

Merkesjekken 2017 - Mattilsynet ser på melk og melkeprodukter

Sluttrapport november 2017

Statens tilsyn for planter, fisk, dyr og næringsmidler



Illustrasjonsbilde: Colourbox

Mattilsynets nasjonale tilsynskampanje for merking av ferdigpakkeede matvarer.

INNHOLDSFORTEGNELSE

1. SAMMENDRAG.....	2
2. INNLEDNING.....	3
2.1 Mål.....	3
2.2 Organisering.....	3
2.3 Omfang	4
2.4 Gjennomføring	5
2.5 Regelverksgrunnlag	5
2.6 Virkemiddelbruk.....	6
2.7 Begrensninger.....	6
3. RESULTATER	7
3.1 Spiseis (betegnelse).....	8
3.2 Melk (betegnelse)	8
3.3 Konsummelk (betegnelse).....	9
3.4 Betegnelse som er forbeholdt melkeprodukter	10
3.5 Tillatte modifikasjoner av konsummelk	11
3.6 Ingrediensliste	11
3.7 Merking av stoffer eller produkter som forårsaker allergier eller intoleranser (allergener).....	12
3.8 Mengdeangivelse av ingredienser	12
3.9 Innhold næringsdeklarasjon	13
3.10 Presentasjon.....	14
3.11 Stempelmerking, identifikasjonsmerking av animalske næringsmidler	14
3.12 God opplysningspraksis.....	15
3.13 Særlige vilkår for ernæringspåstander	16
3.14 Ernærings og helsepåstand - villedende.....	17
3.15 Sammenliknende ernæringspåstander	18
3.16 Resultater fra hver produktkategori	19
4. KONKLUSJON	22
5. VEDLEGG	22

1. Sammendrag

Mattilsynet har i 2017 gjennomført kampanjen «*Mattilsynet ser på melk og melkeprodukter*». Det overordnede målet med kampanjen var å føre tilsyn med hvordan virksomhetene etterlever regelverket, for gjennom dette å øke virksomhetens kompetanse om korrekt og redelig merking av matvarer.

Kampanjen omfattet ferdigpakkede melk og melkeprodukter og spiseis, både produkter produsert i Norge, og produkter fra EØS/tredjeland (samhandel/import). Tilsynet ble gjennomført i perioden 15. mars – 15. mai.

I kampanjen har vi undersøkt følgende punkter i merkingen:

- Betegnelse, ingrediensliste, god opplysningspraksis, allergener, mengdeangivelse og næringsdeklarasjon i matinformasjonsforordningen
- Betegnelse og modifikasjoner av konsummelk i forskrift om kvalitet på melk og melkeprodukter
- Påstander om sukkerinnhold, fett, protein, fiber og villedende merking samt bruk av gradsangivelser av «lett» i forskrift om ernærings- og helsepåstander
- Identifikasjonsmerke i animaliehygieneforskriften

Vi har vurdert 74 produkter fra 23 virksomheter. Vi fant avvik i merkingen ved 38 produkter fra 20 virksomheter. Hos tre virksomheter ble det ikke funnet avvik. Vi er ikke kjent med at noen av avvikene har vært av en slik art at de har kunnet medføre helsefare for forbruker.

Vi hadde flest avvik på næringsdeklarasjon (13 av 74 produkter), betegnelse på melkeprodukter (11 av 53 produkter), ingrediensliste (11 av 74 produkter) og god opplysningspraksis (8 av 74 produkter).

Dette var feil som gjentok seg:

- Næringsdeklarasjon: det er ikke benyttet forskriftsbestemt ordlyd for næringsstoffene. For eksempel er det deklarerert «sukker» i stedet for «hvorav sukkerarter», og «mettet fett» i stedet for «hvorav mettede fettsyrer»
- Betegnelse på melkeprodukter: fettprosenten er ikke angitt som en del av betegnelsen, i de tilfeller hvor dette er et krav
- Ingredienslisten: uoverensstemmelse mellom opplysninger i produktdatablad og ingrediensliste
- God opplysningspraksis/villedning: brudd på bestemmelser om bruk av påstander og negativ merking som for eksempel påstandene «naturlig» og «ingen kunstige» tilsetningsstoffer (i merkingen på flere av produktene gir påstanden/ene inntrykk av at produktet har spesielle egenskaper selv om tilsvarende produkter har de samme egenskapene)

Totalt var det avvik på ca halvparten av produktene. Ca to tredjedeler av disse hadde brudd på obligatoriske merkekrav, som for eksempel bruk av feil ordlyd i næringsdeklarasjonen, eller mangler ved betegnelsen. For spiseis har vi ikke funnet avvik i betegnelsen. Flere av avvikene er mindre vesentlige, og i slike tilfeller får forbruker som oftest den informasjonen de trenger selv om forskriftskravet ikke er oppfylt. Ca en tredjedel av avvikene hadde mer vesentlige feil som kan være egnet til å villede forbruker med hensyn til hva som kjennetegner næringsmidlenes egenskaper og sammensetning. Det er funnet relativt få feil på de tre sjekkpunktene for ernæringspåstander. Det er for eksempel ikke funnet bruk av gradsangivelser av ordet «lett», som blant annet «så lett», «lettere» eller «ekstra lett».

I Merkesjekken 2014 ble 54 melk- og melkeprodukter vurdert, og det ble funnet avvik ved 33% av disse. Våre resultater viser at bransjen fortsatt har mangelfull kjennskap til alle kravene i regelverket, som igjen gir utfordringer med å merke korrekt.

Bransjen må ha større fokus på merking slik at forbrukerne får de opplysningene de har krav på. Vi forventer at de enkelte virksomhetene i kampanjen går gjennom sine rutiner for å sikre at merkingen er i samsvar med gjeldende regelverk. Dette skal være en del av virksomhetenes system for internkontroll for å oppfylle næringsmiddelovgivningen.

2. Innledning

Hensikten med merkingen er å sikre forbrukerne tilstrekkelig og korrekt informasjon om varens art, sammensetning og egenskaper. Matinformasjonsforskriften gjelder alle matvarer bestemt for omsetning (salg og servering). Regelverket har konkrete bestemmelser om hva som skal være angitt på en ferdig pakket matvare.

Brudd på disse kravene kan bidra til å villedde forbrukerne. Dette gjelder spesielt betegnelser som 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 sammenheng mellom bilder, ord, forventninger til produktet samt innhold i produktet. For å ta stilling til om et produkt er villedende merket, må både tekst, utforming og illustrasjoner tas med i vurderingen. Ved en slik skjønnsmessig vurdering er tommelfingerregelen hvor vidt en «alminnelig opplyst forbruker» vil bli villedet eller ikke av merkingen.

Media og Forbrukerrådet har de senere årene hatt fokus på merking av matvarer og har klare forventninger om at Mattilsynet bør prioritere dette området. Det er i tillegg gitt politiske føringer om mer fokus på villedende merking og forbrukerhensyn, og det er derfor bestemt at Mattilsynet skal gjennomføre en årlig merkekampanje.

