

Åbent samråd om Fuldkornslogoet

Samrådsspørgsmålene er stillet efter ønske fra Benny Engelbrecht

## **Samrådstale til BK-BN vedr. fuldkornspartnerskabet**

**det talte ord gælder**

### **Spørgsmål BK**

Vil ministeren redegøre for Fødevestyrelsens blåstempling af fuldkornsmærket og Fødevestyrelsens aktie i Fuldkornspartnerskabet?

### **Spørgsmål BL**

Mener ministeren, at fuldkornsmærket stiller tilstrækkelige høje krav til indhold af fuldkorn i produkterne?

### **Spørgsmål BM**

Er ministeren enig i, at fuldkornsmærket kan virke forvirrende på forbrugerne, når det er uigennemskueligt, hvad der skal til, for at et produkt kan udmærkes med fuldkornsmærket?

### **Spørgsmål BN**

Vil ministeren tage initiativ til at fjerne eller stramme op på reglerne for brug af mærket?

### **Indledning:**

Jeg vil tillade mig at besvare samrådsspørgsmålene BK, BL, BM og BN samlet.

Når det handler om at ændre befolkningens madvaner, er det nødvendigt, at vi spiller på så mange forskellige tangenter som muligt i indsatsen. Netop det giver partnerskaber mellem erhvervet, organisationer og myndigheder mulighed for. Og netop derfor mener jeg, at Fuldkornspartnerskabet ligesom partnerskabet om "6 om dagen" er en succes, vi som offentlig myndighed skal støtte op om og indgå i.

### **Fuldkornspartnerskabet**

Fuldkornspartnerskabet består på samme måde som ”6 om dagen” af en række centrale erhvervspartnere, brancheorganisationer og sundhedsorganisationer foruden Fødevarestyrelsen.

Samtlige af de store sundhedsorganisationer står bag Fuldkornspartnerskabet, og der ligger høje kriterier til ernæringsindholdet af produkterne, der kan få mærket. Jeg er derfor uenig med Benny Engelbrecht i, at mærket er utroværdigt og har få lave krav.

Formålet med Fuldkornspartnerskabet er gennem øget oplysning og tilgængelighed at få danskerne til at spise mere fuldkorn og derved fremme folkesundheden.

Et mål vi som myndighed aldrig ville kunne opnå alene. Kun ved at løfte i flok, og hvis alle påtager sig et medansvar, kan det lykkes at ændre befolkningens madvaner.

### **Partnerskabers styrke**

I partnerskaber kan man langt bedre udnytte de mange aktørers forskellige kompetencer, redskaber og kommunikationskanaler. Man når en bredere del af befolkningen med det sunde budskab, samtidig med, at det via erhvervets og detailhandlens deltagelse bliver muligt at øge tilgængeligheden af fuldkornsprodukter de steder, forbrugerne færdes hverdagen.

Det synes jeg, er en stor fordel, og derfor indgår Fødevarestyrelsen også i partnerskabet, hvor de sammen med Kræftens Bekæmpelse har næstformandsposten.

### **Om Fuldkornslogoet og kravene bagved**

Det videnskabelige grundlag for den officielle anbefaling om at spise mere fuldkorn og kravene bag fuldkornslogoet bygger på rapporten ”Fuldkorn” udarbejdet af Fødevareinstituttet, DTU. Her anbefales, at danskerne skal spise 75 gram fuldkorn dagligt.

Fuldkornslogoet skal gøre det nemmere for forbrugeren hurtigt at finde frem til de produkter med mest muligt fuldkorn. Vi ved jo alle, at det kan være svært, når man står foran hylderne med morgenmadsprodukterne, brød og pasta, at gennemskue, hvor man

får mest fuldkorn for pengene. Det skal fuldkornsmærket rode bod på. Sloganet siger ”vælg fuldkorn først” , hvilket også er budskabet i et af de otte kostråd.

