

Merkesjekken 2014 – Mattilsynet ser på hverdagsmaten

Sluttrapport 13. november 2014

Statens tilsyn for planter, fisk, dyr og næringsmidler



foto:colourbox

Mattilsynets nasjonale tilsynskampanje for merking av ferdigpakkede matvarer.

Innholdsfortegnelse

1	Sammendrag.....	3
2	Bakgrunn og gjennomføring	4
2.1	Mål	4
2.2	Organisering.....	4
2.3	Omfang	4
2.4	Gjennomføring	5
2.4.1	Tilsyn	5
2.5	Regelverksgrunnlaget	5
2.5.1	Merking	6
3	Resultater fra merkevurderingene	6
3.1	Antall merkevurderinger	7
3.2	Merkevurderinger fordelt på matvaregrupper.....	8
3.3	Detaljert vurdering.....	9
3.3.1	Varebetegnelse villedende	10
3.3.2	Mengdeangivelse mangelfull.....	11
3.3.3	Illustrasjoner misvisende	12
3.3.4	Språk	13
3.3.5	Ingrediensliste mangelfull.....	13
3.3.6	Krav om tilleggsangivelser.....	15
3.3.7	Merkekrav særforrifter	16
3.4	Fordeling på produktgrupper	17
3.5	Virkemiddelbruk	18
3.6	Vurdering av resultater	19
3.7	Endringer 2013-2014.....	19
4	Konklusjon.....	20
5	Vedlegg - Liste over produkter.....	20

1 Sammendrag

Mattilsynet har gjennomført kampanjen *Merkesjekken 2014 – Mattilsynet ser på hverdagsmaten*. Det overordnede målet er å bevisstgjøre matprodusentenes ansvar for å gi korrekt informasjon om matvarene og dermed sikre at forbrukerne ikke blir villedet av merkingen.

Kampanjen har omfattet ferdigpakkede matvarer og drikker som er sentrale i handlekurven. Tilsynet ble gjennomført i perioden april, mai og juni. Resultatene fra kampanjen er basert på et relativt lite antall produkter sett i forhold til hva som finnes på markedet.

Følgende emner ble kontrollert:

- Varebetegnelse
- Mengdeangivelse av ingredienser (QUID- kvantitativ ingrediensmerking)
- Illustrasjoner som bilder og tegninger
- Språk
- Ingrediensliste
- Tilleggsangivelser ved særlige behandlingsmåter
- Merkekrav i særfor skrifter

Av 495 enkeltprodukter ble det påvist feil i merkingen ved 270 produkter.

De to sjekkpunktene med flest funn var mangelfull ingrediensliste (158) og mangelfull mengdeangivelse av ingredienser (130).

- I sammensatte matvarer er det krav om å merke med ingrediensliste. Bestemmelsene om ingrediensmerking omfatter en rekke detaljerte krav. Det var i denne kategorien flest overtredelser på at ingrediensmerkingen ikke stemte med resept.
- Når en ingrediens eller kategori av ingredienser fremheves i et produkts merking, i tekst eller illustrasjoner, skal prosentvis mengde angis (QUID).

Tre sjekkpunkter var også omfattet av kampanjen *Villedende merking* i 2013, og de to kampanjene sett i forhold til hverandre viser:

- Villedende varebetegnelse er redusert fra 19 % i 2013 til 8 % i 2014.
- Misvisende illustrasjoner er tilnærmet likt.
- Mangelfull mengdeangivelse av ingredienser har økt fra 23 % til 26 %.

Merking er et område som virksomhetene har problemer med å håndtere. Det avspeiler resultatet av årets kampanje også, i det 2 av 3 virksomheter hadde produkter som ikke overholdt merkekravene. Det er derfor viktig fortsatt å ha stort fokus på merking i bransjen.

Kampanjen viser at virksomhetene bør gå gjennom og forbedre sine rutiner for å sikre at de har et system som sørger for at merkingen er i samsvar med gjeldende regelverk.

2 Bakgrunn og gjennomføring

Formålet med merking av matvarer er å sikre forbrukerne tilstrekkelig og korrekt informasjon med hensyn til næringsmidlers art, sammensetning og egenskaper. Merkingen skal ikke være egnet til å villede forbrukeren eller være slik utformet at den skaper uberettiget konkurransefortrinn for virksomhetene.

Tidligere års tilsyn, prosjekter og kampanjer har vist at mange virksomheter ikke behersker kravene til merking av matvarene. Kampanjen *Villedende merking* i 2013 viste at mange virksomheter bør gjennomgå sine rutiner for bedre merking av mat. Kampanjen bidro til mer oppmerksomhet på tilsyn med villedende merking i Mattilsynet. Arbeidet følges opp med mer opplæring, informasjon og veiledning.

2.1 Mål

Det overordnede målet med denne kampanjen er å bevisstgjøre virksomhetene deres ansvar for å gi korrekt informasjon om matvarene og dermed sikre at forbrukerne ikke blir villedet av merkingen på matvarene.

2.2 Organisering

Kampanjeansvarlig	Atle Wold, Seksjonsleder, Hovedkontoret.
Kampanjeleder	Anne-Pia Lødemel, Hovedkontoret
Arbeidsgruppe	Eva Lillebakken, HK Seksjon animalsk mat Sylvi Anita Olsen, HK Seksjon fisk og sjømat Ingunn Haavi Finstad/Erik Nordby Karlsen, HK Stab Kommunikasjon Ingrid Røine, HK Seksjon omsetning til forbruker
Ressursgruppe	Helga Fossum, Regionkontoret Hedmark og Oppland Torgeir Flatebø, Regionkontoret Hordaland, Sogn og Fjordane Anne Dorte Halberg, Regionkontoret Rogaland og Agder Signe Sem, Regionkontoret Buskerud, Vestfold og Telemark Aina K. Svenneby, Regionkontoret Oslo, Akershus og Østfold Andreas Otlo og Kjell Jostein Grøtan, Regionkontoret Trøndelag, Møre og Romsdal Tore Nicolaysen, Regionkontoret Nordland Rodica Popescu, Regionkontoret Troms og Finnmark

2.3 Omfang

Kampanjen omfattet matvarer som inngår i det daglige kostholdet. Det lokale tilsyn avgjorde selv hvilke virksomheter og produkter som ble en del av kampanjen med fokus på antatt regelbrudd innenfor rammen av produktkategorier. Kampanjeresultatene er derfor ikke nødvendigvis representative for matvarer generelt i norske butikker.

Kampanjen omfattet følgende punkter:

- Varebetegnelse
- Mengdeangivelse av ingredienser (QUID- kvantitativ ingrediensmerking)
- Illustrasjoner som bilder og tegninger
- Språk
- Ingrediensliste

- Tilleggsangivelser ved særlige behandlingsmåter
- Merkekrav i særforordninger

2.4 Gjennomføring

Merkesjekken 2014 er en nasjonal kampanje og alle Mattilsynets 8 regioner har deltatt i arbeidet. Tilsynet er gjennomført ved merkekontroll av matvarenes emballasje, inkludert sammenligning med resepter (oppskrifter).

Kampanjemateriell ble utarbeidet og opplæring gjennomført før kampanjestart 1. april.

2.4.1 Tilsyn

Tilsynet er gjennomført ved kontroll av merkingen på matvaren tatt ut hos produsenter og importører. I butikk er kontrollen begrenset til matvarer der butikken selv er ansvarlig for merkingen. Merkestilsynet er gjennomført ved uttak av produkter i de virksomhetene der produktet ender i sin endelige emballasje. Unntatt fra dette er importerte ferdigpakkede forbrukerpakninger, som er tatt ut hos importør.

For mange større konsern er utarbeidelsen av merkingen lagt til konsernets hovedkontor, både for egne produkter og produkter som importeres eller produseres/blandes/pakkes hos andre virksomheter. Disse hovedkontorene har i kampanjen mottatt kopi av vedtak som er rettet mot underliggende anlegg eller leieprodusent.

I løpet av kampanjeperioden fra 1. april til 30. juni var målet å få gjennomført 30 til 50 merkevurderinger i hver av de 8 regionene.

2.5 Regelverksgrunnlaget

Matloven og forskrifter gitt med hjemmel i denne danner grunnlaget for krav som stilles til produksjon, sammensetning og merking av matvarer.