Kvalitetsforskrifter om melkevarer, ost, smør og spiseis ble opphevet fra 1. januar 2016. Fra den dato gjaldt nye krav til merking, presentasjon og reklame for melk og melkeprodukter, mens for spiseis har bestemmelsene i spiseisforskriften ikke blitt videreført. Her gjelder generelt merkeregelverk.

Næringsmidler kunne produseres og merkes i samsvar med forskriftene som er opphevet til og med 31. desember 2016. Disse næringsmidlene kan omsettes til lagrene er tomme. Bestemmelsen åpner ikke for at opptrykt emballasje som ikke er i samsvar med de nye bestemmelsene, kan brukes etter 31. desember 2016.

Det er utarbeidet en veileder for melk og melkeprodukter, og en veileder for spiseis.

2.1 Mål

Det overordnede målet med kampanjen var å føre tilsyn med hvordan virksomhetene etterlever regelverket. Dette vil øke virksomhetenes kompetanse om korrekt og redelig merking av matvarer slik at forbruker får korrekt informasjon til å kunne gjøre velbegrunnede valg.

2.2 Organisering

Ansvar for planlegging og gjennomføring av årets merkekampanje var delegert til region Stor-Oslo. Kampanjeansvarlig har vært regiondirektør Karina Kaupang.

Arbeidsgruppen har bestått av:

- Hanne Opaas Martinussen, seniorinspektør, avdeling Østfold og Follo, kampanjeleder
- Anita Sveum Ihle, seniorinspektør, avdeling Romerike
- Henriette Riiser Aale, seniorinspektør, avdeling Oslo, Asker og Bærum
- Hanne Medhus Berget, seniorinspektør, avdeling grensekontroll og import (fram til april-17)
- Lena Kristin Storvik, seniorinspektør, avdeling grensekontroll og import (fra april-17)

Ressursgruppe i region Stor-Oslo:

- Aina Katrine Svenneby, seniorrådgiver og tilsynskoordinator, regiondirektørens stab
- Ingvild Kristine Tømmerberg Sletta, seniorrådgiver og fagrådgiver, regiondirektørens stab
- Siw Ulvehøj, seniorrådgiver kommunikasjon, regiondirektørens stab

Kontaktpersoner ved HK

- Anne-Pia Lødemel, seniorrådgiver, seksjon merking og kvalitet
- Hege Hopen, kvalitetsleder, stab virksomhetsstyring
- Arild Sundbye Johannessen, seniorrådgiver, stab kommunikasjon

2.3 Omfang

Kampanjen har omfattet matinformasjon på ferdigpakke melk og melkeprodukter inkludert spiseis, og gjaldt produkter produsert i Norge og produkter fra EØS/tredjeland (samhandel/import), som i all hovedsak kan kjøpes i hele landet. I valg av produkter ble det vektlagt å vurdere merkingen på hverdagsprodukter, spesielt der det brukes næringsmiddelopplysninger ut over de obligatoriske opplysningene.

Kampanjen omfattet produktkategoriene: melk, syrnede melkedrikker, rømme, yoghurt, spiseis i boks og ost.

Kampanjegruppen valgte ut enkelte produkter for vurdering. Resterende produkter valgte avdelingene og regionene selv ut fra en risikovurdering.

I kampanjen ble det sett på følgende:

- Betegnelse, ingrediensliste, god opplysningspraksis, allergener, mengdeangivelse og næringsdeklarasjon i matinformasjonsforordningen
- Betegnelse og modifikasjoner av konsummelk i forskrift om kvalitet på melk og melkeprodukter
- Påstander om sukkerinnhold, fett, protein, fiber og villedende merking samt bruk av gradsangivelser av «lett» i forskrift om ernærings- og helsepåstander
- Identifikasjonsmerke i animaliehygieneforskriften

Resultatene fra kampanjen er ikke egnet til å si noe generelt om:

- Status for produkter på markedet generelt, da produktene til dels er plukket ut bevisst
- Forskjeller mellom kjeder eller produsent/importør fordi det er vurdert et ulikt antall produkter og produktkategorier hos de enkelte
- Sammenlikning av produkter fordi noen produktkategorier har ulike regelverkskrav, og det er tatt ut et ulikt antall produkter i hver kategori
- Prosentvis feilmerking av spiseis, melk- og melkeprodukter. Kun en liten del av produktene på markedet ble vurdert

Kampanjen er derimot egnet til å si noe om:

- Hvilke regelverkskrav det er avvik ved
- Om regelverksbruddene er gjentakende
- Utviklingstrekk siden kampanjen «Mattilsynet ser på hverdagsmaten» i 2014

2.4 Gjennomføring

Merkesjekken 2017 var en nasjonal kampanje. Av Mattilsynets fem regioner var det tre regioner som hadde virksomheter med produkter omfattet av kampanjen;

- Region Midt: Nord-Trøndelag, Sør-Trøndelag, Møre og Romsdal
- Region Sør-Vest: Aust-Agder, Vest-Agder, Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane
- Region Stor-Oslo: Akershus, Oslo og Østfold

Tilsynsperioden var 15. mars – 15. mai 2017. Tilsynet ble gjennomført som en merkevurdering.

Det ble valgt virksomheter der distribusjon av produkter skjer nasjonalt, og via de fleste store dagligvarekjedene. De aktuelle virksomhetene ble valgt ut på bakgrunn av tilbakemelding fra regionene.

Deltakende regioner fikk informasjon om hvilke produkter som skulle vurderes og fordelingen av antall produkter i de ulike kategoriene.

Varen var ferdig merket ved uttak av produkt, og ble tatt ut i butikk, eller hos importør og produsent. Merkingen er vurdert ut fra produktdatablader og emballasje, og det har ikke blitt tatt analyser av produktene. For virksomheter som er en del av et konsern, og hvor merkingen fastsettes av hovedkontoret, er det avdelingen i Mattilsynet der hovedkontoret ligger som har utført merkevurderingen.

Det ble merkevurdert 12 produkter i region Midt, 14 produkter i Sør-Vest og 48 produkter i region Stor-Oslo.

Mattilsynet har hatt en intern opplæring av inspektørene som skulle delta i kampanjen. Det ble laget en intern sjekklister og veileder til bruk ved merkevurdering av melk- og melkeprodukter.

I forkant av kampanjen ble det avholdt oppstartsmøte med interessenter fra næring og forbrukersiden. De involverte virksomhetene har fått informasjonsskriv om kampanjen.

