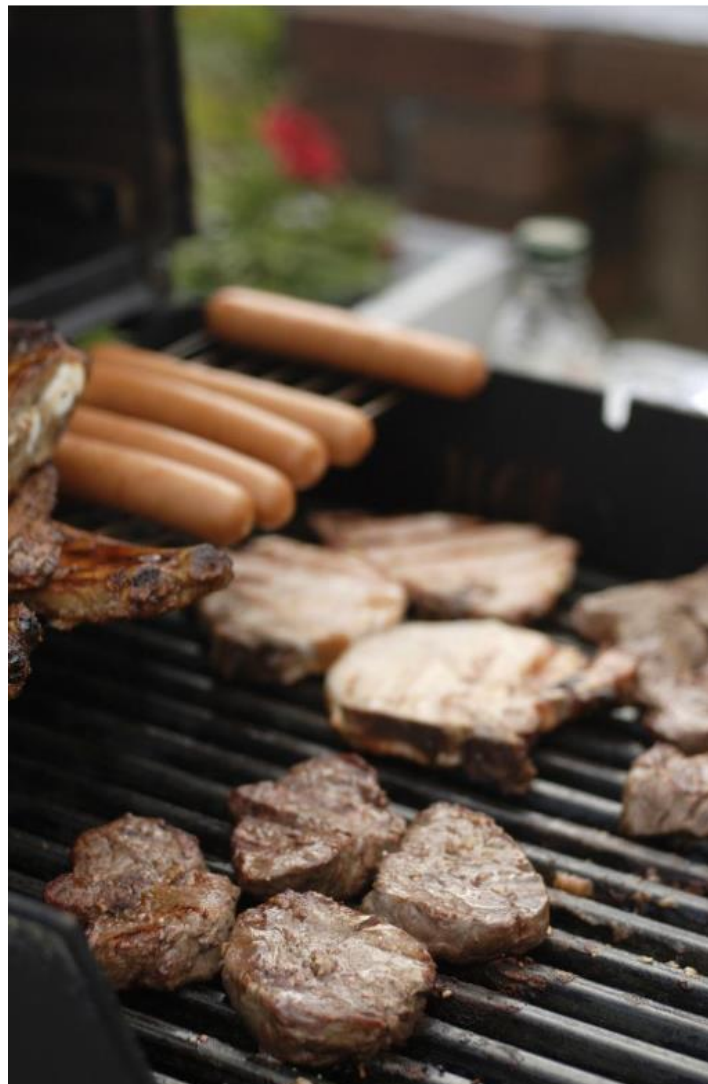


Merkesjekken 2015 – Mattilsynet ser på kjøtt og kjøttprodukter

Revidert rapport 29. januar 2016

Statens tilsyn for planter, fisk, dyr og næringsmidler



Mattilsynets nasjonale tilsynskampanje for merking av ferdigpakkede matvarer

Innholdsfortegnelse

1	Sammendrag.....	3
2	Innledning.....	4
2.1	Mål	4
2.2	Organisering.....	4
2.3	Omfang	5
2.4	Gjennomføring	5
2.5	Regelverksgrunnlaget	6
2.6	Virkemiddelbruk	6
3	Resultater.....	6
3.1	Produkter produsert i Norge og importerte produkter.....	7
3.2	Om kjøtt og kjøttprodukter	7
3.2.1	Kategorisering av produkter	7
3.2.2	Kjøttkategorier og resultater	8
3.3	Hva har vi sett på?	9
3.3.1	Sjekkpunktene og resultat i produkter der dette er relevant	10
3.4	Avvik ved næringsmiddelets betegnelse.....	10
3.5	God opplysningspraksis	11
3.6	Avvik ved obligatorisk tilleggsangivelse	12
3.7	Avvik i mengdeangivelse av ingredienser	14
3.8	Avvik i merking av tilsetningsstoffer.....	16
3.9	Avvik i merking av allergener.....	16
3.10	Vurdering av resultater	17
3.11	Endringer 2013-2015.....	18
4	Konklusjon.....	19

1 Sammendrag

Mattilsynet har i 2015 gjennomført kampanjen «*Mattilsynet ser på kjøtt og kjøttprodukter*». 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 ferdigpakket kjøtt og kjøttprodukter, både importerte og innenlands produserte varer. Tilsynet ble gjennomført i perioden 18. mai – 18. juni.

I kampanjen har vi undersøkt følgende punkter i merkingen:

- Næringsmiddelets betegnelse
- Obligatoriske tilleggsbetegnelser
- Mengdeangivelse av ingredienser (QUID-merking)
- Bruk av illustrasjoner
- Merking av allergener
- Bruk og merking av tilsetningsstoffer

Vi har vurdert 257 produkter fra 140 virksomheter. Vi fant avvik i merkingen ved 167 produkter fra 103 virksomheter.

Sjekkpunktene det ble funnet flest avvik ved, var avvik i mengdeangivelse av ingredienser (39 %), avvik i merking av tilsetningsstoffer (46 %) og avvik i merking av allergener (47 %). Fordelt på kjøttkategorier var det flest mangler i varmebehandlede kjøttprodukter som omfatter f.eks. pølser og påleggsprodukter.

- Når en ingrediens framheves i matinformasjonen eller vanligvis forbindes med et produkt skal prosentvis mengde tilsatt i produktet angis (QUID).
- Tilsetningsstoffer er detaljert regulert både på hvilke produkter de kan brukes i og hvordan de skal merkes. Tilsetningsstoffer i matvarer skal merkes med kategori (funksjon) og spesifikt navn eller E-nummer.
- Allergene ingredienser og ingredienser som kan gi intoleransreaksjoner skal utheves i ingredienslisten med en tydelig henvisning til den allergene råvaren.

Matinformasjonsregelverket ble endret i 2014. En del krav fra det daværende merkeregulverket er videreført, noen krav er endret og noen krav er nye. Resultatene viser avvik både i videreførte krav, endrete krav og nye krav.

Andel avvik i merkingen på kjøtt og kjøttprodukter er tilnærmet uendret i 2013, 2014 og 2015. Nesten 3 av 4 virksomheter hadde produkter som ikke var merket i samsvar med kravene. Dette viser at kjøttbransjen har problemer med å håndtere merking av kjøtt og kjøttprodukter. Bransjen bør ha større fokus på merking slik at forbrukerne får de opplysningene de har krav på. De enkelte virksomhetene forventes å gå gjennom rutinene de har for å sikre at merkingen er i samsvar med gjeldende regelverk. Dette må være en del av virksomhetenes system for internkontroll for å oppfylle næringsmiddellovgivningen.

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: varens betegnelse, ingrediensliste, allergener, mengdeangivelse av ingredienser, nettoinnhold, holdbarhetsmerking, særlige vilkår for oppbevaring og bruk, navn og adresse på driftsansvarlig, opprinnelsesland, bruksanvisning, alkoholinnhold m.m.

Brudd på disse kravene kan bidra til å villede 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 og illustrasjoner tas med i vurderingen. Ved en slik skjønnsmessig vurdering er det en tommelfingerregel 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 høyere. 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 kampanje på dette.

Mattilsynet har tidligere gjennomført to kampanjer på dette temaet: Kampanjen *Villedende merking 2013* som ble gjennomført i tre av Mattilsynets regioner, og kampanjen *Mattilsynet ser på hverdagsmaten din 2014* som ble gjennomført i alle regioner. Begge kampanjene viste at mange virksomheter ikke behersket kravene til merking av matvarer, og derfor måtte bedre sine rutiner for merking av mat.

