

Dagligvaru- handeln för bättre matvanor



Dagligvaru- handelns roll i en mer hälsosam framtid

Sveriges folkhälsa står inför betydande utmaningar som ingen enskild aktör kan lösa på egen hand. Alltför många rör sig för lite, konsumtionen av energitäta och näringsfattig mat ökar och många barn får inte i sig den näring de behöver för att växa, utvecklas och må bra. Förslag som sockerskatt eller begränsningar i marknadsföring diskuteras ofta, men ingen enskild åtgärd kan ensam vända utvecklingen.

För en verklig förbättring krävs samspel mellan politiken, skolan, producenter, civilsamhället och konsumenterna. Dagligvaruhandeln är den plats där vi gör flest matval – ibland helt utan att tänka på det – och därför också en miljö där förändring kan börja.

Under många år har dagligvaruhandeln arbetat för att underlätta hälsosammare val genom produktutveckling, märkning och frivilliga initiativ. Arbetet sker inom ramen för gällande lagstiftning och bygger på vetenskaplig grund. Erfarenheten visar att förändring är möjlig när bransch, myndigheter och konsumenter drar åt samma håll.

Syftet med denna rapport är att synliggöra det arbete som redan pågår och samtidigt blicka framåt. Trots många initiativ återstår mycket. Ojämlig kosthållning, ökad konsumtion av energitäta produkter och ett pressat ekonomiskt läge gör utmaningen större än någonsin. Därför behövs gemensamma lösningar och långsiktiga insatser.

Dagligvaruhandeln vill fortsätta bidra, men framgång förutsätter ett helhetsgrepp där fler aktörer och samhället i stort medverkar.



Karin Brynell, vd Svensk Dagligvaruhandel

Mars 2025

Nationella mål till 2035 – en gemensam riktning

För att möta dagens utmaningar har Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket, på regeringens uppdrag, föreslagit nationella mål för en mer hälsosam och hållbar livsmedelskonsumtion. Målen syftar till att ge en gemensam riktning för myndigheter, näringsliv, offentlig måltidsverksamhet och konsumenter.





+50%

Konsumtionen av fullkorn ska fördubblas jämfört med 2010

-50%

Konsumtionen av energitäta och näringsfattiga livsmedel ska minska med 50 procent jämfört med 2021



+50%

Konsumtionen av baljväxter, grönsaker, rotfrukter, frukt och bär ska öka med 50 procent jämfört med 2021



-30%

Konsumtionen av kött ska minska med 30 procent jämfört med 2021



+20%

Konsumtionen av fisk och skaldjur ska öka med 20 procent jämfört med 2019



-20%

Konsumtionen av salt ska minska med 20 procent jämfört med 2018



Dagligvaru- handelns bidrag – en viktig del av helheten



Svenskarnas matvanor utvecklas i olika riktningar och skillnaderna mellan grupper i samhället ökar. Många får i sig för lite frukt, grönsaker och fullkorn, samtidigt som konsumtionen av energitäta och näringsfattiga produkter ökar.

Samtidigt står livsmedelssystemet inför globala hållbarhetsutmaningar. Klimatförändringar, förändrade kostmönster och ökad antibiotikaresistens är några exempel som påverkar vad vi kan producera, importera och konsumera.

Folkhälsa och hållbarhet är därför tätt sammanlänkade. Hur vi äter påverkar både vår hälsa och våra framtida resurser.

I den här utvecklingen spelar dagligvaruhandeln en central roll. Butiken är mer än en plats för inköp: den fungerar också som en arena där konsumenter varje dag möter sortiment, information och prissättning som påverkar deras val. Det ger dagligvaruhandeln en unik möjlighet att uppmuntra till hälsosammare val och bidra till bättre matvanor i stor skala.

Dagligvaruhandeln har stärkt sin roll genom flera branschgemensamma initiativ, bland annat:

- Fokus på fullkorn
- Dagligvaruindex Frukt & Grönt
- Mindre salt och socker i egna märkesvaror
- Nyckelhålet visar vägen
- Minska tillsatser i maten
- Åldersgräns på energidrycker

Men vi är inte nöjda. Mycket arbete kvarstår, och förändring kräver fortsatt samverkan.