2.5 Regelverksgrunnlag

Lover og forskrifter:

[Lov 19. desember 2003 nr. 124 om matproduksjon og mattrygghet](#) (Matloven)

[Forskrift 3. mars 2015 nr. 607 om kvalitet på melk og melkeprodukter](#) (Forskrift om kvalitet på melk)

[Forskrift 22. desember 2008 nr. 1624 om særlige hygieneregler for næringsmidler av animalsk opprinnelse](#) (Animaliehygieneforskriften)

[Forskrift 28. november 2014 nr. 1497 om matinformasjon til forbrukere](#) (Matinformasjonsforskriften)

[Forskrift 17. februar 2010 nr. 187 om ernærings- og helsepåstander om næringsmidler](#) (Forskrift om ernærings- og helsepåstander)

[Forskrift 15. desember 1994 om internkontroll for å oppfylle næringsmiddelovgivningen \(Internkontrollforskriften for næringsmidler\)](#)

Veiledere og standarder:

[Veileder til forskrift om kvalitet på melk og melkeprodukter](#)

[Veiledning om matinformasjonsforskriftens krav til næringsdeklarasjon](#)

[Veileder til påstandsforordningen og påstandsforskriften](#)

[Veiledning om bruk av betegnelser på ulike typer spiseis](#)

[Veileder- Euroglace Code for edible ices](#)

[Codex Standard 243-2003 for fermented milks](#)

[Codex Standard 283-1978 General standard for cheese](#)

[Codex Standard 284-1971 for whey cheeses](#)

[Codex Standard 275-1973 for cream cheese](#)

[Codex Standard 208-1999 Group standard for cheeses in brine](#)

[Codex Standard 221-2001 Group standard for unripened cheese including fresh cheese](#)

[Codex Standard 206-1999 General standard for the use of dairy terms](#)

2.6 Virkemiddelbruk

Mattilsynet har gitt de virksomhetene som hadde avvik i merkingen frist for å rette feilene. Vi vil følge opp at virksomhetene korrigerer merkingen innen fristen for utbedring, enten ved at merkingen på emballasjen endres, eller at produktet tas ut av omsetning i de tilfellene hvor virksomhetene ønsker å gjøre dette.

- Avvik: feil i merkingen på en slik måte at det medførte et eller flere brudd på merkekrav
- Uten merknad betyr at vi ikke har funnet brudd på de merkekravene som omfattes av denne kampanjen

2.7 Begrensninger

Lokalmatprodusenter med i hovedsak lokal distribusjon, ble ikke omfattet av kampanjen.

For å begrense omfanget ble noen produktkategorier valgt bort, for eksempel: smørprodukter, fløte, produkter til spedbarn, dessertprodukter og trenings- og restitusjonsprodukter.

3. Resultater

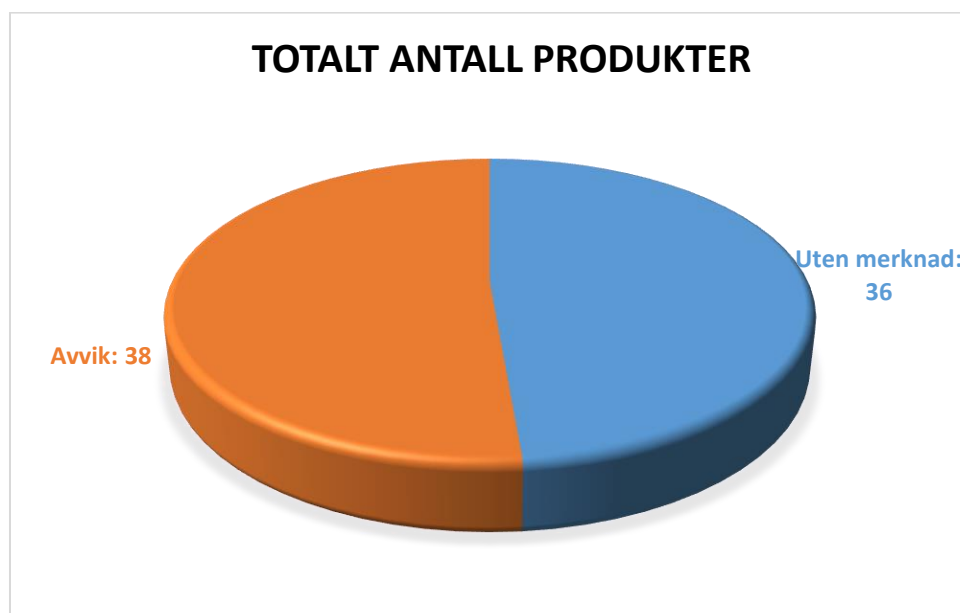
Mattilsynet tok ut 76 produkter. To av produktene er tatt ut av Merkesjekken, da det mot slutten av kampanjeperioden ble avdekket mulig avvik under gjennomgangen med å sammenstille resultatene. Disse følges opp separat da de ikke blir ferdig behandlet innen avslutning av Merkesjekken 2017. Totalt har vi vurdert 74 produkter fra 23 virksomheter.

Her vises resultater fra merkevurderingene på det tidspunktet tilsynet ble gjennomført. Ca halvparten av produktene (38 av 74) hadde avvik i merkingen på ett eller flere av sjekkpunktene. Ikke alle sjekkpunkter har vært relevante for alle produkter.

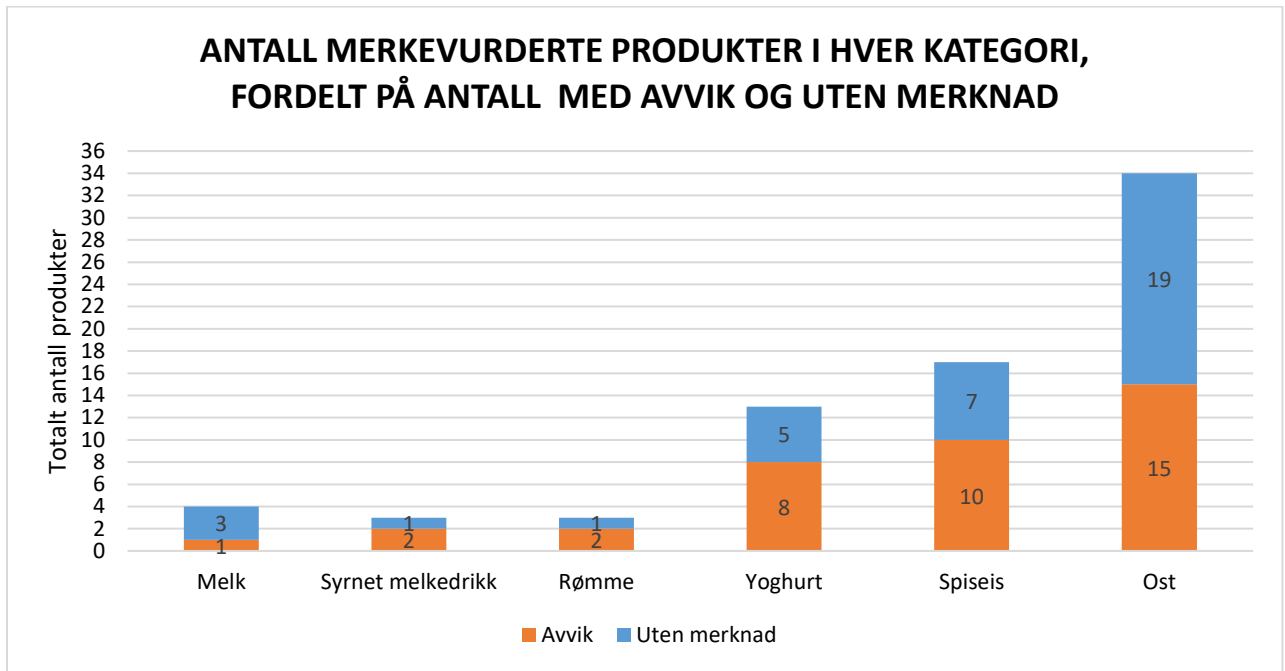
18 av produktene som ble vurdert kom fra land utenfor Norge. Vi vurderte sju importerte yoghurtprodukter og elleve importerte oster. Vi fant avvik ved 13 av disse 18 produktene. Seks yoghurtprodukter hadde avvik og det var avvik ved sju oster.