Matloven:

Lov 19. desember 2003 nr. 124 om matproduksjon og mattrygghet, spesielt § 5 og § 10.

Merkeforskriften:

Forskrift 21. desember 1993 nr. 1385 om merking mv av næringsmidler, spesielt § 5, §§ 9-13 og § 15.

Kvalitetsforskrifter:

I tillegg er har vi lagt til grunn relevante kvalitetsforskrifter med krav til merking. Oversikt finnes på Mattilsynets nettsider¹.

Virksomhetene skal sørge for at relevante bestemmelser etterleves (matlovens § 5) og merkingen er korrekt, gir mottaker tilstrekkelig informasjon og ikke er egnet til å villedes (matlovens § 10).

Mange virksomheter merker sine produkter etter de kommende merkereglene i Matinformasjonsforordningen - forordning (EU) nr. 1169/2011. Kampanjen har derfor omfattet sjekkpunkter som ikke endres med Matinformasjonsforordningen.

¹ http://www.mattilsynet.no/mat_og_vann/merking_av_mat/kvalitetsbestemmelser/?subTopic=515&s=forskrifter

2.5.1 Merking

Formålet med merking av matvarer er å sikre forbrukerne tilstrekkelig og korrekt informasjon med hensyn til næringsmidlers art, sammensetning og egenskaper (merkeforskriftens § 2).

Dessuten - merkingen skal ikke være egnet til å villede (merkeforskriftens § 5).

Merkeforskriften gjelder for alle næringsmidler bestemt for omsetning. Merkeplikten (merkeforskriftens § 4) omfatter konkrete bestemmelser hva som skal være angitt på en matvare som: varebetegnelse, ingrediensliste, nettoinnhold, holdbarhet, oppbevaring og anvendelse, kvantitativ ingrediensmerking osv.

I tillegg finnes det bestemmelser for matvaregrupper som blant annet syltetøy, juice, ost, kjøtt. I det regelverket er det tilleggskrav til merking av produktene, og til bruk av de varebetegnelsene som defineres i de respektive forskriftene.

Merkeforskriftens og kvalitetsforskriftenes bestemmelser er i det vesentlige tekniske, konkrete bestemmelser. Brudd på disse kravene kan også oppfattes som egnet til å villede forbrukerne. Det gjelder om varebetegnelsen gir et uriktig inntrykk av varens innhold, eller at en ingrediens fremheves i tekst eller illustrasjoner uten konkret mengdeangivelse av disse ingrediensene.

Det bør generelt være en tilstrekkelig sammenheng mellom bilder, ord, forventninger til produktet samt innhold i produktet. For å ta stilling til om noe er villedende, må både tekst og illustrasjoner legges til grunn for vurderingen.

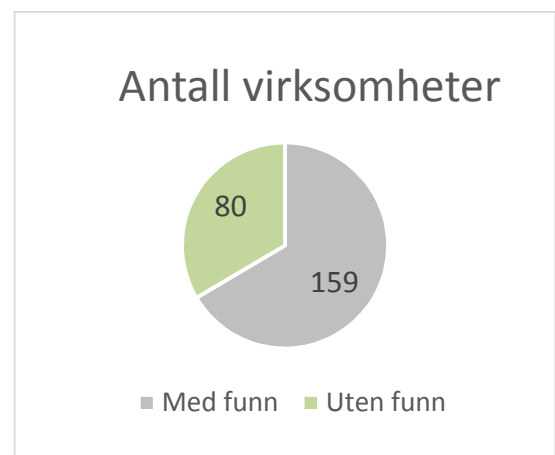
Forbrukerne skal kunne ta informerte valg, og villedende merking kan medføre valg av andre produkter enn de ellers ville ha valgt.

3 Resultater fra merkevurderingene

Resultatene som presenteres i dette kapitlet viser status på produktene på det tidspunktet tilsynet ble gjennomført.

Totalt er 495 produkter fra 239 virksomheter vurdert, og hos 159 av disse hadde Mattilsynet merknader til merkingen av ett eller flere produkter.

Figur 1 viser at 2 av 3 virksomheter som Mattilsynet kontrollerte hadde feil i merkingen på ett eller flere produkter.



Figur 1 Antall virksomheter i undersøkelsen

3.1 Antall merkevurderinger

Totalt ble det vurdert 495 produkter i kampanjen. Liste over alle produktene er gjengitt i vedlegget til denne rapporten. I rapporten er det vist til noen eksempler på produkter hvor det er funnet brudd på regelverket. Det er angitt referansenummer til produktet i vedlegget.

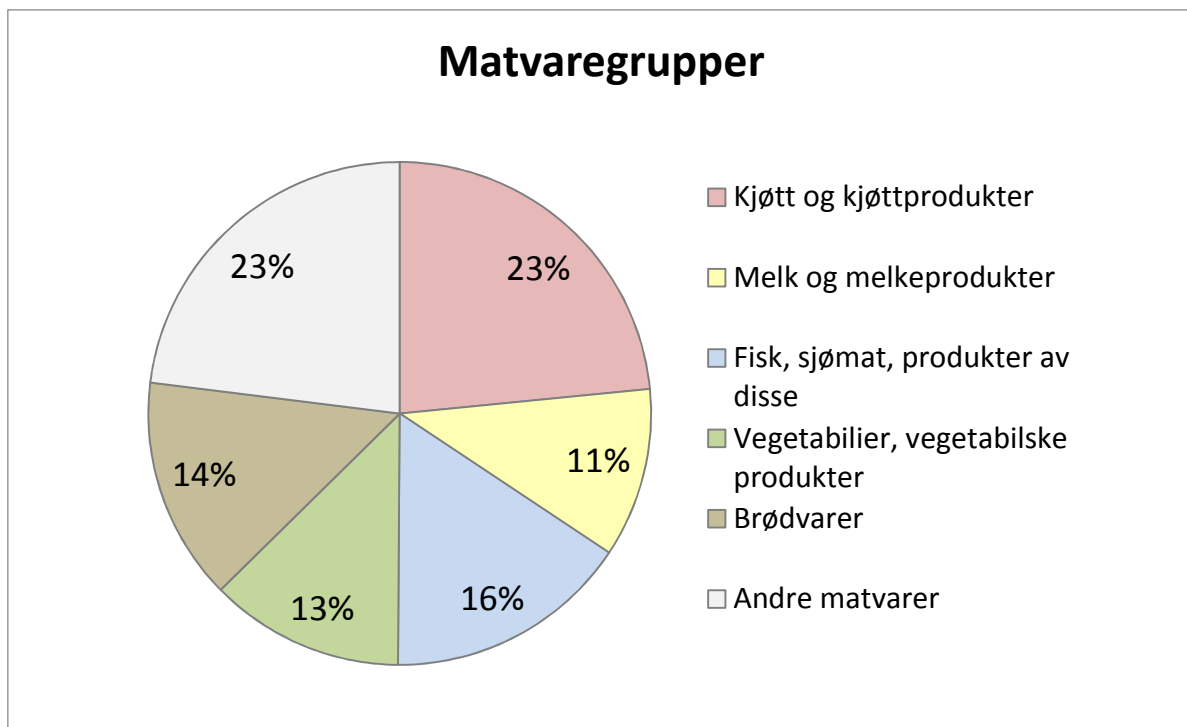
Begrep brukt i vedlegg og rapport:

- *Funn* omfatter følgende seks kategorier: Varebetegnelse villedende, mengdeangivelse mangelfull, illustrasjoner misvisende, språk ikke tilfredsstillende, ingrediensliste mangelfull, tilleggsangivelse mangelfull og særkrav ikke oppfylt.
- *Ingen merknad* innebærer at det ikke er påvist brudd på de merkekravene som omfattes av denne kampanjen.

Kampanjen omfattet i utgangspunktet alle matvaregrupper. Det ble ikke gitt føringer om fordeling, og resultatet viser at det er vurdert produkter innen alle gruppene.