Varje frukt och grönsak räknas – tillsammans mot 500 gram om dagen

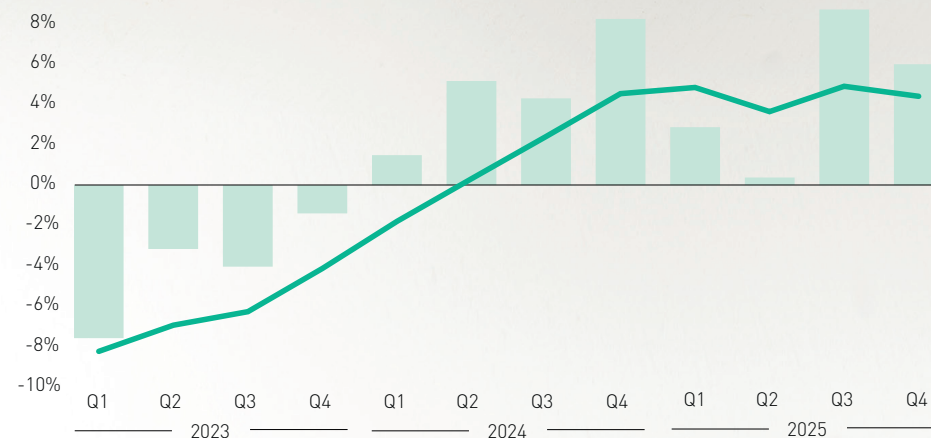
För att få en tydligare bild av försäljningsutvecklingen för frukt och grönsaker i dagligvaruhandeln har Svensk Dagligvaruhandel utvecklat Dagligvaruindex Frukt & Grönt.

Indexet följer försäljningen kvartalsvis och bygger på data från både fysiska butiker och online. Syftet är att bidra till att fler konsumenter köper och äter mer frukt och grönsaker – och därmed stödja Livsmedelsverkets nationella mål om 500 gram frukt och grönsaker per dag.

Genom indexet blir det lättare för dagligvaruhandeln, myndigheter, politiker, forskare och konsumenter att förstå trender och identifiera vilka insatser som kan ge störst effekt på folkhälsan framåt.



Total volymutveckling Frukt & Grönt



Källa: Dagligvaruindex Frukt & Grönt 2025, Svensk Dagligvaruhandel

Frukt och grönsaker utgör en viktig del av en hälsosam kost. Enligt rekommendationer från Livsmedelsverket bör vi äta 500 gram frukt och grönsaker per dag, något som alltför få når upp till idag. Dagligvaruhandelns försäljning utgör en viktig del av svenskarnas konsumtion av frukt och grönsaker.

Vi tar nu ansvar för att sprida kunskap om utvecklingen av hur mycket frukt och grönsaker som säljs i dagligvaruhandeln, med målet att denna över tid ska öka.

Jenny Hagberg,
hållbarhetsansvarig på
Svensk Dagligvaruhandel



Mindre socker och salt – för bättre vardagsmat

Arbetet med att minska socker och salt i maten är en av dagligvaruhandelns mest betydelsefulla, men ofta minst synliga, folkhälsoinsatser. Under många år har dagligvaruhandeln systematiskt reformulerat egna märkesvaror för att göra vardagsmaten bättre, utan att kompromissa med smaken.

Alla större dagligvaruaktörer har under de senaste åren minskat sockermängden i exempelvis läsk och andra drycker.



På samma sätt arbetar dagligvaruhandeln med att minska salthalten, ofta genom stegvisa förbättringar i samband med produktutveckling och receptöversyner. Ett exempel är det branschgemensamma initiativet 2015 att sänka salthalten i EMV-falukorv och köttbullar i linje med Nyckelhålskriterierna. Målet nåddes inom ett år, och arbetet fortsatte att successivt minska salthalten i andra kategorier.

Mer fokus på fullkorn – ett gemensamt steg mot bättre matvanor



9 av 10 vuxna

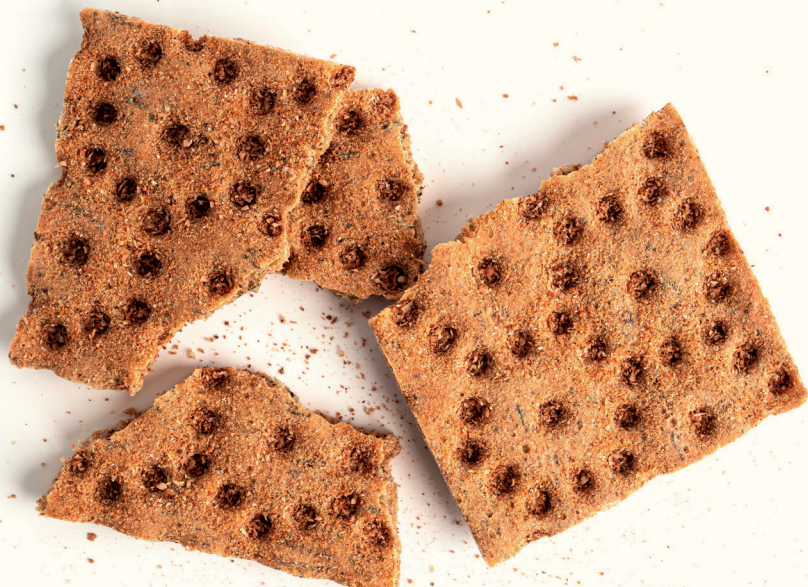
äter idag för lite fullkorn, och ett för lågt intag av fullkorn toppar listan över de största riskfaktorerna i svenskarnas matvanor enligt Livsmedelsverket.