Fødevarestyrelsen har været ansvarlig for fastsættelsen af kriterierne for fuldkornsindholdet i produkterne. Og vi har stilet højt i Danmark.

Kravet om indholdet af fuldkorn i brød er dobbelt så højt for Fuldkornsmærket som for Nøglehulsmærket.

Og ikke nok med det er der også fastsat krav til indholdet af salt, sukker og fedt i de produkter, der skal have fuldkornsmærket. De krav er enslydende med kravene bag Nøglehulsmærket.

Faktisk er der ingen andre andre lande, hvor fuldkornsmærkningen er bundet op på en så striks ernæringsprofil af produkterne som i Danmark.

Jeg mener derfor heller ikke, at det er nødvendigt eller hensigtsmæssigt at øge kravene til mærket. Hvis vi vil have flere til at spise fuldkornsprodukter – selv nogle af dem, der konsekvent går efter det hvide brød – er det nødvendigt, at der kan udvikles nye produkter. Og det ville ikke kunne lade sig gøre med endnu højere krav. Man kan derimod udvikle nye hvedebrød med højere indhold af fuldkorn, end det vi har i dag, hvis kravet for fuldkorn er på mindst 50% som nu. På den måde når vi en endnu større del af befolkningen.

Og det nye fuldkornslogo har faktisk allerede resulteret i øget produktudvikling blandt producenterne.

### **Resultater af Fuldkornspartnerskabet**

For det første har selv de traditionelt ”hvide brødkategorier” som sandwich og boller nu fået et højere indhold af fuldkorn. Der er kommet langt flere fuldkornsprodukter på hylderne. Forbrugerne har taget mærket til sig og hele 21% af forbrugerne svarer under et år efter lanceringen af mærket, at de kender mærket. Og endnu bedre er forbrugerne også begyndt at gå efter de fuldkornsmærkede produkter, når de handler. Eksempelvis steg salget af fuldkornsprodukter i brødkategorien med 20-30% i 2009. Og netop offentliggjorte tal fra Fuldkornspartnerskabet viser, at salget er

steget med 26% for samme periode i 2010. Det synes jeg er en succes, der tydeligt understreger effekten af at arbejde i partnerskaber.

### **Er det vildledning, når usunde virksomheder bruger mærket?**

Fakta er dog, at hvis vi skal rykke befolkningens madvaner i en sundere retning er det nødvendigt også at få morgenmadsproducenter og fastfood kæder med om bordet, der traditionelt sælger flere mindre lødige produkter, men som henvender sig til en bred gruppe af befolkningen.

Det er de små skridt der tæller på den lange bane, og hvis de kæder blot udvikler ét produkt, der kan få fuldkornsmærket, er det ét skridt i den rigtige retning. Det handler om at give forbrugerne muligheden for at træffe et sundt valg, uanset hvor de befinder sig eller om de har travlt. Derfor vil jeg ikke udelukke nogle fra at deltage i partnerskabet, hvis blot de overholder kriterierne for deltagelse og brug af mærket.

Hvis derimod nogle aktører forsøger at misbruge mærket og fremstille sig selv som sundere end de reelt er, vil Fødevarestyrelsen og Fuldkornspartnerskabet slå ned.

### **Afslutning**

Fødevareregionerne foretager kontrol med logoet, som led i den sædvanlige og løbende kontrol med bl.a mærkning. Hvis enkelte producenter misbruger logoet, vil der være tale om overtrædelse af vildledningsbestemmelserne, som straffes i overensstemmelse med de gældende regler. Der vil altid være enkelte brodne kar. Men som fødevarereglerne er i dag, vil jeg forsikre jer, at de brodne kar også bliver straffet. Det skal ikke kunne betale sig at drive plat med forbrugerne. Forbrugerne skal føle sig trygge ved den mad de lægger i indkøbskurven eller spiser ude. Og de skal kunne stole på de officielle fødevareremærker så som fulskorns- og nøglehulsmærket.

Det vil både jeg og Fuldkornspartnerskabet sørge for.