2.1 Mål

Det overordnede målet med kampanjen var å føre tilsyn med hvordan virksomhetene etterlever regelverket, for gjennom det øke virksomhetens kompetanse om korrekt og redelig merking av matvarer.

2.2 Organisering

Kampanjeansvarlig	Karina Kaupang, regiondirektør i region Stor-Oslo
Arbeidsgruppe	<ul style="list-style-type: none">• Ingvild Tømmerberg Sletta, avd. Østfold og Follo, kampanjeleder• Aina Svenneby, region Stor-Oslo
Ressursgruppe i region Stor-Oslo	<ul style="list-style-type: none">• Anita Sveum Ihle, avd. Romerike• Natalia Larsen, avd. Oslo, Asker og Bærum• Siv Kjersti Haugen, avd. grensekontroll og import• Karine Berge Hansen, avd. Østfold og Follo
Ressursgruppe, interregionalt fagforum merking, kvalitet og fremmedstoffer	<ul style="list-style-type: none">• Anne-Mette Wigdahl Østerås, region Midt• Knut Øystein Johansen, region Nord• Signe Sem, region Øst• Marit Skrudland, region Sør og vest
Kontaktpersoner ved Mattilsynet hovedkontor	<ul style="list-style-type: none">• Nina Lødrup, seksjon merking og kvalitet• Anne- Pia Lødemel, seksjon merking og kvalitet• Eva Lillebakken, seksjon hygiene og drikkevann• Cecilie Svenning, seksjon fremmedstoffer og EØS

2.3 Omfang

Den gamle merkeforskriften fra 1993 ble 13. desember 2014 erstattet med en ny matinformasjonsforskrift. Merkekampanjen i 2015 *Mattilsynet ser på kjøtt og kjøttprodukter* har tatt for seg bestemmelser som er videreført, men også noen av de bestemmelsene som ble innført med det nye merkeregulverket.

Årets kampanje omfattet merking av ferdigpakkede kjøtt og kjøttprodukter. Virksomheter og produkter er til dels valgt ut ifra antatt risiko for regelbrudd. Kampanjeresultatene er derfor ikke nødvendigvis representative for de produktene som finnes på markedet.

Vi har undersøkt følgende deler av merkingen på produktene:

- Næringsmiddelets betegnelse
- Obligatoriske tilleggsbetegnelser
- Mengdeangivelse av ingredienser (QUID-merking)
- Bruk av illustrasjoner
- Merking av allergener
- Bruk og merking av tilsetningsstoffer

Matinformasjonsforskriften har innført en del nye bestemmelser som kunne vært aktuelt å kontrollere på kjøtt og kjøttprodukter. EU-kommisjonen har imidlertid ikke avgjort hvordan disse bestemmelsene skal tolkes, og vi har derfor utelatt disse fra årets kampanje. Dette dreier seg for eksempel om:

- dato for første innfrysing i artikkel 11, jfr. vedlegg III nr. 6,
- opprinnelsesmerking av kjøtt i artikkel 26 nr. 2b, vedlegg XI),
- merking med betegnelsen «Sammensatt av stykker av kjøtt» i artikkel 17 nr. 5, vedlegg VI nr. 7.

Videre har vi ikke sett på frivillige merkeordninger (nøkkelhull, økologisk, halal, fairtrade, Nyt Norge mm). Sammensatte produkter, der kjøtt/kjøttprodukter inngår som en av ingrediensene (eksempelvis pizza), er heller ikke omfattet av kampanjen.

2.4 Gjennomføring

Merkesjekken 2015 var en nasjonal kampanje, og alle Mattilsynets fem regioner deltok i arbeidet. Tilsynet er gjennomført ved å kontrollere informasjonen på matvarens emballasje. I enkelte tilfeller, og etter behov, er matinformasjonen vurdert opp mot oppskrifter (resepter) eller produktdatablader.

Kampanjegruppen laget felles sjekklister med veileder til bruk under merkevurderingen, som ble gjennomgått for inspektørene før oppstart

Tilsyn der merkingen avgjøres

Kampanjen har omfattet merkingen på produkter som virksomheten selv produserer, pakker eller importerer. Tilsynet ble gjennomført der innholdet i merkingen *bestemmes*. Det betyr at der en virksomhet er en del av et konsern, og innholdet i merkingen *fastsettes* av hovedkontoret, er det regionen der hovedkontoret ligger som har utført tilsynet. Vi vurderte at det er den adressaten som er oppgitt på selve forpakningen av produktet som er ansvarlig for merkingen.

Informasjon til bransjen

Vi informerte interessentene skriftlig om gjennomføring av tilsynene i forkant av kampanjen. Dette er i tråd med Mattilsynets retningslinjer for gjennomføring av nasjonale kampanjer og tilsynsprosjekter. Informasjon ble sendt til ulike interessenter som NHO mat og drikke, KLF,

Merkesjekken 2015: Mattilsynet ser på kjøtt og kjøttprodukter

Nortura, Dagligvareleverandørenes forening og Forbrukerrådet. I tillegg laget vi et informasjonsbrev om kampanjen til virksomhetene.

2.5 Regelverksgrunnlaget

Matloven:

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

Matinformasjonsforskriften:

Forskrift 28. november 2014 nr. 1497 om matinformasjon til forbrukerne (matinformasjonsforskriften), spesielt artikkel 2, artikkel 7, artikkel 17 artikkel 18, artikkel 21 og artikkel 22

Tilsetningsstoffforskriften:

Forskrift 6. juni 2011 nr. 668 om tilsetningsstoffer til næringsmidler:

Næringsmiddelhygieneforskriften:

Forskrift 22.12.2008 nr. 1623 om næringsmiddelhygiene, særlig definisjoner i artikkel 2

Animaliehygieneforskriften:

Forskrift 22.12.2008 nr. 1624 om særlige hygieneregler av animalsk opprinnelse, spesielt definisjoner i vedlegg I

2.6 Virkemiddelbruk

I første omgang vil Mattilsynet følge opp de virksomhetene der det er merknader til merkingen. I oppfølgingen av kampanjen vil Mattilsynet også kontakte enkelte virksomheter for å justere opprinnelig virkemiddelbruk der dette eventuelt er påkrevet.

Med merknader mener vi:

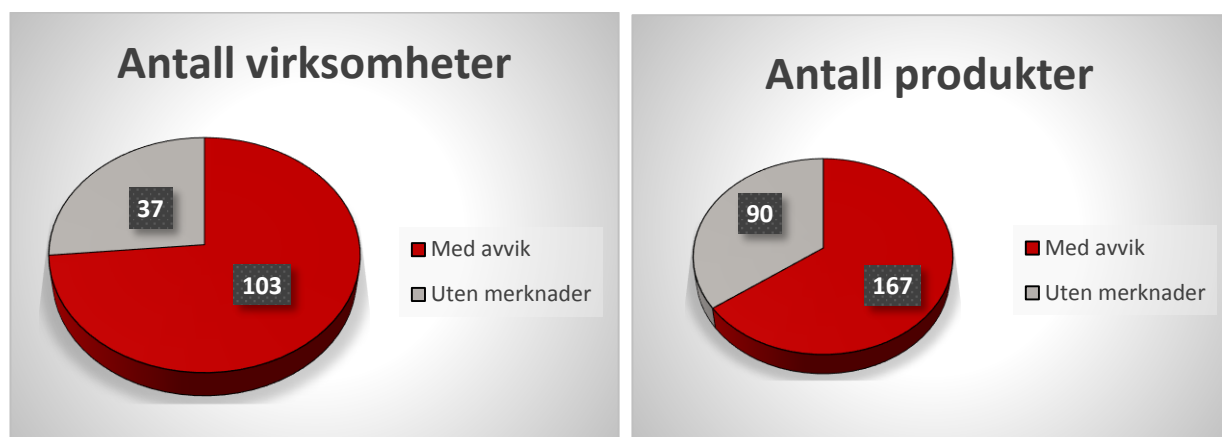
- Avvik i næringsmiddelets betegnelse, avvik i obligatorisk tilleggsangivelse, merking villedende, mengdeangivelse misvisende, tilsetningsstoffer mangelfull og allergener mangelfull.
- Ingen merknad betyr at vi ikke har vunnet brudd på de merkekravene som omfattes av denne kampanjen.

