegnelse som er brukt over lang tid og er kjent for forbruker. Bruk av ordet ekte i denne sammenheng mener Mattilsynet ikke er egnet til å villede forbrukerne.

- **Ekte honning og ekte smør**

Betegnelse smør og honning er regulert, i hhv. forskrift om kvalitet på melk og melkeprodukter, og forskrift om honning. Derfor er det egentlig helt unødvendig å supplere betegnelse «smør» og «honning» med ordet «ekte». Etter Mattilsynets mening er denne bruken så innarbeidet at forbrukerne ikke villedes.

Ren

Ren kan henspille både på hygiene, på råvarene og miljø. Etter Mattilsynets mening bør henvisningen til hygiene ikke brukes i merkingen av mat. All matvareproduksjon skal oppfylle kravene i hygieneregelverket.

Uttrykket ren bør brukes med varsomhet, da det hos mange forbrukere kan bidra til å skape tvil og bekymring for maten de spiser. Det kan virke som en del produsenter bruker begrepet ukritisk og grunnløst. Mattilsynet fraråder bruken av dette begrepet i hygiene- og miljøssammenheng. Men benyttes det, er særlig viktig at det i merkingen angis hvorfor begrepet brukes.

Eksempel

- **Rene råvarer**

Rene råvarer er et eksempel på bruk av ordet ren i merking.

Det er forbudt å omsette næringsmidler som ikke er trygge. Det forutsettes at alle matvarer som omsettes er trygge, de får med andre ord ikke inneholde stoffer som er skadelige for kroppen i større mengder enn hva som er tillatt og de får heller ikke være uegnet som matvare for mennesker.

- **Ren marsipan**

Dersom marsipan merkes med en påstand som «ren marsipan», må man forvente at det er snakk om et næringsmiddel som utelukkende er framstilt av mandler og andre ingredienser som melis. Det vil si at produktet ikke inneholder aprikoskjerner eller lignende.

3.9 100 %

Merking med 100 % på en matvare forutsetter at det virkelig er snakk om 100 % av varen. Likeledes må det forutsettes at det finnes lignende produkter som ikke har denne egenskapen. Bruken av begrepet fremstår lett som villedende og meningsløs.

Eksempel

- **100 % kjøtt**

Av og til sees merking med 100 % kjøtt på bl.a. fjørfekjøtt. Det vil være villedende å merke med 100 % kjøtt på kalkunkjøtt som er sprøytet med vann eller saltlake.

- **100 % melk**

Det vil være villedende å merke med 100 % melk på konsummelk, ettersom all konsummelk skal være 100 % melk.

- **100 % juice**

Det er tilsvarende som for melk, både unødig og misvisende, da det ikke skal finnes en motsvarende matvare, dvs. juice som ikke er 100 % juice. Dette er en merking som egentlig er villedende. Dersom kravene til juice i juiceforskriften ikke er oppfylt, kan ikke produktet betegnes «juice». Mattilsynet har likevel i likhet med mange andre land «akseptert» merkingen «100 % juice».

3.10 Delikatesseprodukter

I følge ordbøkene er delikatesse et begrep som beskriver finere mat eller matretter. Spesialvarer som gåselever, russisk kaviar og andre matvarer med særlige egenskaper. Man må kunne forvente at delikatesseprodukter er av bedre kvalitet enn gjennomsnittet på markedet, eller skiller seg ut pga produksjonsform eller tilgjengelighet. Begrenset tilgjengelighet medfører som regel høy pris.

Elementer som kan bidra til at matvaren kan merkes med ordet delikatesse:

- en høy prosentandel av den primære ingrediensen, f.eks. ekstra mange reker i en rekesalat. Dvs. godt over gjennomsnittet for innhold av reker i rekesalat på markedet
- kvalitetsråvarer, f.eks. hummer i en skalldyrsalat hvor det vanligvis brukes reker og kreps. Dvs. råvarer som skiller seg i kvalitet fra de mest alminnelig benyttede på markedet
- en særlig god oppskrift, f.eks. mye fersk ananas og eksotisk frukt i fruktsalaten

3.11 Gårdsnavn og gårdsmat

En del mat som omsettes, knyttes i merking og markedsføring opp mot gårdsdrift og landbruk. I noen tilfeller også opp mot setre, støler og seterdrift. En slik tilknytning i merking og omsetning kan villedende forbruker. Mange forbrukere har særlig forventninger til de nevnte ordene. Dette bør produsenten ta særlig hensyn til ved utformingen av merking og emballasje.