Det er kun merkevurdert importerte produkter fra to produktkategorier. Det er også to av de tre kategoriene hvor vi har funnet flest avvik generelt. Vi har derfor ikke grunnlag for å si at det er flere feil på importerte produkter enn norskproduserte selv om det kan se slik ut av tallresultatet.

Liste over alle produkter er gjengitt med referansenummer i vedlegget til denne rapporten.



Figur 1 Fordeling av antall produkter med avvik og uten merknad



Figur 2 Oversikt over antall produkter med og uten avvik i de forskjellige produktkategoriene

3.1 Spiseis (betegnelse)

Matinformasjonsforskriften, jf artikkel 17 i forordning (EU) nr. 1169/2011.

Alle næringsmidler skal ha en beskrivende betegnelse. Hensikten med betegnelsen er å gi forbruker klar informasjon om hvilket produkt han har foran seg. Varens betegnelse kan ikke erstattes med et navn som er beskyttet som registrert varemerke eller et fantasinavn. Det er ikke konkret krav i regelverket til plassering av betegnelsen, men obligatoriske næringsmiddelopplysninger skal plasseres på et iøynefallende sted, slik at de er godt synlige og lett leselige.

Spiseisforskriften ble 1. januar 2016 opphevet uten at noen av de konkrete bestemmelsene ble videreført. For de ulike typene is er det da ikke lenger fastsatt konkrete krav i næringsmiddelregelverket om hva som skal være den korrekte eller lovbestemt betegnelsen.

Ettersom det ikke lenger finnes konkrete lovbestemte betegnelser for spiseis, må dette vurderes ut fra blant annet produktsammensetning, produksjonsmetode og eventuelt opp imot European Ice Cream Association (Euroglaces) europeisk bransjeorganisasjon. Mattilsynet har lagt stor vekt på den europeiske bransjestandarden *Code for Edible Ices*, for hva som skal være korrekt betegnelse for spiseis.

I dette sjekkpunktet har vi kun vurdert betegnelsen for spiseis og vi har vurdert 17 produkter [5, 6, 25, 27, 30, 36, 37, 48, 49, 50, 53, 63, 64, 65, 74, 75, 76]. Det ble ikke funnet avvik på disse.

3.2 Melk (betegnelse)

Forskrift om melk og melkeprodukter § 4.

Betegnelsen «melk» kan bare benyttes på produkt som kommer fra en eller flere melkinger av pattedyr, uten at noe tilsettes eller at noen bestanddeler fjernes. Kommer melken fra et annet pattedyr enn ku, må det spesifiseres fra hvilket pattedyr melken kommer, for eksempel geitemelk, hoppemelk og sauemelk. Betegnelsen melk kan også benyttes for melk som har vært behandlet,

dersom behandlingen ikke fører til noen endringer i sammensetningen av melken og for melk med standardisert fettinnhold. Den kan også benyttes i sammensetninger med et eller flere andre ord for å angi type, kvalitet, opprinnelse, tiltenkt bruk, og/eller en beskrivelse av den fysiske behandlingen som melken har gjennomgått.

I dette sjekkpunktet er det kun produkter i kategorien melk som har vært relevant, og vi har vurdert 4 produkter [17, 54, 55, 73]. Det ble ikke funnet avvik på disse.

3.3 Konsummelk (betegnelse)

Forskrift om melk og melkeprodukter § 8.

Forskrift om kvalitet på melk og melkeprodukter, viderefører i all hovedsak de regulerte melkebetegnelse fra den opphevede kvalitetsforskriften. Betegnelsene er relatert til melkens fettinnhold.

«*Helmelk*» kan ha et fettinnhold som er standardisert til minst 3,5 % eller som ikke er standardisert. Fettinnholdet skal ikke være under 3,5 %.

«*Lettmelk*» skal ha et fettinnhold som ligger mellom 0,5 % og 1,8 %.

«*Skummet melk*» skal ha et fettinnhold på under 0,5 %.

Melk med fettinnhold mellom 1,8 % og 3,5 %, og som verken oppfyller kravet til bruk av betegnelsene «*helmelk*» eller «*lettmelk*», skal bruke betegnelsen «*melk X % fett*».

I dette sjekkpunktet har vi sett på betegnelsen til konsummelk, og vi har vurdert 2 produkter [54, 71]. Det ble funnet avvik på ett produkt [54].

Næringsmidlets betegnelse «*gårdsmjøl*k» er ikke en lovbestemt betegnelse. At melken er lett, er påført emballasjen et annet sted enn i betegnelsen. Melken må merkes «*lettmelk*», eller ha fettinnholdet som en del av betegnelsen slik: «*Melk x% fett.*»



Figur 3 Antall avvik i betegnelsen på konsummelk

3.4 Betegnelse som er forbeholdt melkeprodukter

Forskrift om melk og melkeprodukter § 6.