Tabell 1 Vurderte produkter

Matvaregruppe	Antall	Andel
Kjøtt og kjøttprodukter	116	23 %
Melk og melkeprodukter	54	11 %
Fisk, sjømat, produkter av disse	78	16 %
Vegetabilier, vegetabiliske produkter	62	13 %
Brøddvarer	71	14 %
Andre matvarer	114	23 %
Totalt	495	100 %



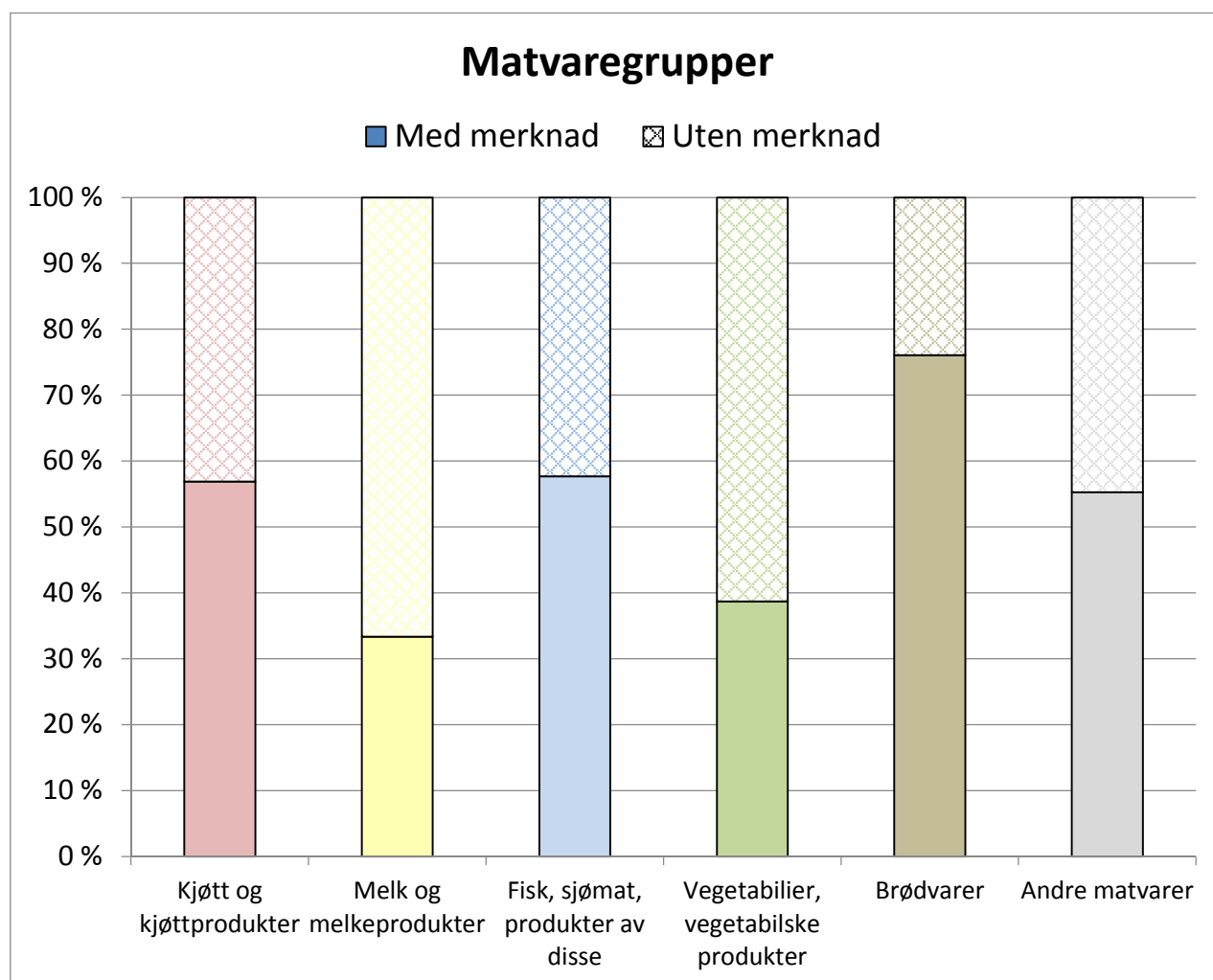
Figur 2 Vurderte produkter

3.2 Merkevurderinger fordelt på matvaregrupper

Produkter angitt «Med merknad» omfatter produkter hvor det er funnet brudd på ett eller flere kriterier omfattet av kampanjen. Det var færrest merknader på melk- og melkeprodukter, men selv i denne gruppen var det merknader på 33 % av produktene.

Tabell 2 Matvaregrupper

Matvaregruppe	Med merknad		Uten merknad	
	Antall	Andel	Antall	Andel
Kjøtt og kjøttprodukter	66	57 %	50	43 %
Melk og melkeprodukter	18	33 %	36	67 %
Fisk, sjømat, produkter av disse	45	58 %	33	42 %
Vegetabilier, vegetabiliske produkter	24	39 %	38	61 %
Brødvarer	54	76 %	17	24 %
Andre matvarer	63	55 %	51	45 %
Totalt	270	55 %	225	45 %



Figur 3 Andel produkter med merknad(er)

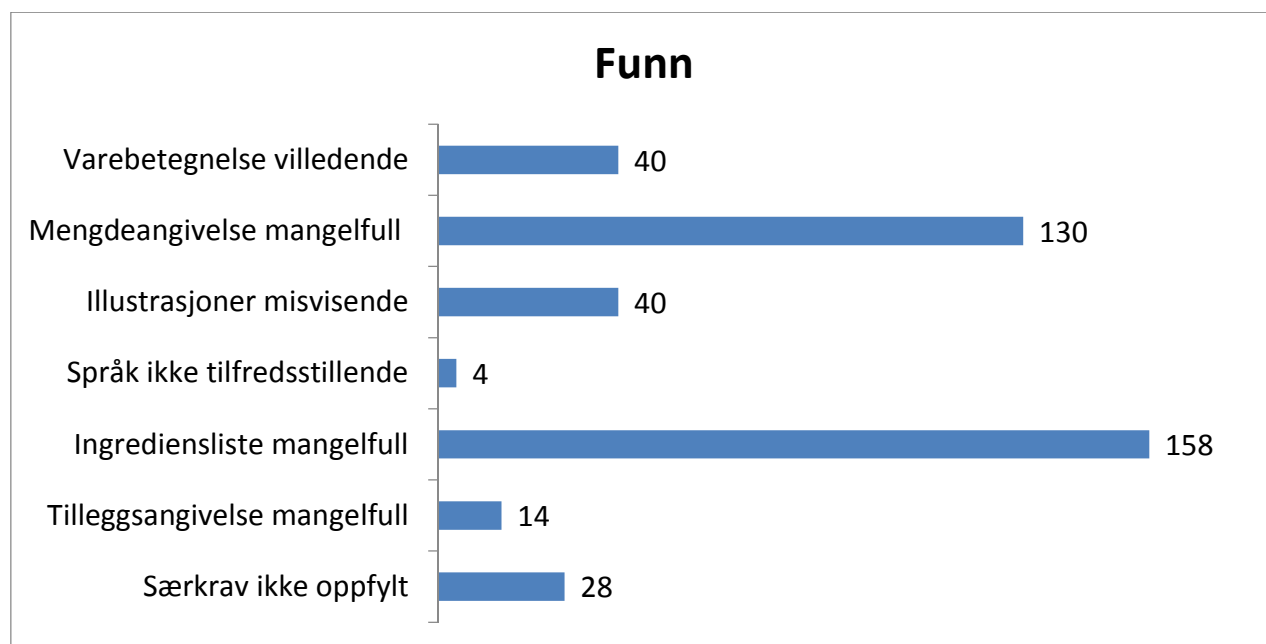
3.3 Detaljert vurdering

Av produktene «Med merknad» kan det være et eller flere funn i forhold til de vurderte kriteriene. Det totale antall funn (414) er derfor høyere enn antall produkter med merknader (270).

Det er relativt flest funn av «ingrediensliste mangelfull» og «mengdeangivelse mangelfull».