Begrepet gård brukes på to måter:

- ved at matvarer selges med ordet «gård» i navnet til produsenten, men produksjonen foregår ikke på en gård
- ved at matvarene er produsert på en gård.

Blir forbruker villedet?

Det har over flere år vært en økende trend å selge mat som er eller gir inntrykk av å være produsert i lokalmiljøet. Mange forbrukere har en særlig positiv holdning til denne type mat og matproduksjon. Det kan gi forbrukerne større utvalg av matvarer og bidra til økt produksjon og omsetning av tradisjonelle matspesialiteter.

Navnet til produsenten er en del av markedsføringen og bidrar til inntrykket forbrukeren får. Emballasjen og merkingen forøvrig vil også ha betydning for oppfatningen og forventningene. Vil bruk av tegninger av frittgående dyr, gårdsbygninger, stabbur og lignende, få forbrukeren til å tro at produksjonen foregår på en gård? Kommer råvarene i hovedsak fra gården eller lokalmiljøet? Eller er produksjonsmetoden eller oppskriften særegen for gården? Er produksjonen håndverksmessig og ikke stor?

- Kan produsenten innfri disse forventningene?
- Men enhver forventning hos forbrukeren skal ikke nødvendigvis innfris.

Hvis gårdstilknytningen brukes aktivt i merking og markedsføring, må den som er ansvarlig for merkingen vurdere om forbrukeren blir villedet. Det må foretas en konkret helhetsvurdering av om bruken av «gårdsbegrepet» er villedende.

4. Bruk av selgende uttrykk i restaurant

Også mat som omsettes ikke ferdigpakket f.eks. på kafeer, restauranter, kantiner og via hjemmesider, kan omsettes ved bruk av selgende uttrykk. I slike situasjoner skal også uttrykkene være riktige og ikke villedende forbruker.

Opplysninger om matvarer som omsettes på serveringssteder skal følge reglene for matinformasjon. Det er bare obligatorisk å gi skriftlige opplysninger om innholdet av allergener. Men også opplysninger som gis frivillig, skal følge de generelle reglene om i matinformasjon. F.eks. skal betegnelsene som brukes i menyen følge de vanlige reglene om bruk av betegnelse særlig på ingrediensene i rettene. Betegnelsen skal gi forbrukeren god nok informasjon til å ta et velbegrunnet valg og ikke bli villedet. Det vil være villedende å kalle en rett «kyllinggryte» hvis den er laget med høne.

Opplyses det på en café at juicen er «ferskpresset», så skal kunden kunne forvente at juicen er presset kort tid før servering.

Det er villedende å skrive hjemmelagede hamburgere i menyen, dersom hamburgerne blir mottatt ferdige fra fabrikk, og restauranten bare varmer dem opp for servering.

Dersom et produkt er laget fra bunnen av på restaurantkjøkkenet, så kan det merkes som hjemmelaget, f.eks. burger med hjemmelaget dressing.

5. Matinformasjonsforskriften

Regelverket for matinformasjon er det samme i hele EU/EØS-området. Forordning (EU) nr. 1169/2011 om matinformasjon til forbrukerne (matinformasjonsforordningen) er implementert i norsk rett gjennom forskrift 28. november 2014 nr. 1497 om matinformasjon til forbrukerne (matinformasjonsforskriften). Forskriften trådte i kraft 13. desember 2014, jf. § 8.

Matinformasjonsforskriften § 1 gjennomfører forordning (EU) nr. 1169/2011 om matinformasjon til forbrukerne i norsk rett. I veilederen viser vi bare til artiklene i matinformasjonsforordningen. Denne omtales ofte bare som «forordningen».

Bestemmelsene i matinformasjonsforordningen er i stor grad en videreføring, samling og oppdatering av tidligere bestemmelser om merking av næringsmidler, i tillegg til noen nye. Innholdet i den tidligere merkeforskriftens § 5 om prinsipper for merking, presentasjon og reklame, er videreført til artikkel 7 om god opplysningspraksis i matinformasjonsforordningen. En slik teknisk endring påvirker ikke forståelsen av god opplysningspraksis.