3 Resultater

Her vises resultater fra merkevurderingene på det tidspunktet tilsynet ble gjennomført.

Vedlegg 1 gir en oversikt over produktene, samt hvilke vurderinger som er gjort av det enkelte sjekkpunktet. Merk at ikke alle sjekkpunkter er relevante for alle produkter. Dette kommer fram av oversikten.

Totalt har vi vurdert 257 produkter fra 140 virksomheter. Vi hadde merknader til merkingen på 167 produkter fra 103 virksomheter. Figur 1 viser at tre av fire virksomheter hadde avvik i merkingen på ett eller flere produkter. Figuren viser også at to av tre produkter hadde avvik i merkingen på ett eller flere sjekkpunkter.



Figur 1 Antall virksomheter og antall produkter, Merkesjekken 2015

3.1 Produkter produsert i Norge og importerte produkter

Kun 12 av produktene som ble vurdert kom fra land utenfor Norge. Vi fant avvik ved 2 av 12 produkter. Antallet er dog for lite til å vurdere hvorvidt det er flere eller færre brudd på regelverket i produkter som er produsert utenfor Norge, sammenlignet med norskproduserte produkter.

3.2 Om kjøtt og kjøttprodukter

Forskrift om kjøttvarer og kjøttprodukter inneholdt tidligere definisjoner og kvalitetskrav til en rekke kjøttprodukter. De fleste av disse er opphevet. Begrunnelsen for å oppheve disse var at de ikke i tilstrekkelig grad var blitt oppdatert de siste årene. Mange av bestemmelsene "stemte derfor ikke lenger med virkeligheten" og hindret virksomhetenes produktutvikling på en slik måte at de ikke kunne imøtekomme forbrukernes etterspørsel.

Flere av bestemmelsene i mer generelt næringsmiddelregelverk, som for eksempel matinformasjonsforskriften, vil uansett regulere visse "kvalitetsaspekter" for disse produktene, da de i større grad pålegger produsentene å informere forbruker om hva de har gjort med produktet gjennom krav til merking med en rekke tilleggsangivelser. Det skal være tydelig for forbruker hva slags kvalitet det er på produktet de kjøper.

3.2.1 Kategorisering av produkter

Vi har sortert produktene i kategorier. Dette gir informasjon om resultater per kategori. Inndelingen baserer seg på de samme næringsmiddelkategoriene som tilsetningsstofforskriften er delt inn i. Disse næringsmiddelkategoriene relaterer seg til animaliehygieneregelverket og definisjonene som gis der. Alle næringsmidler skal kunne plasseres i kategoriene og kategori 8 er den kategorien som dekker kjøtt og kjøttprodukter.

8.1 Ferskt kjøtt, unntatt bearbeidet kjøtt som definert i forordning (EF) nr. 853/2004

Dette er kjøtt som ikke har vært behandlet på en slik måte at dets opprinnelige tilstand er blitt vesentlig endret. De kan imidlertid ha blitt delt, partert, utskåret, oppskåret, utbeinet, hakket, flådd, kvernet, snittet, rensket, renskåret, avskallet, malt, kjølt, fryst, dypfryst, tint, avskallet, emballert eller uemballert.

8.2 Bearbeidet kjøtt som definert i forordning (EF) nr. 853/2004

Ferskt kjøtt, inkludert kjøtt som er blitt malt eller kvernet, som er tilsatt ingredienser, krydder eller tilsetningsstoffer eller som har gjennomgått prosesser som ikke er tilstrekkelig til å endre karakteristika på ferskt kjøtt. Her skal snittflaten på hele stykningsdeler ha de egenskapene som forbindes med ferskt kjøtt. Eksempler kvernet kjøtt med salt og vann, kyllingfilet som er injisert med vann, salt og andre ingredienser.

8.3.1 Ikke-varmebehandlede kjøttprodukter

Bearbejdede og foredelede produkter av kjøtt der snittflaten ikke lenger har de egenskaper som forbindes med ferskt kjøtt. Foredling er behandling som vesentlig endrer det opprinnelige produktet som for eksempel røyking, salting, modning, tørking, marinering, ekstraksjon, ekstrudering eller en kombinasjon av disse prosessene.

Denne kategorien dekker flere behandlingsmetoder som konserverer og øker holdbarhetstiden på kjøtt, inkludert salting, røyking, tørking, fermentering, marinering og sursyting. Eksempler inkluderer pinnekjøtt, saltet kjøtt.

8.3.2 Varmebehandlede kjøttprodukter

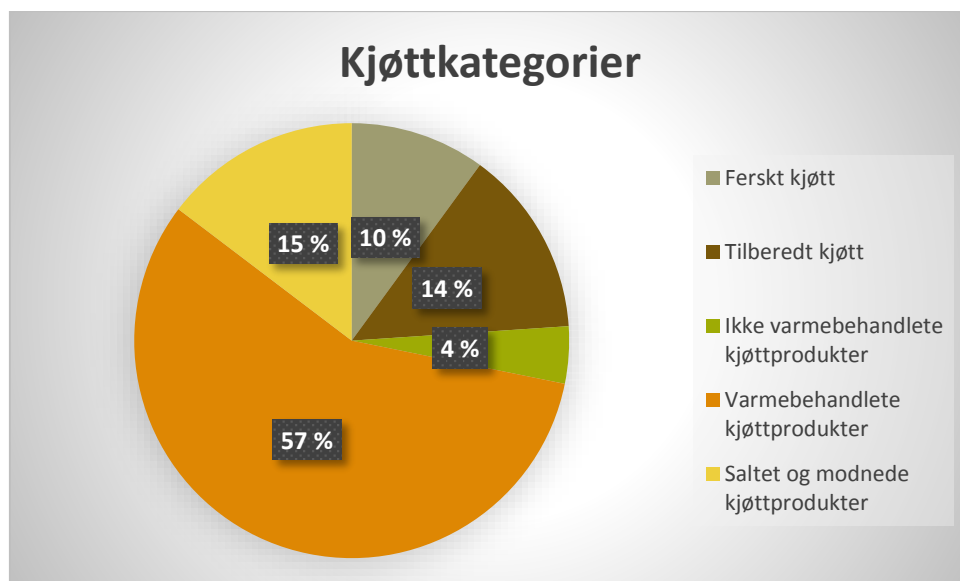
Varmebehandlede produkter som kan være saltet og varmebehandlet, røkt og varmebehandlet, tørket og varmebehandlet, steriliserte og hermetiserte produkter. Eksempler inkluderer pølse, saltet kokt skinke, saltet kokt skulder av svin, leverpostei og hermetisert fjørefkjøtt.