Fullkorn är en viktig del i en hälsosam kost och enligt de nordiska näringsrekommendationerna bör vi få i oss 90 gram per dag. Idag är det endast en liten andel av den vuxna befolkningen som når upp till denna mängd.

För att ändra på detta deltar Svensk Dagligvaruhandel aktivt i FullkornsFrämjandet – ett brett samarbete mellan näringsliv, akademi, myndigheter och civilsamhälle.

Dagligvaruhandeln har också ett tydligt fullkornsfokus, bland annat genom egna mål för att öka andelen fullkorn, genom att använda fullkorn som ett kriterium i produktutveckling och genom interna informationsinsatser som stärker kunskapen i hela organisationen.

Arbetet handlar både om att öka kunskapen och göra fullkornsprodukter mer attraktiva i vardagen. Målet är att inspirera till bättre val som håller över tid.



Nyckelhålet visar vägen – för både bransch och konsument

Det ska vara enkelt att välja rätt i matbutiken. Genom tydlig information och märkningar hjälper handeln konsumenterna att navigera bland alternativen.

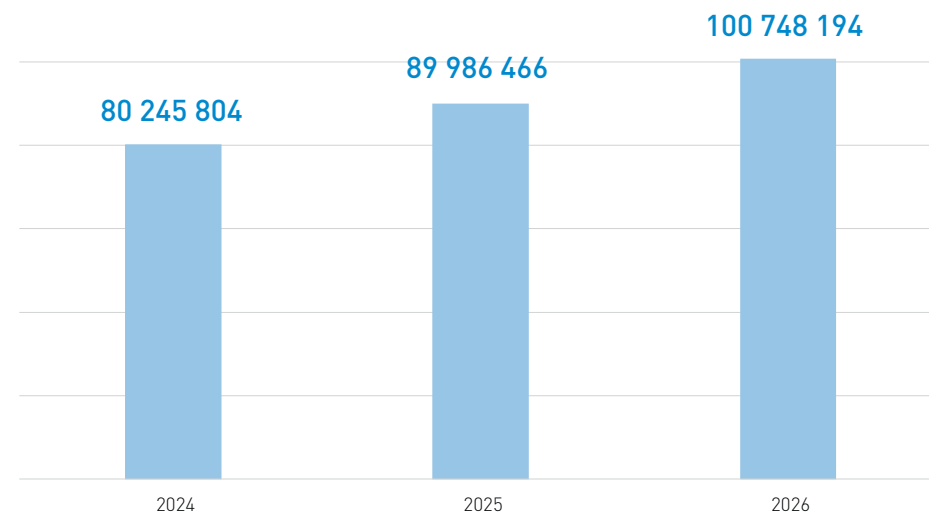
Nyckelhålets syfte är att göra det enkelt för konsumenterna att hitta de nyttigare alternativen inom olika livsmedelsgrupper med nyttigare eller mindre fett, mindre socker och salt och mer fiber och fullkorn. Märkningen fungerar som en tydlig vägledning i butik och är också en viktig ledstjärna i utvecklingen av dagligvaruhandelns egna märkesvaror.

Nyckelhålet är den enda tillåtna hälsomärkningen i Sverige. Samtidigt följer vi utvecklingen av andra initiativ som kan bidra till att göra det enklare för konsumenterna att göra välgrundade val.



Åldersgräns på energidrycker – ansvar som gör skillnad

Energidrycksförsäljningen fortsätter att öka



Total försäljningsvolym (liter), NielsenIQ

Redan 2009 tog Svensk Dagligvaruhandel fram en frivillig branschöverenskommelse som innebär att energidrycker inte ska säljas till barn under 15 år. Bakgrunden var att vi redan då såg tydliga signaler om problem kopplade till skolbarns konsumtion av energidrycker, vilket ledde till att överenskommelsen infördes.

I dag saknas lagstiftning som reglerar försäljningen av energidryck. Den nuvarande åldersgränsen bygger

därför enbart på branschens frivilliga åtagande. Det är också därför vi under lång tid har lyft behovet av en lagstadgad åldersgräns. Med en reglerad åldersgräns skulle alla aktörer som säljer energidryck – oavsett om det är dagligvarubutiker, caféer eller andra försäljningskanaler – omfattas av samma krav och tillsyn.