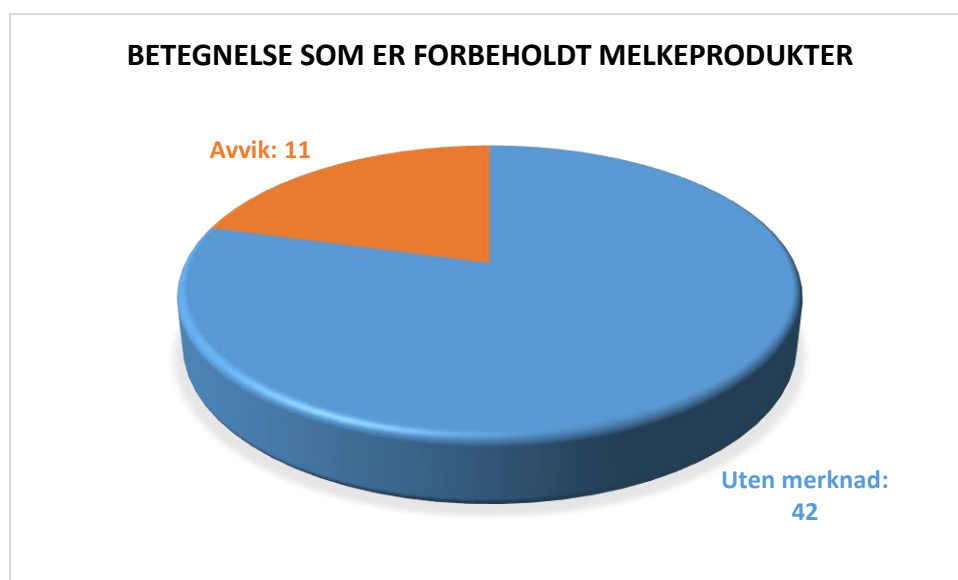
Følgende betegnelser kan bare benyttes på melkeprodukter; myse, fløte, yoghurt, kefirmelk, kulturmilk, kjernemelk, smør, smørrolje, smørfett, ost, kaseiner, rømme, creme fraiche og vannfritt melkefett.

Virksomhetene kan frivillig opplyse om det faktiske fettinnholdet i melkeprodukter som en del av betegnelsen, for eksempel «rømme 10 % fett». Betegnelsen må brukes «ordrett» alle steder der det faktiske fettinnholdet ønskes angitt. Dette er et unntak, og andre næringsmidler må følge reglene i artikkel 30 nr 3 i matinformasjonsforordningen.

I den gamle forskriften om tilvirkning, merking og omsetning av ost, var det krav til å merke ost med mengden fett i tørrstoffet. For eksempel skulle helfet ost merkes F.45+, halvfet ost H.30+ og kvartfet ost K.20+. Ut fra dette kunne en se hvor mye fett som er i tørrstoffet.

I dette sjekkpunktet har vi sett på bruk av betegnelser og opplysning om faktisk fettinnhold, og vi har vurdert 53 produkter (alle produkter i vedlegget til sluttrapporten, med unntak av spiseis og melk). Det ble funnet avvik på 11 av produktene [2, 10, 15, 20, 26, 29, 43, 47, 55, 66, 68].

To produkter mangler betegnelse [2, 26]. 8 produkter har frivillig angitt fettprosenten, men ikke som en del av betegnelsen [10, 15, 20, 29, 43, 47, 55, 66]. Blant disse hadde tre produkter angitt fett i tørrstoff og ikke fett i prosent [29, 43, 47]. I det nye regelverket er det krav om at en skal opplyse om det faktiske fettinnholdet i prosent, dersom en frivillig angir fettinnholdet. En kan ha med fett i tørrstoff som en tilleggsopplysning. Ett produkt manglet både næringsmidlets betegnelse, og hadde feil på gjengivelse av fettprosent [68].



Figur 4 Antall avvik i betegnelsen på melkeprodukter

3.5 Tillatte modifikasjoner av konsummelk

Forskrift om melk og melkeprodukter § 9.

Forskriften gir føringer for modifisering av konsummelk. Eksempler på modifisering er beriking, endring av naturlig fettinnhold og reduksjon av laktoseinnholdet ved omdanning til glukose og galaktose.

I dette sjekkpunktet har vi vurdert fire produkter [17, 54, 71, 73]. Det ble ikke funnet avvik ved disse.

3.6 Ingrediensliste

Matinformasjonsforskriften, jf artikkel 18 i forordning (EU) nr. 1169/2011.

Ingredienslisten skal ha en passende overskrift eller innledning som består av eller inneholder ordet «ingredienser». Den skal omfatte alle ingredienser i næringsmidlet angitt i synkende rekkefølge etter vekt.

I dette sjekkpunktet har vi kontrollert at alle produkter har ingrediensliste, og at den er innledet med ordet «ingredienser». Vi har kontrollert om ingrediensene er angitt i fallende rekkefølge, at de er oppgitt i henhold til regelverkskrav og produktdatablad. Vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik ved 11 produkter [3, 4, 32, 33, 36, 37, 38, 40, 41, 43, 47].

Ingredienslisten på to av produktene manglet ordet «ingredienser» innledningsvis [3, 4]. For tre av produktene manglet kategoribetegnelse for tilsetningsstoff [36, 37, 47]. Tilsetningsstoff skal angis i ingredienslisten med kategori (funksjon) og spesifikt navn eller E-nummer. Ett produkt hadde ikke angitt ingrediensene i fallende orden etter vekt [43]. De resterende produktene hadde uoverensstemmelse mellom opplysninger i produktdatablad og ingrediensliste [32, 33, 38, 40, 41].



Figur 5 Antall avvik i ingredienslisten for melk, melkeprodukter og spiseis

3.7 Merking av stoffer eller produkter som forårsaker allergier eller intoleranser (allergener)

Matinformasjonsforskriften, jf artikkel 21 i forordning (EU) nr. 1169/2011, jf vedlegg II.

Allergener er en samlebetegnelse for ingredienser som kan forårsake allergi eller intoleranser hos forbruker. Allergener, eller ingredienser som er produsert av allergene råvarer, skal utheves i ingredienslisten med en tydelig henvisning til allergenet. I matinformasjonsforordningen finnes en liste over hvilke allergener som skal merkes på denne måten. Informasjon om allergener skal ikke gjentas andre steder på emballasjen enn i ingredienslisten, da forbruker skal kunne finne all relevant informasjon om ingrediensene der.

I dette sjekkpunktet har vi sett på om allergener er merket korrekt, og vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik på 3 produkter [74, 75, 76].

Produktene har allergener korrekt uthevet i ingredienslisten, men allergenene er i tillegg gjentatt i egen liste under ingredienslisten [74, 75, 76]. Regelverket åpner ikke for tilleggsmerking utenom ingredienslisten. Allergenene skal derfor kun oppgis i ingredienslisten.



Figur 6 Antall avvik på allergenmerking for melk, melkeprodukter og spiseis

3.8 Mengdeangivelse av ingredienser

Matinformasjonsforskriften, jf artikkel 22 i forordning (EU) nr. 1169/2011.

Mengden av en ingrediens skal angis dersom en ingrediens vanligvis forbindes med produktet, ingrediensen inngår i betegnelsen, eller den framheves ved hjelp av ord, bilder eller grafisk framstilling. Mengden av en ingrediens skal angis enten i næringsmiddelets betegnelse, i umiddelbar nærhet av næringsmiddelets betegnelse eller i ingredienslisten.

Dette kan også omtales som kvantitativ ingrediensmerking eller QUID (quantitative ingredient declaration).

I dette sjekkpunktet har vi sett på om mengden av en ingrediens er angitt korrekt, og vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik ved 5 produkter [5, 20, 27, 34, 63].