Tabell 3 Detaljert vurdering

Funn	Antall	Andel
Varebetegnelse villedende	40	10 %
Mengdeangivelse mangelfull	130	31 %
Illustrasjoner misvisende	40	10 %
Språk ikke tilfredsstillende	4	1 %
Ingrediensliste mangelfull	158	38 %
Tilleggsangivelse mangelfull	14	3 %
Særkrav ikke oppfylt	28	7 %
Totalt	414	100 %



Figur 4 Detaljert vurdering – Funn fordelt på sjekkpunkter

3.3.1 Varebetegnelse villedende

Alle matvarer skal være merket med en varebetegnelse. Den skal angi hvilke varesort det er, og gi saklig informasjon om produktet. Er varebetegnelsen slik at det kan oppstå tvil om hva pakningen inneholder, skal det i tillegg gis en nærmere beskrivelse av produktets egenart. Forbrukeren skal gjennom varebetegnelsen pluss et eventuelt tillegg få et klart inntrykk av hva slags vare det dreier seg om. Fullstendig informasjon om varens sammensetning skal gis i ingredienslisten.

Det ble funnet mange produkter med varebetegnelse som anses å være villedende. Eksempler på dette er:

- *Varmrøkt ørret med krydder* fra *Lerøy Fossen AS* [233]
Produktet er et sammensatt produkt av ørret, laksekjøtt og andre ingredienser. Kan oppfattes som hel fiskefilet fra ørret.
- *Steinbitkake* fra *Fiskecentralen* [209]
Varebetegnelsen gir inntrykk av at produktet inneholder mest steinbit, men produktet inneholder mest hyse (44 %) og bare 8 % steinbit.
- *Kåres fiskesuppe-base* fra *KANDA AS* [43]
Ordet «base» er skrevet med svært liten skriftstørrelse i forhold til ordet Fiskesuppe, og ved første øyekast oppfattes produktet som en ferdig fiskesuppe
- *Bjerke Krabbesalat*, med undertekst, *med krabbekjøtt fra Hitra* [17]
Produktet inneholder tre ganger mer crabsticks enn krabbe naturell.
- *Grove Scones* fra *Toro Produkter, Orkla Foods Norge* [164]
Betegnelsen «grov» kan kun brukes brødvare hvor over halvparten av melblandingen er grovt mel. Dette produktet har en grovhetsprosent på bare 32 %.
- *Fullkornsbar Havre og blåbær* fra *United Bakeries* [114]
Produktet inneholder 19 % havre, men kun 2 % blåbær og litt naturlig blåbæraroma. Både dadler, rosiner 9% og tørket eple 6 % kommer før blåbær i ingredienslisten. Det er blåbær som er fremhevet i betegnelse og illustrasjoner.
- *Ananasbiter i naturlig juice* fra *Foodbroker* [452]
Det er ikke tillatt å gi inntrykk av at næringsmidler har spesielle egenskaper som alle lignende produkter har, i dette tilfellet «naturlig».
- *Røkt-Dyrekjøtt* fra *Svindland* [360]
Produktet er laget av hestekjøtt. Bruk av varebetegnelsen dyrekjøtt på et produkt av hest vil kunne villede forbrukeren til å tro at det er viltkjøtt. Dyrekjøtt er å forstå som viltkjøtt, det vil si kjøtt fra elg, hjort, rådyr og rein.

Det er krav i regelverket til at alle ferdigpakkede matvarer skal ha en varebetegnelse, men det ble i kampanjen funnet enkelte matvarer som ikke var merket med varebetegnelse, for eksempel:

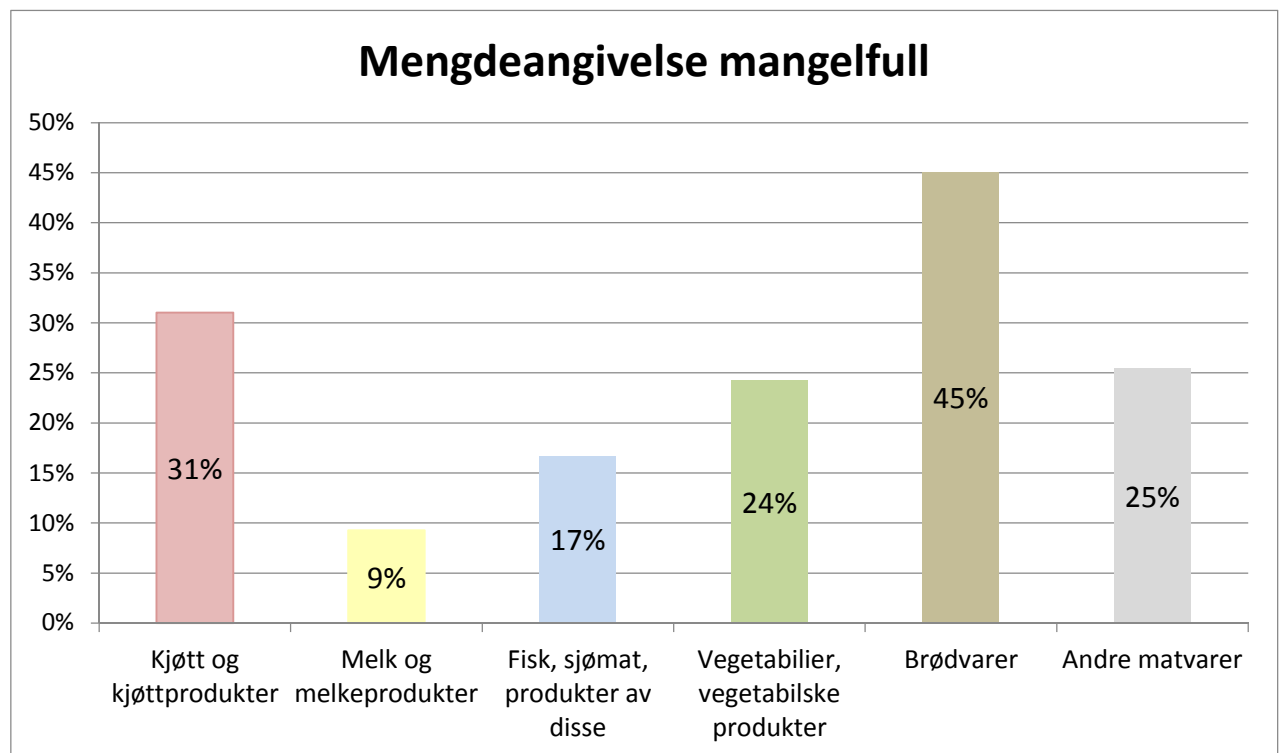
- *EQ* fra *Bakehuset Nord Norge* [118]
- *Fiber og frø* fra *Goman Bakeriet Sørlandet* [130]
- *Iskremproduktene* fra *Kulinaris AS* [389, 459]

3.3.2 Mengdeangivelse mangelfull

Når en ingrediens eller kategori av ingredienser fremheves i et produkts merking, skal mengden angis som % i tilknytning til varebetegnelsen og/eller i ingredienslisten (kvantitativ ingrediensmerking, QUID-merking). Om varebetegnelsen er forbundet med en bestemt type ingrediens, kan det også medføre at man må oppgi % vis mengde av ingrediensen.

Tabell 4 Mengdeangivelse mangelfull

Mengdeangivelse mangelfull	Antall	Vurdert	Prosent
Kjøtt og kjøttprodukter	36	116	31 %
Melk og melkeprodukter	5	54	9 %
Fisk, sjømat, produkter av disse	13	78	17 %
Vegetabilier, vegetabiliske produkter	15	62	24 %
Brødvarer	32	71	45 %
Andre matvarer	29	114	25 %



Figur 5 Mengdeangivelse mangelfull

Det ble påvist at 130 produkter manglet eller var mangelfullt merket med mengdeangivelse (kvantitativ ingrediensmerking). Eksempler på dette er:

- *Eplecider Light* fra Mack [51]
Eple inngår i varebetegnelsen, men mengdeangivelsen viser bare samlet mengde eple- og druejuice.
- *Kjøttsuppe* fra Drytech AS [28]
Kjøtt inngår i varebetegnelsen, men det er ikke angitt mengde kjøtt i merkingen.