Branschens bidrag

genom självreglering, innovation och myndighetssamverkan

Dagligvaruhandeln bidrar aktivt till att nå de nationella målen. Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket har tagit fram för en mer hälsosam och hållbar livsmedelskonsumtion.

DELMÅL 1

Salt -30 % till 2035

Frivilliga initiativ:

- Vinnova saltprojekt (reformulering)
- Gemensamt saltreduktionsinitiativ EMV-produkter
- Nyckelhålet som ledstjärna i produktutveckling

Myndighetssamverkan:

- Underlag till regeringsuppdrag gällande frivilliga överenskommelser inom socker- och saltsänkning
- Integrering av kostråden

Effekt:

- Strukturell saltsänkning i produktutbudet

DELMÅL 2

Energitäta livsmedel
-40 % till 2035

Frivilliga initiativ:

- Branschöverenskommelse åldersgräns för energidryck
- Nyckelhålet som ledstjärna i produktutveckling

Myndighetssamverkan:

- Dialog Livsmedelsverkets rapport om råd om koffein
- Integrering av kostråden
- Underlag till regeringsuppdrag (hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion)

Effekt:

- Större utbud av hälsosamma produkter.
- Begränsad tillgänglighet av energidrycker för barn under 15-år

DELMÅL 3

50 % fullkorn år 2025

Frivilliga initiativ:

- Branschdrivande fullkornsarbete
- Nyckelhålet som styrmedel i spannmål

Myndighetssamverkan:

- Dialog med Livsmedelsverket vid revidering av Nyckelhålet

Effekt:

- Ökad tillgänglighet och andel fullkornsprodukter

DELMÅL 4

Frukt, grönsaker och baljväxter
+20 % till 2035

Frivilliga initiativ:

- Frukt & Grönt-index (mätning och incitament)

Myndighetssamverkan:

- Dialog kopplad till goda matvanor och NNR

Effekt:

- Stärkt position för frukt, grönsaker och baljväxter



Vad behöver branschen

här och nu för att bidra till en mer hälsosam livsmedelskonsumtion?

Här är några konkreta exempel på utmaningar som dagligvaruhandeln har identifierat.



Tydligare och mer konsumentvänlig kommunikation om mat och hälsa, där lagstiftningen kring närings- och hälsopåståenden behöver lättas upp och göras mer flexibel för att möjliggöra för konsumenterna att få lättbegriplig och inspirerande information utan att vilseledas.

Helena Björck, Dietist och kvalitetssäkrare, Dagab/Axfood

Hälsomärkning till konsument. Ett stärkt och moderniserat Nyckelhål, med tillräckliga resurser för att utvecklas över tid och nå nya målgrupper, inte minst yngre konsumenterna. Ge också uppdrag till Livsmedelsverket att utreda möjligheterna till ytterligare kompletterande verktyg till hälsomärkning för att hjälpa konsumenterna att göra medvetna val.

Mia Brodén Borgvall, Head of Department Quality & CSR, Lidl

Förenkling av lagstiftningen för att skapa förutsättningar för företag som arbetar långsiktigt med bland annat gradvis minskning av salt och socker att informera om stegvisa förbättringar – vilket hjälper konsumenterna att vänja sig gradvis och påskyndar omställningen mot bättre folkhälsa.

Linn Torstensson, Specialist Hållbarhet & Hälsa, Coop

I dag finns det ingen lag som reglerar försäljningen av energidryck. Dagligvaruhandeln har sedan 2009 en branschöverenskommelse om åldersgräns, men den är frivillig. Det betyder att den inte gäller alla försäljningskanaler. Vi tycker att det vore rimligt med samma spelregler för alla, så att det får verklig effekt.

Susanna Regland, Lead Hälsa, ICA

Slutsats – nu tar vi nästa steg, tillsammans

En bättre folkhälsa skapas inte genom snabba lösningar. Den växer fram när politiska ramar, kommersiellt ansvar, civilsamhällets engagemang och våra egna dagliga val drar åt samma håll.

Dagligvaruhandeln möter konsumenten varje dag och har därmed möjlighet att påverka många av de val som formar framtidens matvanor, alltid som en del av helheten. Nu handlar det om att bygga vidare på det som redan fungerar, stärka samarbeten och ta nästa steg tillsammans – för en friskare och mer hållbar framtid.





Svensk Dagligvaruhandel är branschorganisationen för dagligvaruhandeln i Sverige. Våra medlemmar är Axfood, Coop Sverige, ICA Sverige, Lidl Sverige och Livsmedelshandlarna.