Et av produktene har et bilde av en ingrediens [20], og fire produkter har ord som sier at produktet inneholder ingrediensen [5, 27, 34, 63], uten at mengden av ingrediensen er angitt.



Figur 7 Antall avvik på mengdeangivelse av ingredienser for melk, melkeprodukter og spiseis

3.9 Innhold næringsdeklarasjon

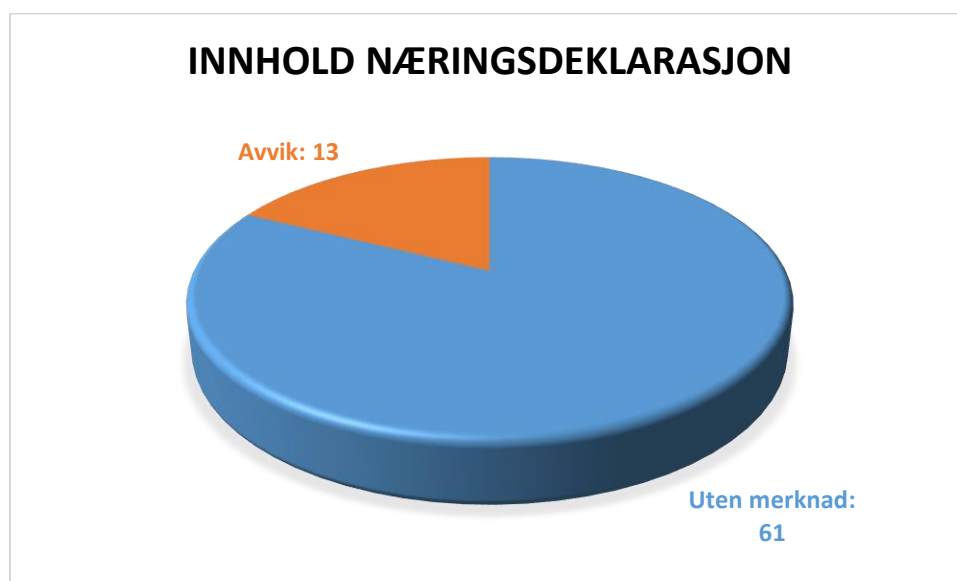
Matinformasjonsforskriften, jf artikkel 30 i forordning (EU) nr. 1169/2011.

Næringsdeklarasjon skal angis pr. 100 g eller 100 ml. De obligatoriske næringsstoffene skal angis i følgende rekkefølge: energiinnhold, mengde fett hvorav mettede fettsyrer, karbohydrater hvorav sukkerarter, protein og salt. De obligatoriske næringsstoffene kan utfylles med informasjon om en-umettede fettsyrer, flerumettede fettsyrer, polyoler, stivelse, kostfiber og de vitaminer og mineraler som er oppført i del A nr. 1 vedlegg XIII, og som forekommer i betydelig mengde som definert i nr. 2 i del A vedlegg XIII. Rekkefølgen i vedlegg XV må da følges.

En kan frivillig gjenta opplysninger om energi eller energi sammen med mengden fett, mettede fettsyrer, sukkerarter og salt i hovedsynsfeltet på emballasjen. Gjentas andre næringsstoffer må kravene i ernærings- og helsepåstandregelverket følges.

I dette sjekkpunktet har vi sett på om produktene er angitt med næringsdeklarasjon pr. 100 g eller 100 ml, og om næringsstoffene er angitt korrekt. Vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik ved 13 produkter [9, 19, 32, 33, 34, 36, 37, 40, 41, 43, 44, 47, 50].

Syv produkter har ikke benyttet forskriftsbestemt ordlyd for næringsstoffene [32, 33, 40, 41, 43, 44, 47]. For eksempel er det deklarerert «sukker» i stedet for «hvorav sukkerarter», og «mettet fett» i stedet for «hvorav mettede fettsyrer». Tre produkter har gjentatt deler av næringsdeklarasjonen andre steder på emballasjen, uten å gjenta alle næringsstoffene som det er obligatorisk å gjengi [9, 19, 34]. Tre produkter har feil rekkefølge på næringsstoffene i deklarasjonen [36, 37, 50]. To produkter mangler angivelse av noen næringsstoffer i deklarasjonen [36, 37]. For to produkter er det ikke samsvar mellom verdier for enkelte næringsstoffer i næringsdeklarasjonen og i produktdatablad [40, 41].



Figur 8 Antall avvik på innholdet i næringsdeklarasjonen for melk, melkeprodukter og spiseis

3.10 Presentasjon

Matinformasjonsforskriften, jf artikkel 34 i forordning (EU) nr. 1169/2011.

Opplysningene i den obligatoriske næringsdeklarasjonen skal angis i et tydelig format i samme synsfelt.

I dette sjekkpunktet har vi sett på om næringsdeklarasjon er angitt i tabellform, alternativt på linje og i samme synsfelt. Vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble ikke funnet avvik ved disse.

3.11 Stempelmerking, identifikasjonsmerking av animalske næringsmidler

Animaliehygieneforskriften, jf artikkel 5 i forordning EF nr. 853/2004.

Produkter av animalsk opprinnelse skal påføres et identifikasjonsmerke i samsvar med bestemmelsene i animaliehygieneforskriften. Identifikasjonsmerket skal være lett leselig, ikke kunne slettes, og bestå av tydelige tegn. Merket skal angi navnet på den staten der virksomheten ligger, enten skrevet helt ut, eller vist som en kode på to bokstaver. Merket skal angi virksomhetens godkjeningsnummer, og være ovalt.

I dette sjekkpunktet har vi sett på om produktene som har krav til identifikasjonsmerke er korrekt merket, og vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik ved 3 produkter [1, 2, 42].

To produkter manglet forkortelsen EFTA [1, 2], og på et produkt samsvarte ikke stempelmerket med landet hvor produktet var produsert [42].



Figur 9 Antall avvik på idetifikasjonsmerking for melk, melkeprodukter og spiseis

3.12 God opplysningspraksis

Matinformasjonsforskriften, jf artikkel 7 i forordning (EU) nr. 1169/2011.

Bilder, beskrivelse av produkter, ingredienser eller kjente begreper, dekor og lignende regnes som en del av matinformasjonen til forbruker. Matinformasjonen gir forbruker forventninger om innhold og sammensetning, og skal derfor være mest mulig presis og representativ for produktet. Det skal være sammenheng mellom innhold og merking på produktet.

I dette sjekkpunktet har vi sett på matinformasjonen på produktene i sin helhet og om de er egnet til å villedde forbrukerne. Vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik på 8 produkter [1, 2, 33, 34, 35, 41, 64, 70].