- *Hakkede tomater med hvitløk* fra *Europris AS* [451]
Hakkede tomater og hvitløk fremheves i varebetegnelse og grafikk. Av resepten fremgår det at produktet inneholder 60 % hakkede tomater, men andelen hakkede tomater og hvitløk fremgår ikke av merkingen på emballasjen.
- *Nugatti melkesjoko* (sjokoladepålegg) fra *Orkla Foods Norge AS avd. Sunda* [75]
Varebetegnelsen og illustrasjoner gir inntrykk av at varen inneholder sjokolade og melk, med andelen er ikke angitt.
- *Raspeballer* fra «*Manger Seafood*» fra *Lofotprodukt AS* [47]
Varebetegnelsen forbindes med poteter, men andel poteter mangler.
- *Myklevolds grovbrød* fra *Steinovnsbakeriet, Narvik* [177]
Det er ikke angitt % andel grovt mel i merkingen. Brød kan kalles grovt når over halvparten av melblandingen er grovt mel, og andel grovt mel skulle vært angitt.
- *Havrebrød* fra *Moss Finbakeri* [159]
Andel havre er ikke angitt i tilknytning til varebetegnelsen eller i ingredienslisten.
- *Hestepølse* fra *Thoresen slakterforretning AS* [363]
Kjøttandelen i hestepølsen er angitt som 144 %. Ved kvantitativ ingrediensmerking (mengdeangivelse) skal i de tilfeller der den prosentvise andelen blir større enn 100 %, i stedet angis i gram per 100 g ferdigvare.

3.3.3 Illustrasjoner misvisende

Illustrasjoner som bilder, tegninger, dekor og lignende kan brukes for å kommunisere produktets innhold. Illustrasjoner kan gi inntrykk av at matvarene er fremstilt av bestemte ingredienser, er fremstilt på en bestemt måte, eller har en særlig opprinnelse. Hovedregelen er at bare de ingredienser og tilbehør som finnes i pakningen kan illustreres. Illustrasjonene skal ikke gi et inntrykk av produktet som kan villedes i forhold til produktets innhold.

I kampanjen var det 41 produkter som ble vurdert å ha misvisende illustrasjoner. Eksempler på dette er:

- *Sei fra Bulandet* fra *Bulandet fiskeindustrier* [198]
Bilde med hele stykker av fiskefilet med skinn, mens innholdet i esken er porsjonsstykker skåret av fryste blokker av skinnfrie seifileter.
- *Frisk Bringebær* fra *Saftsuse AS* [89]
Produktet er en konsentrert leskedrikk med bringebærsmak. Bilde av friske bringebær på etiketten. Produktet inneholder kun naturidentisk aroma.
- *Noisy Passion* fra *Sunniva Drikker AS* [101]
Bilde av fersken. Produktet inneholder 1 % pasjonsfrukt, 4,8 % fersken, mens druer og eple er hovedingrediensene i juicedelen av produktet.
- *Jordbærsyltetøy uten tilsatt sukker* fra *Orkla Foods Norge AS* [468]
Bilde av et målebånd på et jordbærsyltetøy gir hentydninger om at produktet kan virke slankende.
- *Revet ost - Tine original* fra *Tine SA (Heimdal)* [432]
Produktet inneholder en blanding av Jarlsberg og Norvegia. Jarlsberg fremheves med bilde av ost med skorpe mens produktet inneholder skorpefri Jarlsberg. Ost med eller uten skorpe har ulike kvaliteter. Merkingen angir heller ikke hvor mye det er av hver av de to ostene i pakningen.

3.3.4 Språk

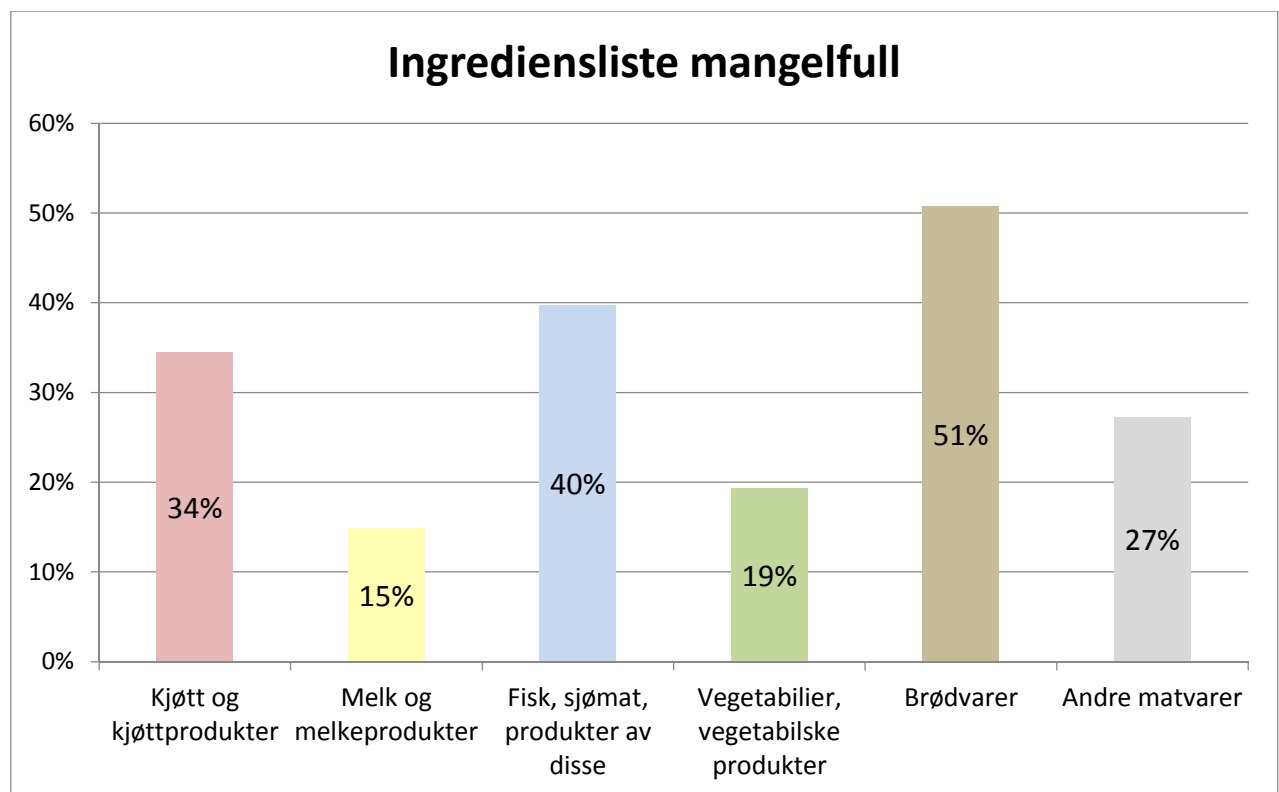
Merkingen skal være på norsk eller et språk som i stavemåten ligner norsk. I kampanjen var det bare fire produkter som ikke oppfylte språkravet.

- *Gourmet Dodi Vellutata di Fichi* fra *Smak av Italia AS* [93]
- *Barrett Sherbet Fountain* fra *Lime Nordic* [45]
- *Extra Fruty Jam Red Berries* fra *Lille Spesial AS* [461]
- *Just Honey* fra *Amundsen Trading AS* [9]

3.3.5 Ingrediensliste mangelfull

I sammensatte matvarer er det krav om å merke med ingrediensliste. Dette er en sentral del av regelverket, og kontrollen omfattet underpunkter som:

- Ingrediensliste mangler
- Ingrediensene er ikke angitt i fallende orden
- Ingrediensmerkingen stemmer ikke med resept
- Samlebetegnelse er ikke brukt riktig
- Allergener (ett eller flere) er ikke angitt i samsvar med vedlegg IV i forskriften
- Tilsetningsstoffer (ett eller flere) er ikke angitt med klassebetegnelse og E-nr. eller klassebetegnelse og spesifikt navn.