8.3.4 Saltede og modnede kjøttprodukter:

Kjøttprodukter som tilsettes salt og andre ingredienser og som deretter stabiliseres/modnes i en periode. Dette gjelder både tørrsalting og lakesalting ved bad, tromling eller injisering. Omfatter både røkte og ikke-røkte produkter. Denne kategorien er delt inn i undergrupper.

3.2.2 Kjøttkategorier og resultater

I kampanjen vurderte vi produkter fra alle kategorier, se figur 2 for en oversikt med fordeling.

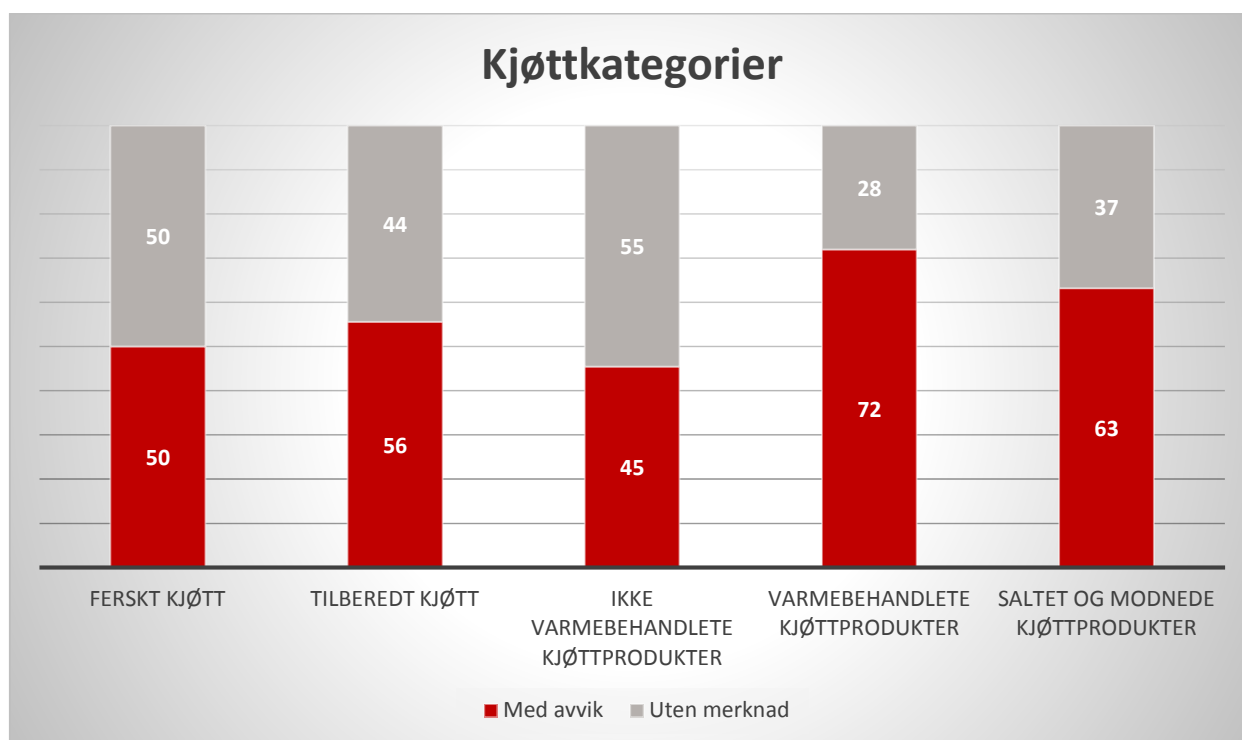


Figur 2 Fordeling av andel vurderte produkter i hver kjøttkategori, Merkesjekken 2015

Tabell 1 Oversikt over antall og andel produkter med avvik fordelt på kjøttkategori, Merkesjekken 2015

Kjøttkategori	Med avvik		Uten Merknad	
	Antall	Andel (%)	Antall	Andel (%)
Ferskt kjøtt	13	50	13	50
Tilberedt kjøtt	20	56	16	44
Ikke varmebehandlede kjøttprodukter	5	45	6	55
Varmebehandlede kjøttprodukter	105	72	41	28
Saltet og modnede kjøttprodukter	24	63	14	37
Totalt	167		90	

Tabell 1 viser at det var færrest avvik på kategorien ikke varmebehandlede kjøttprodukter, men selv her fant vi avvik ved 45 % av produktene. Flest avvik var det i kategorien varmebehandlede kjøttprodukter (72%), eksempelvis pølser og påleggsprodukter. Dette var også den kategorien der vi vurderte flest produkter.



Figur 3 Andel produkter med og uten merknader fordelt på kjøttkategorier, Merkesjekken 2015

3.3 Hva har vi sett på?

I merkesjekken vurderte vi produktene etter seks sjekkpunkter, med noen underpunkter. Samme produkt kunne ha flere avvik og totalt antall avvik (317) er høyere enn antall produkter som er vurdert (257).

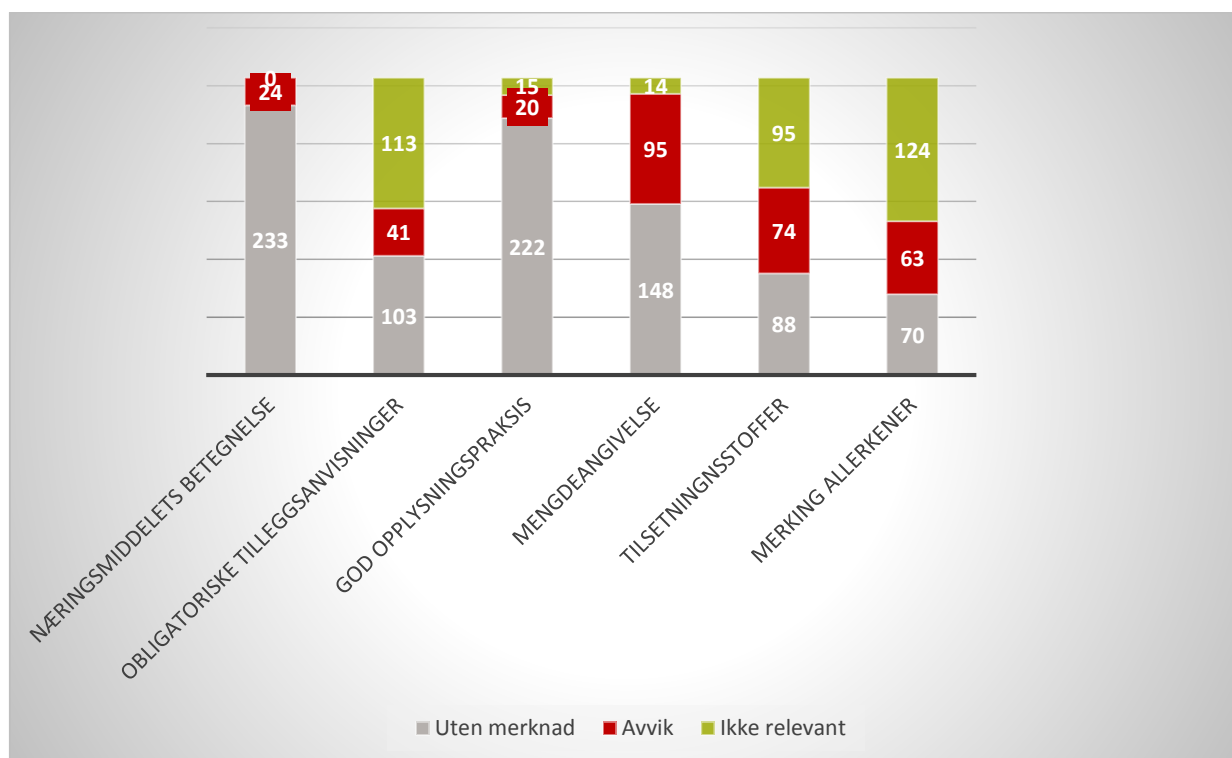
Av det totale antall avvik var det flest avvik på mengdeangivelse av ingredienser, deretter merking av tilsetningsstoffer og allergener.