To produkter var merket med påstanden «ingen kunstige tilsetningsstoffer» [1, 2]. Et produkt er merket med «naturlig fargestoff» [41]. Tilsetningsstoffer er bearbejdede produkter, og kan dermed ikke kalles naturlige. Et produkt er merket «ingen kunstig søtning» [70]. Dette er en negativ påstand og er ikke tillatt. På et produkt er det bilde av en frukt, men produktet inneholder kun juice av frukten [33]. Et produkt er merket «glutenfri» [33]. Dette er ikke tillatt da en matvare ikke skal 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. Yoghurt er naturlig fri for gluten. På to produkter er det angitt «0% tilsatt sukker», men tilleggsmerkingen «med det naturlig innhold av sukker» mangler [34, 35]. En slik tilleggsmerking bør påføres da melk inneholder naturlig sukker. Et produkt er merket med Stevia på grønt blad [64]. Dette er ikke tillatt da produktet kun inneholder ekstraktet steviolglykosid.



Figur 10 Antall avvik på god opplysningspraksis for melk, melkeprodukter og spiseis

3.13 Særlige vilkår for ernæringspåstander

Forskrift om ernærings- og helsepåstander, jf kapittel III i forordning (EF) nr.1924/2006.

En ernæringspåstand gir informasjon om innhold av visse næringsstoffer og kan bare fremsettes dersom de er listet opp i positivlisten i vedlegget til forskriften. Definisjonen av begrepet ernæringspåstand innebærer *merking, budskap eller framstilling som angir, indikerer eller antyder at en matvare har særlige positive egenskaper på grunn av innhold av, eller fravær av energi, næringsstoffer eller andre stoffer.*

Påstanden «lett» eller «light» brukes som regel i forbindelse med redusert innhold av sukker eller fett, for å vise til en reduksjon i energiinnholdet. Merking av «lett – redusert sukkerinnhold» kan villedende forbrukeren for næringsmidler som inneholder både sukker og fett, hvis ikke produktet har lavere fett-og/eller energiinnhold.

Det er ikke tillatt å bruke forsterkninger av ordlyden i påstandene, da dette ikke anses å tilfredsstille kravet om at omformulering av en påstand bare kan gjøres så lenge den nye formuleringen har samme betydning som den opprinnelige. For eksempel kan påstanden «lett» ikke omformuleres til «ekstra lett/lavt» eller «ultra lett» m.fl.

I dette sjekkpunktet har vi sett på om vilkårene for bruk av påstander er oppfylt i henhold til kravene i regelverket for ernærings- og helsepåstander. Vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik på 2 produkter [50, 70].

Et produkt har påstanden «uten tilsatt sukker» [50]. Produktet inneholder karamellisert sukker (disakkarider) og påstanden blir derfor ulovlig da det ikke er tillatt med mono- eller disakkarider ved en slik påstand.

Et produkt har angitt prosent tilsatt sukker [70]. Måten dette er fremstilt på gjør at det oppfattes som en påstand. Prosent tilsatt sukker er ikke en lovlig ernæringspåstand.



Figur 11 Antall avvik på særlige vilkår for ernæringspåstander for melk, melkeprodukter og spiseis

3.14 Ernærings og helsepåstand - villedende

Forskrift om ernærings- og helsepåstander, jf kapittel II i forordning (EF) nr. 1924/2006.

Bruk av ernæringspåstander i merking, presentasjon eller reklame er frivillig, men dersom påstander brukes må de være i overensstemmelse med forskrift om ernærings- og helsepåstander.

Matinformasjonsforskriften inneholder et generelt forbud mot å villedde kjøperen. Forskrift om ernærings- og helsepåstander utfyller de allmenne villedningsprinsippene i matinformasjonsforskriften, og fastsetter særlige bestemmelser for bruk av ernæringspåstander.

Bruk av frivillige utsagn og ord kan objektivt sett være riktig, men likevel være villedende i den sammenhengen de brukes. Produkter som kaller seg «zero» vil kunne oppfattes av forbrukere som sukkerfrie og dermed også uten kalorier. «Zero» betyr null, for eksempel ikke sukker eller fett. Når «zero» benyttes i merkingen på melk og melkeprodukter om uten tilsatt sukker kan en alminnelig opplyst gjennomsnittsforkbruker villedes. Produkter med melk har et naturlig innhold av sukker. Som oftest er «zero» plassert på et iøynefallende sted på emballasjen av produktene, og da er det ikke lett for forbrukeren å forstå at produktet inneholder sukker. Man kan anta at forbruker knytter begrepet «zero» til leskedrikknæringen, da de har brukt denne merkingen i lang tid om produkter som ikke inneholder verken sukker eller kalorier. «Zero» er i dette tilfellet en ulovlig ernæringspåstand hvis ikke vilkårene til bruk av «sukkerfritt» i forskrift om ernæring og helsepåstander er ivaretatt.

I dette sjekkpunktet har vi sett på bruk av ernæringspåstander og om de er benyttet på en slik måte at den kan oppfattes som villedende for forbruker. Vi har ikke sett på helsepåstander. Vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik på 4 produkter [13, 26, 50, 64].

To produkter har brukt påstanden Zero [13, 26].

Et produkt er merket med «uten tilsatt sukker» men produktet inneholder karamellisert sukker for å gi farge [50]. Dette blir villedende da det ikke er tillatt å tilsette sukker (disakkarider) til produkter når man benytter denne påstanden.

Et laktosefritt produkt er merket med «naturlig innhold av melkesukker» [64]. Dette blir villedende da laktosefrie produkter ikke skal inneholde melkesukker.



Figur 12 Antall avvik på villedende ernæringspåstander for melk, melkeprodukter og spiseis

3.15 Sammenliknende ernæringspåstander

Forskrift om ernærings- og helsepåstander, jf kapittel III i forordning (EF) nr. 1924/2006.

Sammenliknende påstander er påstander om hvordan et næringsmiddel er forskjellig fra et annet næringsmiddel. En lettvariant skal sammenlignes med fullfettvarianten eller den sukkersøte varianten. Forskjellen i mengden av et næringsstoff og/eller energiinnhold skal angis. Det ikke er nok å sammenligne med sine egne fullfett- eller sukkersøtede varianter. Det skal også sammenlignes med andre varemerker (herunder andre produsenter) på det norske markedet.

Det er tillatt med sammenlikningspåstander for:
redusert energiinnhold, økt innhold av næringsstoffets navn, redusert innhold av næringsstoffets navn og lett.

I dette sjekkpunktet har vi sett på bruk av sammenlikningspåstander, og om disse er benyttet korrekt. Vi har vurdert 74 produkter (alle produktene i vedlegget til sluttrapporten). Det ble funnet avvik på to produkter [42 og 64].

Et produkt oppfattes som lett, men det kommer ikke fram hva det er som gjør den lett, og om den er sammenliknet med andre fullfettvarianter på det norske markedet [64].

Et produkt har benyttet påstanden «et lettere alternativ til.....» men har ikke sammenliknet produktet med produkter innenfor samme produktkategori [42].