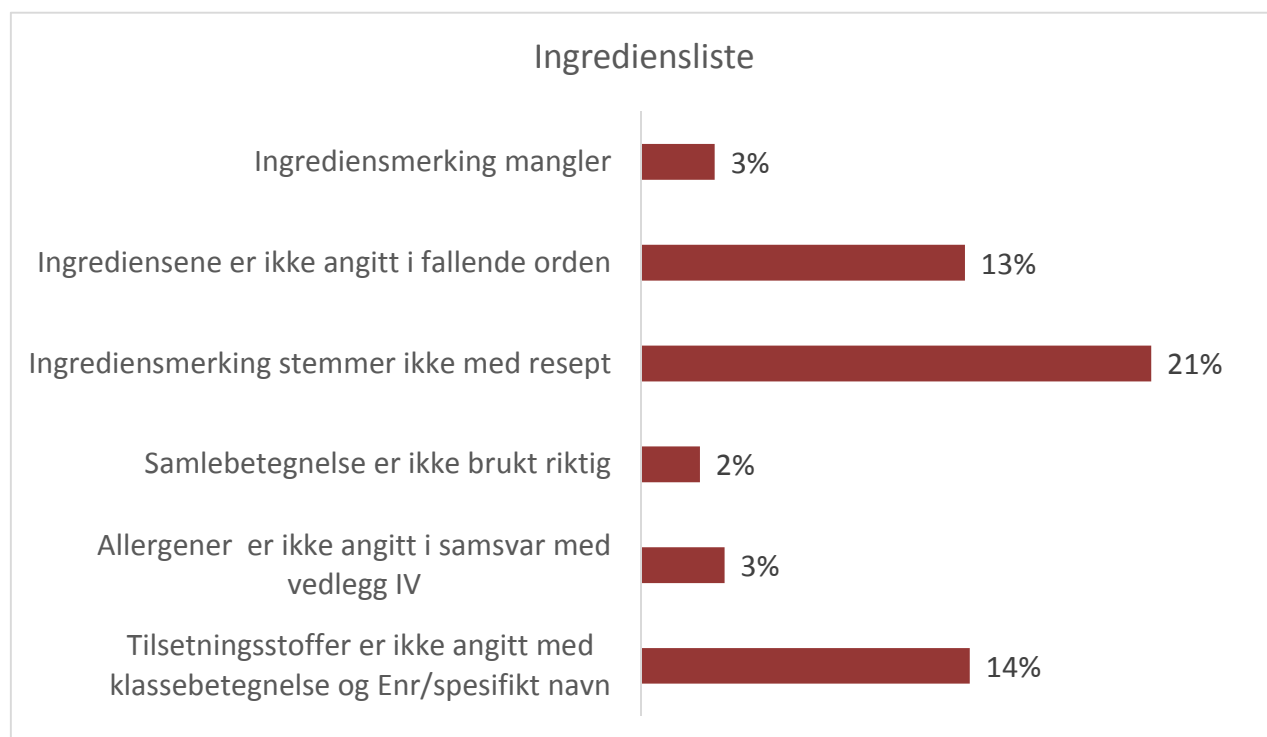


Figur 6 Ingrediensliste mangelfull

Mangelfull ingrediensliste var den feilmerkingen som omfattet flest produkter; 158 produkter hadde en ingrediensliste med brudd på ett eller flere av de omtalte punktene.

Tabell 5 Ingrediensliste mangelfull

Ingrediensliste mangelfull	Andel
Ingrediensmerking mangler	3 %
Ingrediensene er ikke angitt i fallende orden	13 %
Ingrediensmerking stemmer ikke med resept	21 %
Samlebetegnelse er ikke brukt riktig	2 %
Allergener er ikke angitt i samsvar med vedlegg IV	3 %
Tilsetningsstoffer er ikke angitt med klassebetegnelse og Enr/spesifikt navn	14 %



Figur 7 Ingrediensliste

Eksempler på dette er:

- *Gilde baconboller med baconbiter* fra *Nortura* [346]
Ingrediensen bacon er ikke fulgt opp med en oppregning av ingredienser og tilsetningsstoffer.
- *LobNobs* fra *Sibelia AS* [253]
Hvitfiskfilet er angitt i ingredienslisten, men produktet inneholder surimi av hvitfisk.
- *Fiskepudding* fra *Georg Marius Larsen As* [218]
På etiketten står det at produktet inneholder fersk hyse, lyr og torsk, mens i resepten står det at det brukes koljefilet og kvitlaks.
- *Pepperlaks* fra *Knutstad & Holen* [229]
Krydderblandingen til pepperlaks inneholder sennepsfrø. Dette er et allergen. Det er ikke angitt i ingredienslisten.

- *Spekematskalker fra Nordfjord Kjøtt* [335]
Er merket med ingredienser: Skalkar av spekemat, men angir ikke alle ingredienser benyttet ved framstillingen.
- *Leverpostei, Mersmak fra Finsbråten AS* [281]
I følge resepten skal vann plasseres som nummer en, men vann er plassert som nummer tre i ingredienslisten.
- *Pultost Løiten, TINE SA, avd. Trysil* [415]
Produktet inneholder vann, men vann er ikke angitt i ingredienslisten.
- *Fiskekaker fra Hjørnevåg Brødrene* [191]
Tapioka og margarin står i resepten, mens etiketten er merket med rapsolje. Tapioka skal merkes som tapiokastivelse.
- *Energibrød fra Mesterbakeren, Bergen* [145]
Sammalt rugmel er angitt som «Rugmel» i ingredienslisten.
- *Ekte wiener fra Matlyst AS* [311]
Innholdet av krydderblandingen er over 2 %, og faller derfor ikke under unntaket for sammensatte ingredienser. Alle bestanddelene skal derfor angis.
- *Frokostblanding fra Senter for ernæringsmedisin AS* [91]
Produktet er merket med to forskjellige ingredienslister, av den ene framgår det at produktet inneholder blant annet peanøtter, fiber og erythritol. I følge den andre inneholder produktet ikke peanøtter og erythritol.
- *Steinovnsbrød fra Mesterbakeren AS, avd Oslo* [151]
Gjærfløten som brukes inneholder tilsetningsstoffet E 415 Xanthangummi, men tilsetningsstoffet er ikke angitt i ingredienslisten.
- *Karbo-kutt fra Bakerhuset Nord Norge, avd. Tromsø* [120]
Mangler klassebetegnelse for tilsetningsstoffene Soyalecitin og Natriumacetat.

3.3.6 Krav om tilleggsangivelser

Varebetegnelser skal omfatte eller følges opp av en opplysning om næringsmidlets fysiske tilstand eller den behandling som næringsmidlet har fått (i pulverform, frysetørret, konsentrert, røkt) i de tilfeller utelatelse av opplysningene kan skape tvil hos kjøperen.

	Antall vurderinger	Med merknad		Uten merknad	
		Antall	Andel	Antall	Andel
Krav om tilleggsangivelser	74	14	19 %	60	81 %

Røkte produkter skal være laget ved tradisjonell røyking med spon eller med regenerert røyk framstilt av flytende røyk (røykaroma). Produkter som kun er tilsatt flytende røyk kan ikke kalles røkte, men med røyksmak. Kravet omfatter også ingredienser i sammensatte produkter. Eksempler på dette er:

- *Hamburgerrygg fra Nordfjordkjøtt AS* [332] er et av produktene som ikke oppfyller kriteriene.
- *Peppermakrell fra HaNord AS* [223] er røkt på tradisjonelt vis. I ingredienslisten er det angitt naturlig røyk, men siden røyking er en behandling som endrer produktets karakter bør det også angis i tilknytning til varebetegnelsen.

- *Kavli* bruker betegnelsen «røkt» for skinken i *skinkeosten* [396], til tross for at det er brukt røykaroma.

Konsentrerte produkter skal ha merkingen «konsentrert» i tilknytning til varebetegnelsen.

- *ZERoh Peach & Nectarine – leskedrikk med smak av fersken og nektarin*, fra *Lerum AS* [44] manglet den opplysningen.

Produkter tilsatt søtstoff skal merkes med inneholder søtstoff i tilknytning til varebetegnelsen.

- *Ricola lakris sveitsiske urtedrops* fra *Galleberg* [31] er ikke merket med «inneholder søtstoff» i tilknytning til varebetegnelsen.

3.3.7 Merkekrav særforordninger

Merkeforordningen omfatter alle ferdigpakkede matvarer, men det kan være tillegg og unntak fra disse kravene i særforordningene.

	Antall vurderinger	Med merknad		Uten merknad	
		Antall	Andel	Antall	Andel
Krav i særforordninger	103	28	27 %	75	73 %

Juice som er framstilt av to frukt/bær-slag skal ha en varebetegnelse hvor frukt/bærslagene angis i synkende størrelsesorden.

- *Sunniva Premium mango og eple* fra *Tine SA, Bergen* [490] inneholder 77,5 % eple og 22,5 % mango i juicen, men opplysningen i varebetegnelsen er mango først og eple sist.