Tabell 2 Oversikt over sjekkpunktene med antall og andel avvik i Merkesjekken 2015

Avvik	Antall	Andel
Næringsmidelets betegnelse	24	8
Obligatorisk tilleggsangivelse	41	13
God opplysningspraksis	20	6
Mengdeangivelse	95	30
Tilsetningsstoffer	74	23
Merking av allergener	63	20
Totalt	317	100

3.3.1 Sjekkpunktene og resultat i produkter der dette er relevant

Ikke alle sjekkpunkter er relevante for alle produkter. Krav om en betegnelse er obligatorisk for alle, mens det er eksempelvis ikke krav om mengdeangivelse for alle produkter. Likeledes er det ikke relevant å vurdere om tilsetningsstoffer er merket riktig i et produkt uten tilsetningsstoffer. Figur 4 gir en oversikt over sjekkpunktene og antall produkter med avvik, uten merknad og produkter der sjekkpunktet ikke var relevant.



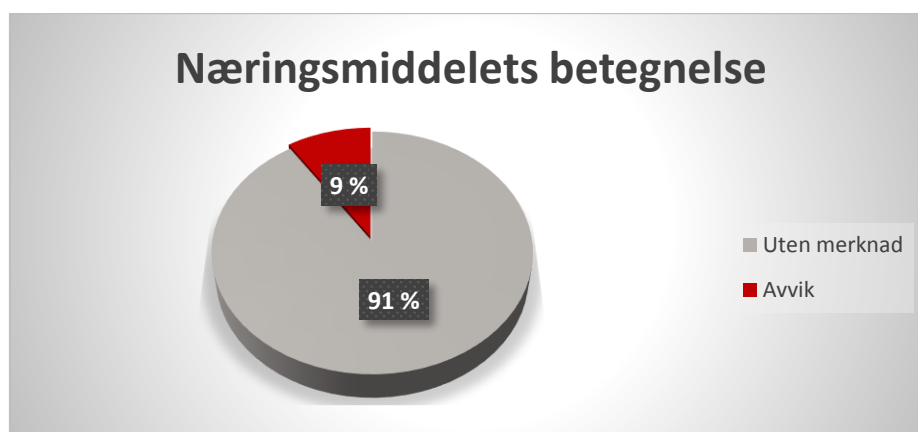
Figur 4 Sjekkpunkter og resultat, Merkesjekken 2015

3.4 Avvik ved næringsmidelets betegnelse

Alle matvarer skal ha en beskrivende betegnelse (tidligere varebetegnelse). 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 tre hovedpunkter for en vares betegnelse.

- Er en betegnelse forskriftsfestet så skal den brukes.
- Finnes det ikke en lovbestemt betegnelse skal næringsmidelets vanlige betegnelse brukes.
- Finnes det heller ikke en vanlig betegnelse skal det være en beskrivende betegnelse.



Figur 5 Andel med og uten avvik, Merkesjekken 2015

Sjekkpunktet er relevant for alle produktene. Figur 5 viser at 91 % av de vurderte produktene har riktig betegnelse, mens det var avvik i 9 % av tilfellene. Prosentvis fordelte disse seg nokså likt mellom kategoriene tilberedt kjøtt, varmebehandlede kjøttprodukter og saltede og modnede kjøttprodukter. Konsekvenser av mangelfull betegnelse er at forbruker ikke får tilstrekkelig informasjon om hva slags produkt de har foran seg.

Tabell 3 Oversikt over avvik i næringsmiddelets betegnelse fordelt på kjøttkategori, Merkesjekken 2015

Næringsmiddelets betegnelse	Antall avvik	Vurdert	Andel avvik (%)
Ferskt kjøtt	1	26	4
Tilberedt kjøtt	4	36	11
Ikke varmebehandlede kjøttprodukter	0	11	0
Varmebehandlede kjøttprodukter	16	146	11
Saltet og modnede kjøttprodukter	3	38	8

Det er ikke noe krav i regelverket om at produkter skal ha et eget produktnavn, og dette kan gjerne være et fantasinavn. Produktnavn må ikke forveksles med kravet om en beskrivende betegnelse, men disse to vurderes gjerne i sammenheng.

3.5 God opplysningspraksis

Bilder, beskrivelse av stykningsdeler eller kjente begreper, dekor og lignende regnes som en del av matinformasjonen til forbruker. Den gir forbruker forventninger om innhold og sammensetning, og skal derfor være mest mulig presis og representativ for produktet. Mengdeangivelse (QUID-merking) er beskrevet i et kapittel 3.7. Mengdeangivelse av en eller flere ingredienser kan ikke rette opp avvik på god opplysningspraksis som resulterer i en villedende merking/betegnelse på et produkt.

Det skal være sammenheng mellom innhold og merking på produktet. I slike vurderinger må det sees på at helheten av merkingen ikke vil være egnet til å villedde forbruker. Eksempelvis vil forbruker forvente at et produkt med betegnelsen «Elgpølse» inneholde en vesentlig mengde elg, eller at en biffkarbonade inneholder en vesentlig mengde kjøtt av biffkvalitet.

Dette sjekkpunktet var relevant i 243 av 257 produkter, og vi fant 20 produkter med avvik på god opplysningspraksis. Figur 6 viser oversikt over andel produkter med og uten merknad i produkter der dette sjekkpunktet er relevant.



Figur 6 Andel produkter med og uten avvik, Merkesjekken 2015

Tabell 4 viser at det var flest avvik i varmebehandlede kjøttprodukter, eksempelvis pølser og påleggsprodukter.

Tabell 4 Oversikt over avvik på god opplysningspraksis fordelt på kjøttkategorier, Merkesjekken 2015

God opplysningspraksis	Antall avvik
Ferskt kjøtt	2
Tilberedt kjøtt	2
Ikke varmebehandlede kjøttprodukter	0
Varmebehandlede kjøttprodukter	15
Saltet og modnede kjøttprodukter	1

3.6 Avvik ved obligatorisk tilleggsangivelse

I tillegg til krav om beskrivende betegnelse, finnes det en rekke forskriftsbestemte tilleggsangivelser som, under gitte forutsetninger, skal tas med for at forbruker skal få en mer presis informasjon om bestemte forhold ved matvaren. Dette for at forbruker skal kunne gjøre informerte valg.

En rekke av disse obligatoriske tilleggsangivelsene er relevante for kjøtt. I merkesjekken har vi kun vurdert et utvalg av tilleggsangivelser som skal være med i betegnelsen, jfr punkt 2.3..