Figur 13 Antall avvik på sammenliknende ernæringspåstander for melk, melkeprodukter og spiseis

3.16 Resultater fra hver produktkategori

Tabellene viser hvor mange avvik det er for hvert sjekkpunkt i hver produktkategori. Tallene 0- 10 viser antall avvik.

Tabell 1 Fordeling av avvik på hvert sjekkpunkt for produkter i kategorien melk. Totalt 4 vurderte produkter.



Tabell 2 Fordeling av avvik på hvert sjekkpunkt for produkter i kategorien syrnede melkedrikker. Totalt 3 vurderte produkter.



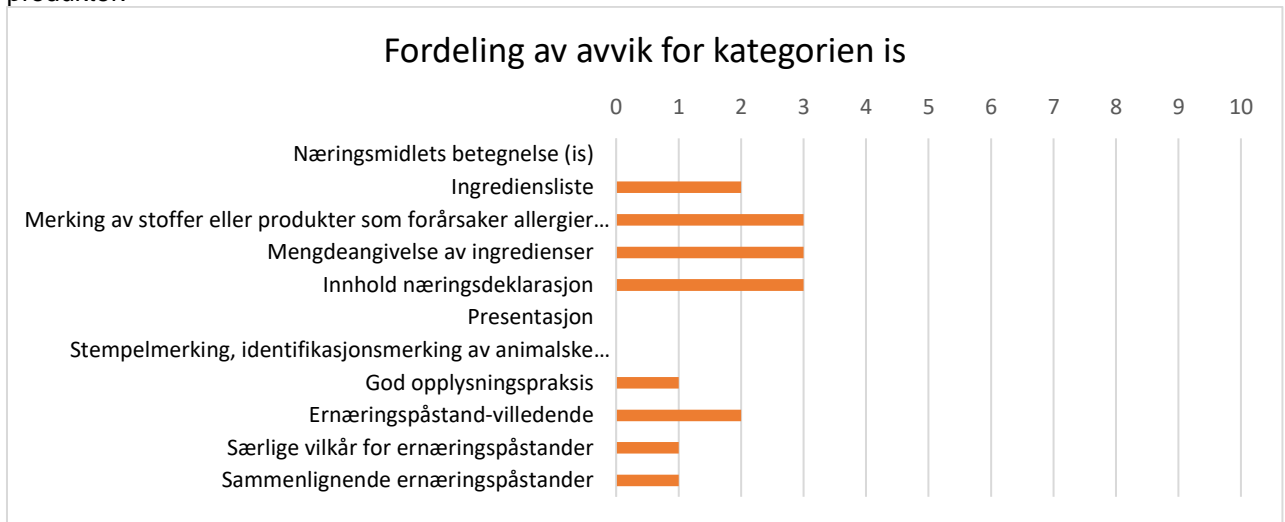
Tabell 3 Fordeling av avvik på hvert sjekkpunkt for produkter i kategorien rømme. Totalt 3 vurderte produkter.



Tabell 4 Fordeling av avvik på hvert sjekkpunkt for produkter i kategorien yoghurt. Totalt 13 vurderte produkter.



Tabell 5 Fordeling av avvik på hvert sjekkpunkt for produkter i kategorien spiseis. Totalt 17 vurderte produkter.



Tabell 6 Fordeling av avvik på hvert sjekkpunkt for produkter i kategorien ost. Totalt 34 vurderte produkter.



4. Konklusjon

Mattilsynet har vurdert 74 ferdigpakkede melk, melkeprodukter inkludert spiseis, og fant avvik ved 38 av disse. Dette er produkter produsert i Norge, og produkter fra EØS/tredjeland (samhandel/import). De vurderte produktene er en relativt liten del av det antall produkter som finnes på markedet i samme kategori. Vi har valgt ut hverdagsprodukter som har stort salgsvolum. Dette for å få et bilde av status på merkingen generelt, og etter oppheving og endringer av kravene for merking av melk, melkeprodukter og spiseis.

Vi fant flest avvik i merkingen på næringsdeklarasjon, ingrediensliste og god opplysningspraksis i matinformasjonsforordningen, samt betegnelse på melkeprodukter i forskrift om kvalitet på melk og melkeprodukter. For spiseis har vi ikke funnet avvik i betegnelsen. Det er funnet relativt få feil på de tre sjekkpunktene for ernæringspåstander i forhold til de 74 produktene som er vurdert. Det er for eksempel ikke funnet bruk av gradsangivelser av ordet «lett», som blant annet «så lett», «lettere» eller «ekstra lett».

Noen av avvikene som er funnet går på at virksomhetene ikke har satt seg godt nok inn i de nye regelverkskravene for melk og melkeprodukter. For eksempel benyttes angivelse av tørrstoff og fettprosent feil. Overgangsbestemmelsene om å kunne produsere og merke i samsvar med bestemmelser i tidligere regelverk, gjaldt til og med 31.12.2016.

Vi er ikke kjent med at noen av avvikene har vært av en slik art at de har kunnet medføre helsefare for forbruker.

Vi ser at produktkategoriene yoghurt, spiseis og ost har avvik ved en større del av sjekkpunktene enn melk, syrnede melkedrikker og rømme. Noe kan skyldes at vi har vurdert flere produkter i disse kategoriene, men at det også i større grad er benyttet frivillig tilleggsmerking som påstander på disse produktene.

I Merkesjekken 2014 ble 54 melk- og melkeprodukter vurdert, og det ble funnet avvik ved 33% av disse. Sjekkpunkter som blant annet betegnelse, mengdeangivelse og ingrediensliste ble kontrollert. 6% av produktene hadde i 2014 villedende betegnelse, 9% av produktene hadde mangelfull merking på mengdeangivelse og 15% hadde mangelfull ingrediensliste. Årets merkesjekk viser at det er feil med betegnelsen på 21% av melk- og melkeproduktene, 3,5% på mengdeangivelse, og 16% hadde avvik på ingredienslisten. Uten å ha gått detaljert inn i enkeltsaker, viser sammenlikningen gjentakende regelverksbrudd i sjekkpunktene som beskrevet, når man sammenlikner med Merkesjekken 2014.

Utviklingstrekket fra Merkesjekken 2014 til 2017 viser en økning i antall produkter med avvik i merkingen, med unntak for mengdeangivelse¹. Spiseis er holdt utenfor sammenlikningen av resultatene, da spiseis ikke var omfattet av Merkesjekken 2014.

Kampanjens resultater viser at virksomhetene fortsatt har utfordringer med å merke korrekt. Det forventes at virksomhetene bruker erfaringene fra denne kampanjen til å gjøre seg kjent med regelverket, og gjennomgå merkingen på alle sine produkter. Ikke bare de som ble tatt ut for vurdering av Mattilsynet.

5. Vedlegg

Liste over alle produkter gjengitt med referansenummer.

¹ Mengdeangivelse er å angi mengden av en ingrediens i produktet hvis ingrediensen er fremhevet på emballasjen med ord, bilder eller en grafisk framstilling. Se også punkt 3.8.