Her finner du mer om temaet merking: [Generelle krav til merking av mat](#)

De overordnede formålene med matinformasjonsregelverket er å sikre et høyt nivå for forbrukervern når det gjelder næringsmiddelopplysninger. I tillegg skal det sikre at det indre markedet fungerer tilfredsstillende, se artikkel 1 nr. 1 i matinformasjonsforordningen. Det å sikre et høyt nivå av forbrukervern, er ytterligere spesifisert i de øvrige bestemmelsene i matinformasjonsforordningen og i flere punkter i fortalen.

5.1 Påstandsforskriften kan også være relevant

Forskrift om ernærings- og helsepåstander regulerer bruken av slike påstander. Disse reglene kan også være relevante ved vurdering av god opplysningspraksis i merkingen av matvarer.

Lovgiver i EU/EØS har i påstandsregelverket regulert vilkårene for bruk av ernærings- og helsepåstander svært detaljert og svært strengt. De overordnede formålene med påstandsregelverket, er å sikre at det indre marked fungerer tilfredsstillende, samtidig som det sikres et høyt nivå av forbrukervern. Dette fremgår av påstandsforskriften § 1 jf. artikkel 1 nr. 1 i påstandsforordningen, flere punkter i fortalen til forordningen, samt andre bestemmelser i påstandsforordningen.

Forordningen sier at ernærings- og helsepåstander bare kan benyttes i merkingen, pakningsutformingen eller reklamen for næringsmidler, dersom de er i samsvar med bestemmelsene forordningen, jf. artikkel 3 første ledd. Videre sies det at ernærings- og helsepåstander ikke skal være uriktige, tvetydige eller villedende, jf. artikkel 3 annet ledd bokstav a).

Her finner du mer om påstandsforskriften/påstandsforordningen på mattilsynet.no.

5.2 Tilsyn etter matinformasjonsforskriften

Mattilsynets avdelinger fører tilsyn etter bestemmelsene i matinformasjonsforskriften, og kan fatte vedtak ved brudd på regelverket. Dette står i matinformasjonsforskriften § 5. Mattilsynet følger interne retningslinjer for tilsyn og virkemiddelbruk.

Tilsyn etter matinformasjonsforskriften gjennomføres ved enkeltstående inspeksjoner eller revisjoner. Det kan gjennomføres ved ordinært tilsyn eller som ledd i tilsynsprosjekter. Tilsynet kan omfatte dokumentkontroll, analyser, samt kontroll av merking og markedsføring.

Dersom kravene i matinformasjonsforskriften ikke oppfylles, vil virksomheten kunne bli pålagt å rette det som er feil. Dette kan innebære at merkingen må endres eller fjernes. Dette omfatter både emballasjen og annen markedsføring av produktet. Markedsføring inkluderer også virksomhetenes egne nettsider og bruk av eventuelle lenker til andre nettsider.

Det er felles merkeregler i hele EU/EØS-området

Matinformasjonsforordningen er en del av det felles regelverket vi har på det indre marked i EU/EØS-området. For denne type regelverk vil i utgangspunktet andre lands retts- og forvaltningspraksis tillegges vekt og virke veiledende for norsk forståelse av bestemmelsene.

Ved skjønnsmessige vurderinger må man se hen til det enkelte lands matkultur og tradisjon for produksjon. Tolkinger fra land med tilsvarende mattradisjoner som i Norge, vil kunne være relevante og tillegges vekt. Fortalen punkt 16 lyder: *Regelverket for næringsmiddelopplysninger bør være tilstrekkelig fleksibelt til å holde tritt med forbrukernes nye informasjonskrav og sikre likevekt mellom vern av det indre marked og forskjeller i forbrukernes oppfatninger i medlemsstatene.*

Avgjørelser fra domstoler og forvaltningen både i og utenfor Norge er nyttige å bruke for å vurdere villedning.

I markedsføringsloven brukes også begrepet villedning. Markedsrådets²⁸ avgjørelser kan derfor være relevante å se på.

EU kommisjonens spørsmål og svar, og andre lands veiledninger

Kommisjonen har utarbeidet et dokument²⁹, med spørsmål vedrørende forståelsen av matinformasjonsforordningens bestemmelser. Dokumentet har ingen formell rettskraft, men kan brukes som en veiledning.

Selv om det generelle regelverket for merking er likt i alle EØS-stater, er ikke alltid tolkningen i praksis av regelverkets krav om «god opplysningspraksis» den samme.

²⁸ <http://www.markedsradet.no/>

²⁹ https://ec.europa.eu/food/sites/food/files/safety/docs/labelling_legislation_qanda_application_reg1169-2011_en.pdf