Sjekkpunktet «obligatorisk tilleggsangivelse» besto av underpunktene «tilsatt animalsk protein fra annen animalsk kilde», «tilsatt vann», angivelse av fysisk tilstand og informasjon om kvernet kjøtt. Disse omtales nærmere hver for seg nedenfor. Et produkt kan være omfattet av krav om flere tilleggsangivelser, og vil dermed kunne ha flere merknader. Kravet var relevant for 144 produkter. På 41 av de vurderte produktene var det til sammen 43 merknader. Mangelfull angivelse av fysisk tilstand utgjorde den største andelen av avvik

Tabell 5 Oversikt over avvik ved obligatoriske tilleggsangivelser fordelt på sjekkpunktene, Merkesjekken 2015

Obligatoriske tilleggsangivelser	Antall avvik	Andel (%)
Tilsatt animalsk protein av annen animalsk kilde	1	2
Tilsatt vann	13	30
Fysisk tilstand	17	40
Kvernet kjøtt	12	28
Sum	43	100



Figur 7 Andel produkter med og uten avvik, Merkesjekken 2015

Det er stor variasjon over hvor relevant det enkelte sjekkpunktet er for produktene. Tabell 6 gir oversikt over de enkelte obligatoriske tilleggsangivelsene og produkter der sjekkpunktetene var relevante.

Tilleggsangivelse av fysisk tilstand, eksempelvis røkt, fryst, varmebehandlet, er sjekkpunktet som er mest aktuelt for produktene og har samtidig færrest avvik i relevante produkter. De andre sjekkpunktene (se under) var ikke relevante i så mange produkter, men hadde større andel avvik.

Tabell 6 Oversikt over obligatoriske tilleggsangivelser og avvik i relevante produkter, Merkesjekken 2015

Kravpunkter og resultat	Antall relevante produkter	Antall avvik	Andel avvik (%)
Tilsatt animalsk protein mangelfullt merket	1	1	100
Tilsatt vann mangelfullt merket	22	13	59
Fysisk tilstand mangelfullt merket	127	17	13
Kvernet kjøtt mangelfullt merket	13	12	92

Animalsk protein

Dersom produktet er tilsatt isolert/konsentrert animalsk protein fra annen animalsk kilde skal andre animalske kilden oppgis i betegnelsen. Eksempel på dette er kaseinat som er konsentrert animalsk protein. Konsekvensen av avvik i merking av animalsk protein fra annen kilde kan være at en forbruker som ønsker å unngå bestemte animalske kilder ikke har mulighet til det. Det var kun ett produkt der kravet var relevant, og dette produktet hadde avvik.

Tilsatt vann

Produkter som for forbruker framstår som et helt stykke kjøtt eller er laget av et helt stykke kjøtt, men er tilsatt vann og inneholder mer enn 5 % vann i ferdig produkt skal merkes med dette i betegnelsen. Dette gjelder uavhengig om kjøttet er helt, delt opp i terninger, skiver eller porsjoner. Dersom dette ikke er merket riktig kan forbruker villedes til å tro at han eller hun kjøper et produkt som inneholder mer kjøtt enn det som faktisk er. Dette punktet var relevant for 22 produkter, og det var avvik ved 13 av disse. Det tilsvarer 59 %.

Fysisk tilstand

Hensikten med dette kravet er at produsenten skal fortelle forbruker hva han eller hun har gjort med produktet. Konsekvensen av at dette ikke er oppgitt eller ikke er merket er at forbruker kan villedes eller misforstå hva slags produkt han eller hun kjøper. Dette inkluderer om produktet er tint, har vært fryst, røkt, tørket mm

Røkte produkter kan kun kalles røkte dersom det er produsert ved tradisjonell røking eller regenerert røyk. Produkter som kun er tilsatt flytende røyk kan ikke kalles røkte, men med røyksmak.

Utvalget av kjøttprodukter har økt de senere år, og for pølser betyr dette eksempelvis at disse kan være rå, varmebehandlet, røkte, ikke røkte med mer. Det stiller også større krav til å si beskrive produktets fysiske tilstand på en god måte for forbruker.

Tilleggsangivelse av fysisk tilstand var relevant for 127 produkter og det var avvik ved 17 produkter. Det tilsvarer 13 %.

Kvernet kjøtt

Kvernet kjøtt skal merkes med fettinnhold og forholdet mellom kollagen og kjøttprotein. I tillegg kan ordlyd på merkingen utløse krav til maksimumsinnhold av fett og forhold mellom kollagen og kjøttprotein.

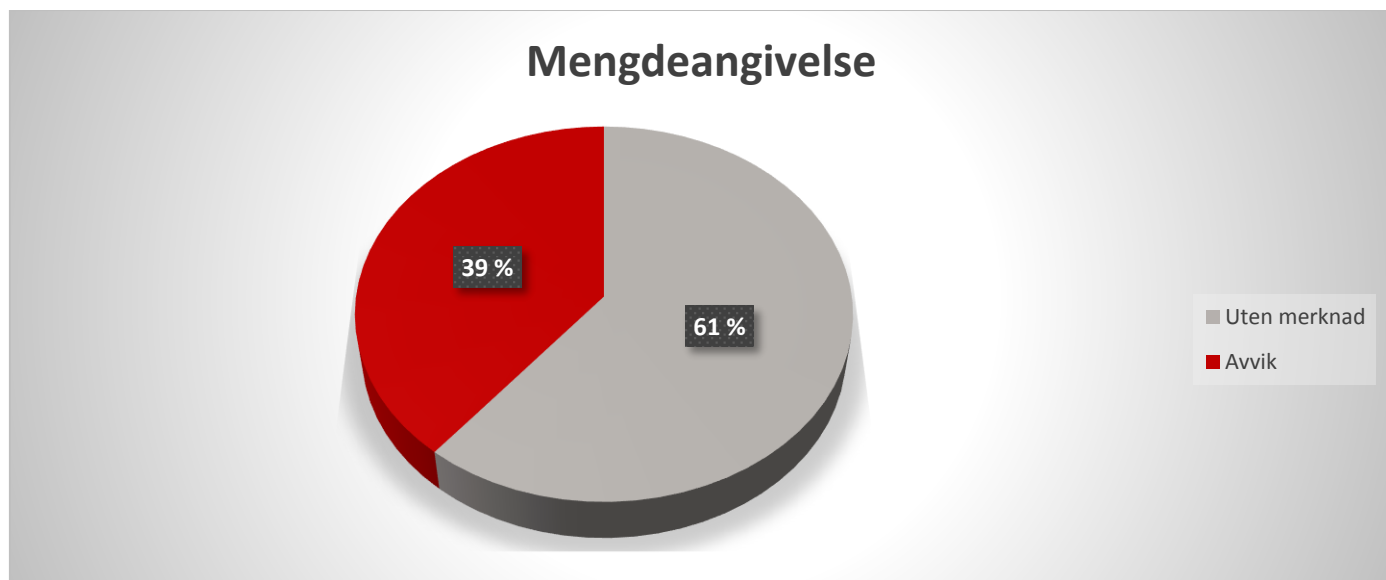
Dette kravet er ikke nytt, men kom med animaliehygieneregelverket i 2006. Fettinnhold gir forbruker næringsinformasjon og sier noe om hvor renskåret produktet er. Forholdet mellom kollagen og kjøttprotein gir forbruker informasjon om mengde bindevevsprotein som er i produktet. Konsekvensen av feilmerking er at forbruker kan villedes til å tro at produktet inneholder mer rent kjøtt og dermed har en bedre kvalitet enn det faktisk gjør. Dette var aktuelt i 13 produkter, og var feilmerket på 12 av disse. Det tilsvarer 92 %.

3.7 Avvik i mengdeangivelse av ingredienser

Mengden av en ingrediens skal angis dersom dette er en ingrediens som vanligvis forbindes med produktet, inngår i betegnelsen, eller den framheves ved hjelp av ord, bilder eller grafisk

framstilling. Dette omtales vanligvis for kvantitativ ingrediensmerking eller QUID (quantitative ingredient declaration)

Mengdeangivelse av sentrale ingredienser var relevant i 243 produkter, og det var avvik ved totalt 95 av disse. Figur 8 viser oversikt over andel produkter med og uten avvik i produkter der dette sjekkpunktet er relevant.



