

Senast reviderad september 2019

## Dagligvaruhandelns fempunktsprogram för goda matvanor och god folkhälsa

Svensk Dagligvaruhandels fempunktsprogram för goda matvanor och god folkhälsa är ett ramverk som beskriver vad dagligvaruhandeln gör gemensamt. Utöver det branschgemensamma genomför dagligvaruhandelsaktörerna företagsspecifika insatser.

### 1. Hälsfokus i sortimentet och vid produktutveckling

- Dagligvaruhandeln strävar efter att erbjuda ett variationsrikt sortiment av hälsosamma produkter i relevanta kategorier. Maten ska både smaka gott och ha en bra sammansättning av näringsämnen.
- I sortiments- och produktutveckling av de egna märkesvarorna strävar dagligvaruhandelsaktörerna efter att använda nyckelhålmärkningen i så hög utsträckning som möjligt samt ta hänsyn till folkhälsoutmaningar som presenteras av Livsmedelsverket och forskare. Ett exempel är när Svensk Dagligvaruhandels medlemsföretag i september 2014 tog ett gemensamt beslut om att sänka salthalten i familjefavoriterna köttbullar och falukorv inom de egna varumärkena. Cirka två år senare hade medlemsföretagen lyckats sänka salthalten till nyckelhålskriteriets nivå.
- Dagligvaruhandeln arbetar för att påverka i frågor som är viktiga för konsumenternas hälsa. Dagligvaruhandeln var till exempel med och fasade ut transfetter på 90-talet och accepterar inte azofärgämnen och färgämnet Kinolingult i livsmedel. Införande av åldersgräns vid försäljning av energidrycker är ett annat exempel där dagligvaruhandeln tar initiativ utöver vad lagen kräver.
- Dagligvaruhandeln arbetar för att erbjuda ett varierat sortiment för allergiker, matöverkänsliga och andra med speciella matpreferenser. Branschen för kontinuerligt en dialog med Astma- och allergiförbundet och Celiakiförbundet.
- Genom färdiga matkassar bidrar dagligvaruhandeln med måltider som är näringsrika och väl sammansatta ur ett hälsoperspektiv. Matkasseutbudet har också, under de senaste åren, utvecklats och anpassats efter olika preferenser som laktosfritt, vegetariskt etcetera.

### 2. Märkning och information för att göra konsumenterna mer medvetna

- Dagligvaruhandelsaktörerna förespråkar Nyckelhålmärkningen och har efterfrågat en omfattande statlig satsning för att marknadsföra märkningen.
- Konsumenterna ska möta korrekta och tydliga märkningar på produkter så att de kan göra medvetna val.

### 3. Inspiration till hälsosamma val i marknadsföring och information

- Dagligen besöks livsmedelsbutikerna av miljontals kunder. Det ger dagligvaruhandeln möjligheter att uppmuntra till hälsosamma val. Nudging mot hälsosamma val och exponering av frukt och grönt är några metoder som visat sig vara framgångsrika.
- Dagligvaruhandeln arbetar aktivt med att främja hälsosamma val i marknadsföring och annan informationsspridning. Företagens medlemstidningar och webbsidor är viktiga kanaler.
- Dagligvaruhandeln strävar efter att vara särskilt ansvarsfulla i marknadsföring och försäljning av produkter till barn. Kampanjer riktade till barn där godis utgör vinster bör inte förekomma och leksaker i exempelvis flingpaket är borttaget. Ett annat exempel är prismärkning av godis, där Svensk Dagligvaruhandels medlemsföretag sedan juni 2006 har en överenskommelse om att lösvisktgodis alltid ska prismärkas med kronor per kilo.
- Dagligvaruhandeln följer regelbundet upp hur stor del av marknadsföringen som utgörs av nyckelhålmärkt, frukt och grönsaker samt utrymmesmat som godis, chips, läsk, kakor med mera.
- Dagligvaruhandeln uppmuntrar till en sundare livsstil för såväl kunder som egna medarbetare genom sponsring av till exempel motionslopp, ungdoms-idrottsklubbar, skolprojekt och intern friskvård.

### 4. Hälsokunniga medarbetare visar vägen

- Det krävs kunniga medarbetare för att hälsoaspekten ska finnas med i allt från sortiments- och produktutveckling till marknadsföring och butiksexponering. Svensk Dagligvaruhandels medlemsföretag har anställda dietister, kockar, hushållslärare, kostekonomier, livsmedelsagronomer och andra professioner med hälsovetenskaplig kunskap.

### 5. Forskning viktigt när det handlar om matens påverkan på hälsan

- Dagligvaruhandelsaktörernas hälsoarbete vilar på de allra senaste forskningsrönen kring vad kroppen behöver för att må bra. Livsmedelsverkets råd och rekommendationer är grunden.
- Dagligvaruhandeln följer aktuell forskning inom mat- och hälsoområdet och deltar med representanter i forskningsprojekt. Ett exempel är det Vinnovafinansierade projektet, ett samarbete med livsmedelsföretag och RISE, där nya tekniker för att sänka salthalten i livsmedel utvecklas. Inom ramen för Sweden Food Arena bidrar dagligvaruhandeln med forskning och utveckling inom hälsa och smak. Svensk Dagligvaruhandel finansierar också en doktorand på Handelshögskolan i Stockholm för att ytterligare stärka förståelsen för konsumentbeteende i butik.