Juice som er framstilt av konsentrat skal ha en angivelse i tilknytning til varebetegnelsen om at produktet er fremstilt fra konsentrat.

- *Appelsinjuice* fra *Q-meieriene* [471]
Opplysningen «fra konsentrat» er kun gitt i ingredienslisten.

Most er et produkt som det ikke er tillatt å tilsette sukker, det kan derfor ikke stå i merkingen «ikke tilsatt sukker» eller «usukret».

- *Eple og bringebær* fra *Balholm* [438], er merket «usukret», som er brudd på regelverket.

Fersk fisk skal være merket med fangst/slaktedato.

- *Lyrefilet* fra *Fiskelaget AS Mandal* [213] selges uten at det på emballasjen er angitt fangst/slaktedato.

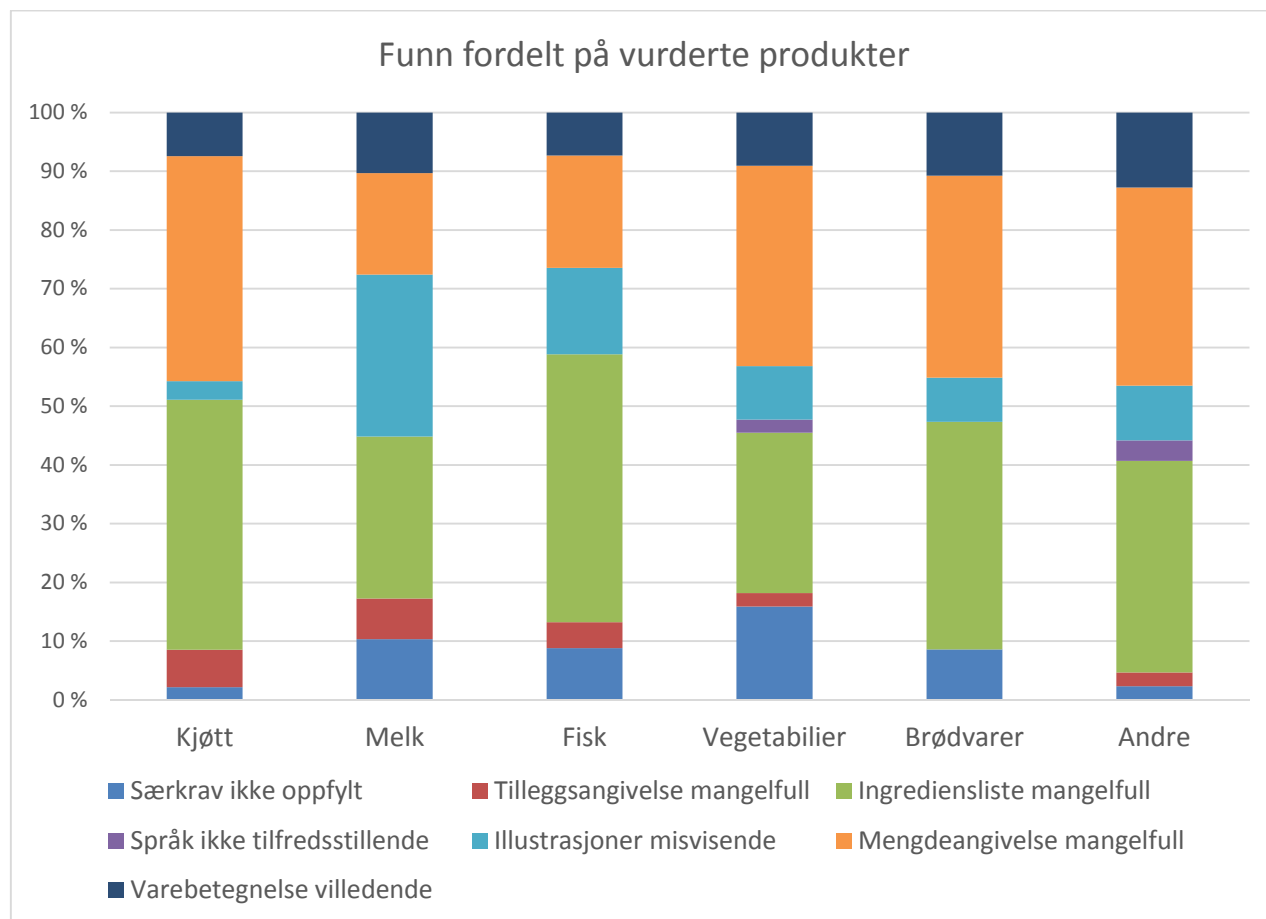
3.4 Fordeling på produktgrupper

Forklaring til tabell: Tallet i ruten «Varebetegnelse villedende» betyr at 6 % av de vurderte produktene innen matvaregruppen kjøtt og kjøttprodukter hadde villedende varebetegnelse.

Tabell 6 Funnprosent for vurderte produkter i hver gruppe

Funn	Kjøtt	Melk	Fisk	Vegetabilier	Brød	Andre
Varebetegnelse villedende	6 %	6 %	6 %	6 %	14 %	10 %
Mengdeangivelse mangelfull	31 %	9 %	17 %	24 %	45 %	25 %
Illustrasjoner misvisende	3 %	15 %	13 %	6 %	10 %	7 %
Språk ikke tilfredsstillende	0 %	0 %	0 %	2 %	0 %	3 %
Ingrediensliste mangelfull	34 %	15 %	40 %	19 %	51 %	27 %
Tilleggsangivelse mangelfull	5 %	4 %	4 %	2 %	0 %	2 %
Særkrav ikke oppfylt	2 %	6 %	8 %	11 %	11 %	2 %

Forklaring til figur: Hver del av søylene viser relativ andel funn innen hver produktgruppe. Vi ser for eksempel at «Illustrasjoner misvisende» er størst for melk og melkeprodukter.



Figur 8 Funn fordelt på vurderte produkter

3.5 Virkemiddelbruk

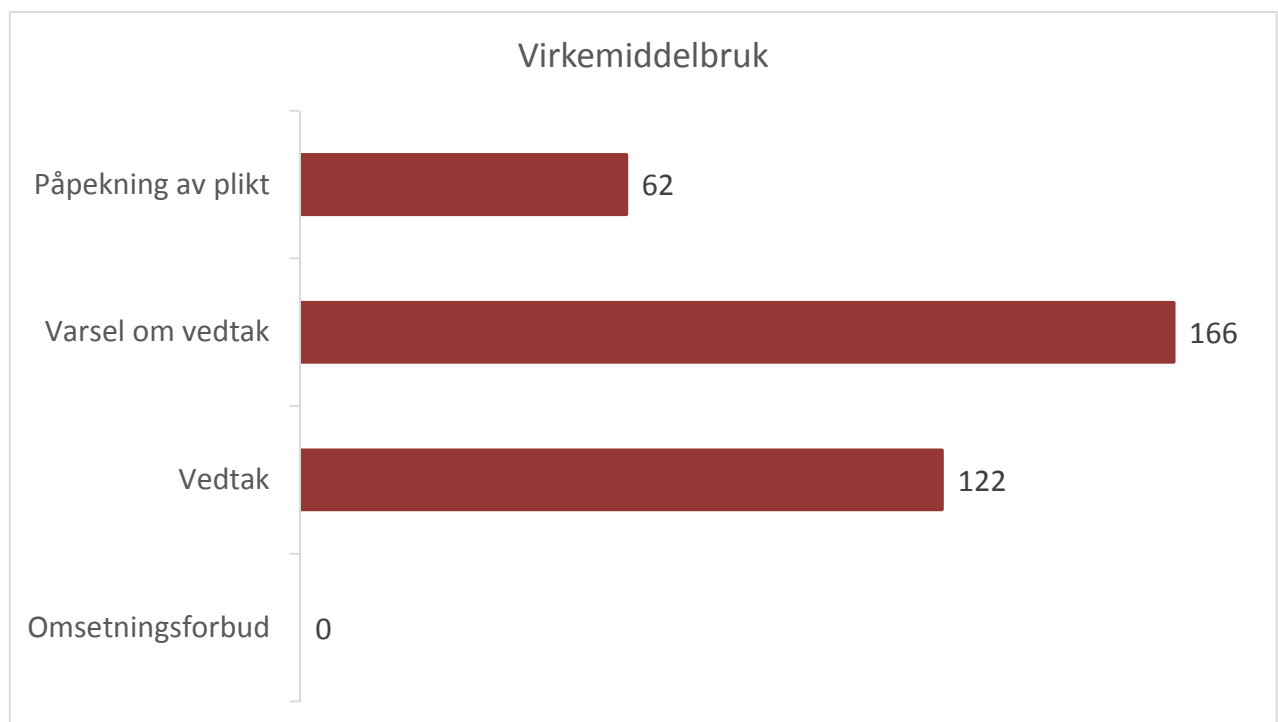
Avvik og mangler avdekket under kampanjen blir fulgt opp overfor den enkelte produsent/importør eller butikken ansvarlig for produktet. Ved brudd på bestemmelser i regelverket kan Mattilsynet fatte nødvendige vedtak for gjennomføring av bestemmelsene. Dette innebærer at det skal foretas en konkret vurdering av hvilken type virkemiddel det er riktig å bruke i det enkelte tilfellet.