Figur 8 Andel produkter med og uten avvik, Merkesjekken 2015

Det var flest avvik ved mengdeangivelse i varmebehandlede kjøttprodukter.

Tabell 7 Oversikt over mengdeangivelse av ingredienser og antall produkter med avvik, Merkesjekken 2015

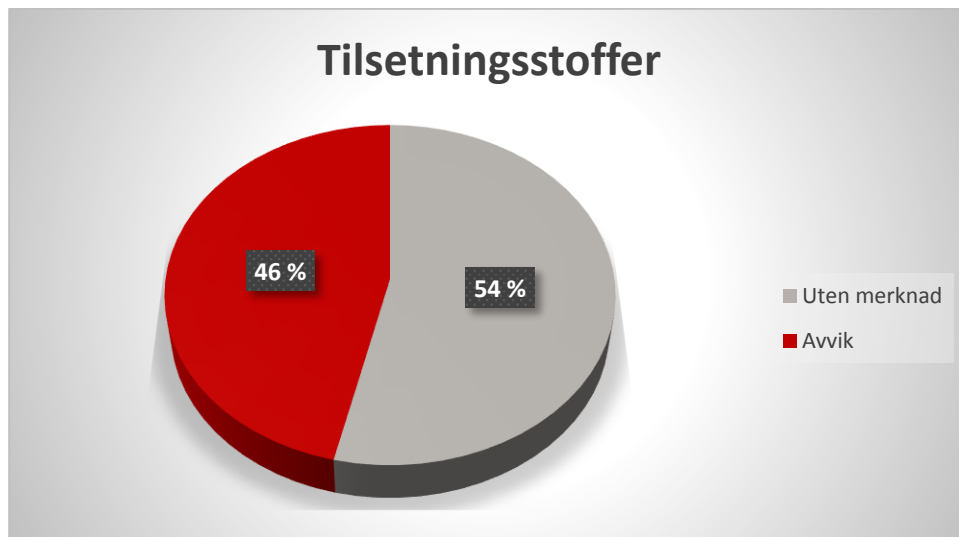
Mengdeangivelse	Antall avvik
Ferskt kjøtt	1
Tilberedt kjøtt	12
Ikke varmebehandlede kjøttprodukter	3
Varmebehandlede kjøttprodukter	66
Saltet og modnede kjøttprodukter	13

Vi fant totalt 95 produkter der mengdeangivelsen var mangelfull. Enkelte produkter framhever eksempelvis kjøtt av bestemte dyr (lammepølse) eller stykningsdeler (biffkarbonade). Da er det ikke tilstrekkelig å oppgi total mengde kjøtt. Da må også mengden av lam eller kjøtt av biff-kvalitet oppgis.

Produkter som foredles og som mister vann i foredlingen, eksempelvis under koking eller tørking skal også ta hensyn til dette i mengdeangivelsen. Da vil mengden kjøtt i sluttproduktet være høyere enn i resepten. Der dette ikke beregnes riktig, ser det ut som om produktene inneholder mindre kjøtt enn det de faktisk gjør. Mengdeangivelse av sentrale ingredienser er viktig for at forbruker skal kunne gjøre et informert valg mellom tilsynelatende like produkter.

3.8 Avvik i merking av tilsetningsstoffer

Tilsetningsstoffer er ingredienser som brukes i mat for å ha en bestemt funksjon under produksjon, lagring eller omsetning. Disse stoffene er detaljert regulert og det er kun tillatt å bruke tilsetningsstoffer i samsvar med regelverket. Tilsetningsstoffene skal angis i ingredienslisten med kategori (funksjon) og spesifikt navn eller E-nummer.



Figur 9 Andel produkter med og uten avvik, Merkesjekken 2015

Dette sjekkpunktet var relevant i 162 produkter og vi fant avvik ved 74 av disse produktene. Figur 9 viser at dette utgjør 46 % av produktene.

I varmebehandlede kjøttprodukter har 59 produkter avvik i merking av tilsetningsstoffer.

Tabell 8 Oversikt over tilsetningsstoffer og antall produkter med avvik, Merkesjekken 2015

Tilsetningsstoffer	Antall avvik
Ferskt kjøtt	0
Tilberedt kjøtt	5
Ikke varmebehandlede kjøttprodukter	1
Varmebehandlede kjøttprodukter	59
Saltet og modnede kjøttprodukter	9

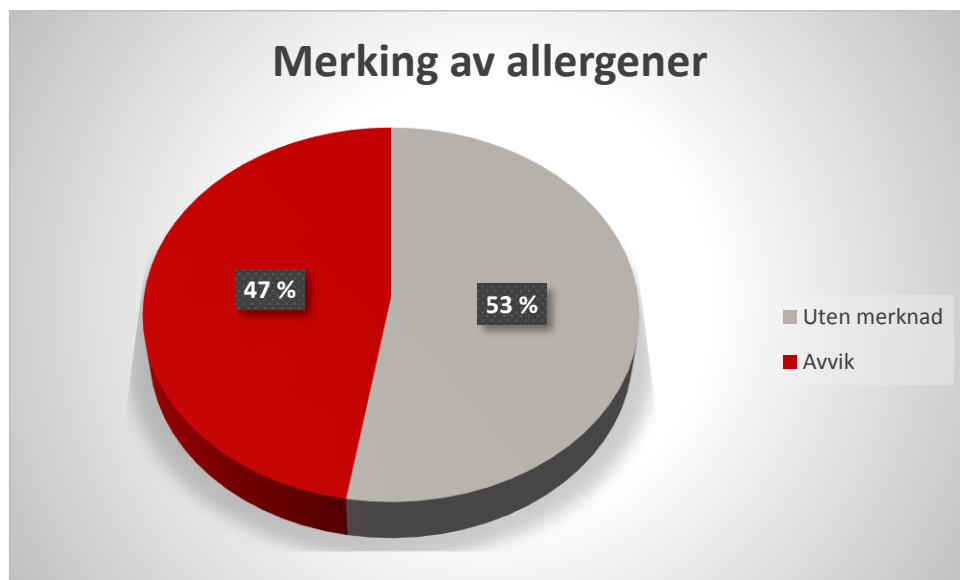
3.9 Avvik i merking av allergener

Allergener er en samlebetegnelse for ingredienser som kan forårsake allergi eller intoleranser hos forbruker. For at de som er allergiske eller intolerante enkelt skal kunne finne ut om maten inneholder ingredienser de ikke kan spise, er det laget en liste over ingredienser som alltid skal merkes dersom de inngår i et produkt. Ingredienser som er allergener, eller som er produsert av allergene råvarer, skal utheves i ingredienslisten med en tydelig henvisning til den allergene ingrediensen. Mangelfull merking av allergener kan medføre en ekstra risiko for en allergiker.

Matinformasjonsforskriften angir hvilke allergener som skal merkes på denne måten. Derfor er disse avvikene relatert til at allergener ikke er fremhevet i ingredienslisten. Avvikene gjelder:

- dobbeltmerking av allergenene, det vil si merking av allergener både i ingrediensliste og andre steder i merkingen ,
- allergener ikke uthevet i ingredienslisten, men listet opp under,

- ikke oppgitt den allergene ingrediensen, det vil si spesifisering av kilden,
- «fri for» merking, uten dokumentasjon på at dette er berettiget,
- andre allergener enn de obligatoriske,
- manglende allergenmerking.



Figur 10 Andel produkter med og uten avvik, Merkesjekken 2015

Merking av allergener er relevant i 133 produkter og vi fant avvik ved 63 av disse produktene. Dette utgjør 47 % av produktene (figur 10). Tabell 9 viser at det er flest avvik i varmebehandlede kjøttprodukter.

Tabell 9 Oversikt over allergener og antall produkter med avvik, Merkesjekken 2015

Allergener	Antall avvik
Ferskt kjøtt	0
Tilberedt kjøtt	9
Ikke varmebehandlede kjøttprodukter	2
Varmebehandlede kjøttprodukter	45
Saltet og modnede kjøttprodukter	7

3.10 Vurdering av resultater

Denne tilsynskampanjen viser at tre av fire kjøttvirksomheter ikke oppfyller sentrale krav til korrekt og tilstrekkelig matinformasjon på kjøttprodukter. Merking er et av forbrukerens viktigste verktøy for å gjøre informerte valg om hva han eller hun ønsker å spise. Korrekt matinformasjon skaper tillit mellom produsent og forbruker.

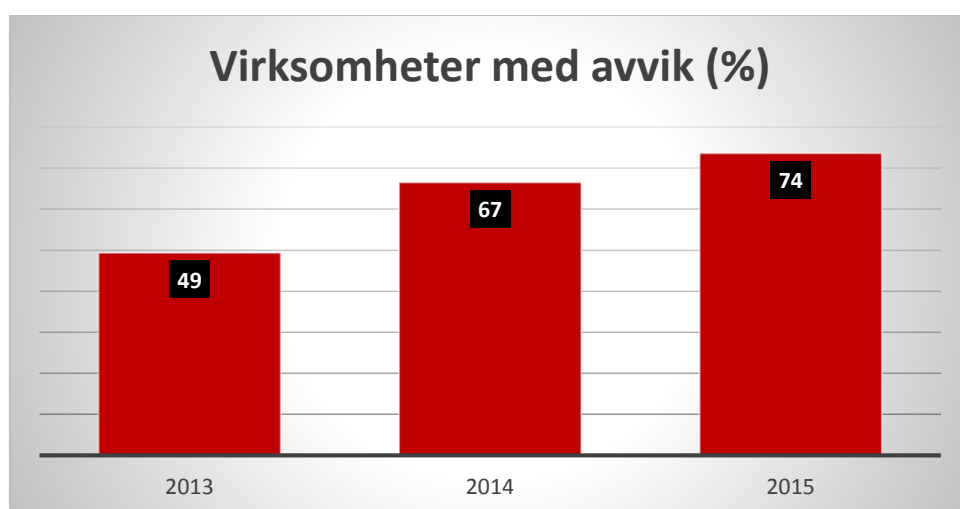
Ved de foregående merkekampanjene har Mattilsynet vurdert merkingen i flere produktgrupper. Nytt av året er at vi har valgt å fokusere på en produktgruppe, og da kjøtt og kjøttprodukter. Dette gir oss et bedre utgangspunkt for å kunne si noe om status for denne produktgruppen, og vil også gjøre det enklere ved en senere anledning å kunne repetere kampanjen for å undersøke om situasjonen har bedret seg. I 2014 ble matinformasjonsforskriften vedtatt, og den omfatter en del nye krav til merking av kjøtt og kjøttprodukter. Vi har valgt ut sjekkpunkter som er relevante for kjøtt og kjøttprodukter, og som både er en videreføring av gamle krav og også nye krav.

Regelverket på kjøtt er endret i de siste årene. Det er ikke lenger samme nasjonale regelverk som gir krav navnsetting og sammensetning av kjøtt og kjøttprodukter. Det gir næringen større mulighet til produktutvikling, men også større ansvar for å gi korrekt informasjon om produktene til forbruker. Det gamle regelverket gir imidlertid grunnlag for å vurdere hva som er sedvane.

Mattilsynet har ikke inntrykk av bevisst juksing med krav i regelverket. Resultatene viser likevel mange avvik i merkingen. Dette tyder på at næringen ikke er tilstrekkelig bevisst på kravene til merking av kjøtt og kjøttprodukter.

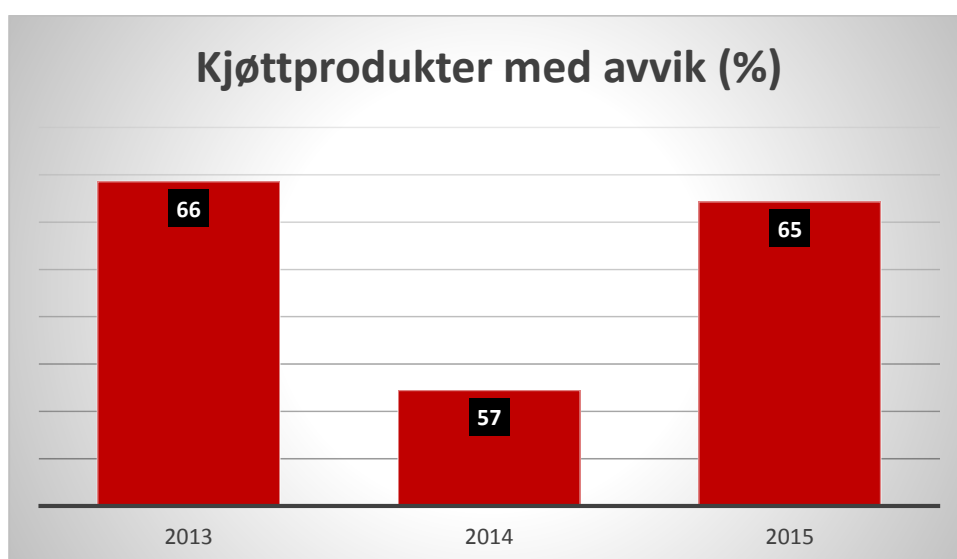
3.11 Endringer 2013-2015

Mattilsynet gjennomførte merkesjekker også i 2013 og 2014. Andel virksomheter som har fått avvik i årets kampanje er høyere enn tidligere år. Resultatene fra 2013 og 2014 viser andel avvik i alle virksomheter, mens 2015 er kun kjøttvirksomheter.



Figur 11 Andel virksomheter med merknader, utvikling 2013-2015

I tidligere kampanjer har Mattilsynet sett på flere forskjellige produktgrupper, med kjøttprodukter som en av undergruppene. Kampanjen i 2015 har kun sett på kjøtt og kjøttprodukter.



Figur 12 Produkter med avvik, utvikling 2013 - 2015

4 Konklusjon

Mattilsynet vurderte 257 kjøtt og kjøttprodukter, og fant en eller flere avvik ved 167 av disse. Vårt arbeid er basert på et relativt lite antall produkter i forhold til det som finnes på markedet, men vi har i år sett nærmere på en bransje for å få et bedre bilde av status på merkingen.

Tilsynskampanjen har avdekket mange avvik ved merkingen av kjøtt og kjøttprodukter, og det har beklageligvis ikke vært noen vesentlig nedgang i andel feilmerkede produkter i forhold til tidligere år.

Mattilsynet er skuffet over at bransjen ikke har tatt lærdom av de siste års kampanjer og sørget for bedre rutiner for å sikre at merkingen gir korrekt informasjon til forbruker. Kjøttbransjen må bli mer skjerpet i arbeidet med å sikre korrekt merking av kjøtt og kjøttprodukter.

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

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