Et *virkemiddel* er en reaksjon på et regelbrudd og skal sikre at virksomhetene følger kravene i regelverket.

Påpekning av plikt er rettslig sett å anse som en veiledning om regelverket, men er også en faktisk advarsel til tilsynsobjektet.

Et *vedtak* skal som hovedregel forhåndsvarsles (*varsel om vedtak*). Det betyr at virksomheten får informasjon om at vedtak vil bli fattet og virksomheten får mulighet til å uttale seg om forholdet innen en gitt frist.

Ved å fatte et vedtak stiller Mattilsynet som myndighet krav til at virksomheten skal innrette seg etter regelverket og utbedre forholdene.



Figur 9 Virkemiddelbruk i kampanjen

Tallene i Figur 9 er basert på registrerte opplysninger per 31. oktober 2014.

3.6 Vurdering av resultater

Denne tilsynskampanjen viser at 2 av 3 virksomheter ikke oppfyller sentrale krav til korrekt og tilstrekkelig merking. Dette er overraskende når vi vet at korrekt merking er et av de forhold som skaper tillit mellom produsent og forbruker. Produsentene vil nok utvilsomt tjene på å se informasjonen de gir med forbrukernes øyne.

I valg av virksomheter og produkter er det vektlagt antatt risiko for regelbrudd. Selv om Mattilsynet fant feil i merkingen på enkeltprodukter hos en virksomhet, behøver det derfor ikke alltid å bety at virksomheten har «systemfeil» i forhold til merking.

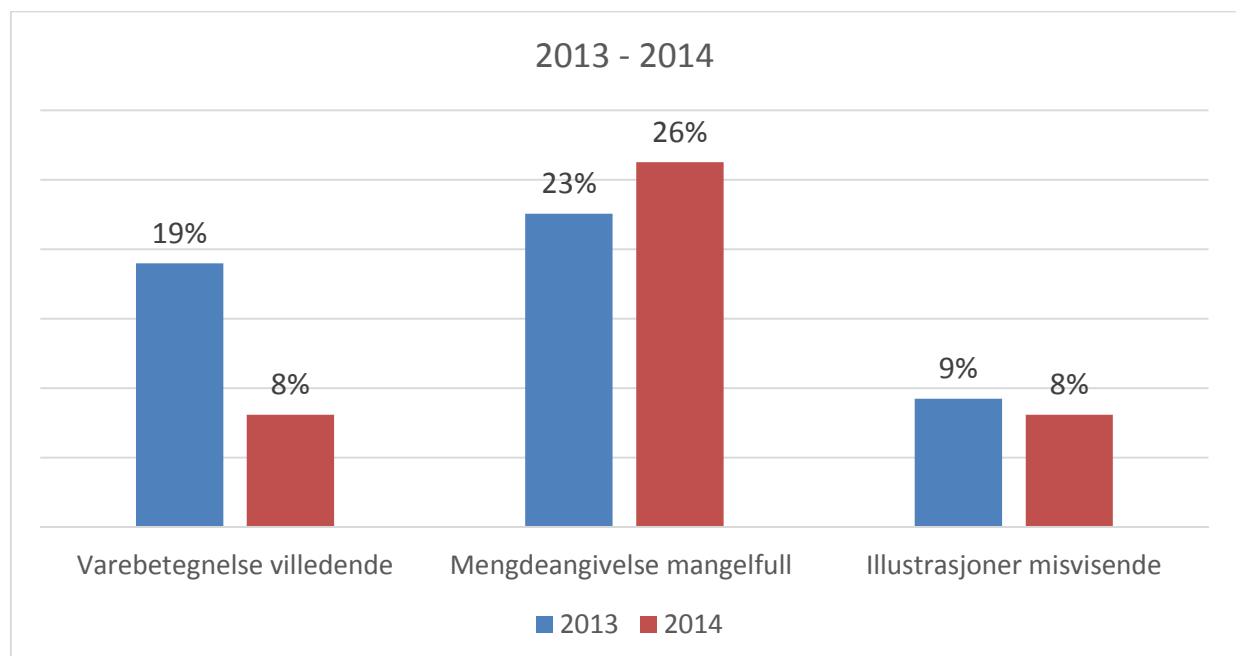
Mattilsynets har ikke et generelt inntrykk av bevisst juksing. Produktene er ofte svært sammensatte, og krever at underleverandører er presise i sin merking. Resultatene kan tyde på at mange virksomheter ikke er seg bevisst kravene til merking av mat og drikke. Men manglende oppfyllelse av regelverket kan også skyldes at det ikke er tilstrekkelig kommunikasjon mellom avdelingene for produksjon, kvalitet, markedsføring, reklamebyrå og emballasjeprodusent.

3.7 Endringer 2013-2014

Mattilsynet gjennomførte våren 2013 en tilsynskampanje om villedende merking av matvarer som var rettet mot villedningsaspektet.

Det ble i 2013 funnet en rekke produkter med varebetegnelse som var egnet til å villedde, det var i 2014 vesentlig færre produkter som ble vurdert å ha en villedende varebetegnelse.

Funn av misvisende illustrasjoner er tilnærmet uendret, mens andel produkter med mangelfull mengdeangivelse har økt.



Figur 10 Endringer fra kampanjen Villedende merking

Siden kampanjen i 2014 omfatter mange flere sjekkpunkter enn 2013-kampanjen er ikke tallmaterialet direkte sammenlignbare. I 2013 hadde Mattilsynet merknader på merkingen til halvparten av virksomhetene, mens det er 2 av 3 for de som er kontrollert i 2014.

4 Konklusjon

Mattilsynet har i 2013 og 2014 gitt forbrukerhensyn og merking større oppmerksomhet, og har gjennomført flere tilsynskampanjer for å sjekke villedende merking av matvarer. I 2013 deltok tre av Mattilsynets regioner i kampanjen (Oslo, Akershus og Østfold, Buskerud og Vestfold, Trøndelag, Møre og Romsdal), mens i 2014 har det vært en nasjonal kampanje.

Det ble i denne kampanjen vurdert 495 matvarer. Dette var matvarer med tydelig villedende merking og matvarer tatt ut for nærmere vurdering. 270 av de 495 kontrollerte produktene hadde avvik på de merkekravene som kampanjen omfattet. Vårt arbeid er basert på et relativt lite antall produkter sett i forhold til hva som finnes på markedet. Tilsynskampanjen bekrefter likevel at virksomhetene må bli mer skjerpet i arbeidet med å sikre at merkingen er korrekt og ikke villeder forbruker.

Kampanjen viser at virksomhetene også må gå gjennom sine rutiner for å sikre at de har et system som sørger for at merkingen er i samsvar med gjeldende regelverk.

Det forventes at virksomhetene bruker erfaringene fra denne kampanjen til å gjennomgå merkingen på alle sine produkter, ikke bare de som ble tatt ut til kontroll av tilsynet.

Like viktig er det at alle virksomheter lærer av eksemplene i denne rapporten og bruker det videre i sitt arbeid med å tilstrebe korrekt merking.

5 Vedlegg - Liste over produkter

Se separat dokument med informasjon om kontrollerte produkter.