

PRESSMEDDELANDE

2009-08-26

## Coca-Cola och OLW anmäls för hälsomärkning

Coca-Cola, OLW och Big Bear Limited anmäls till Konsumentombudsmannen. Sveriges Konsumenter anser att industrins egen hälsomärkning av läsk, chips och frukostflingor är vilseledande och ska prövas enligt marknadsföringslagen.

– Märkningen snarare förvirrar än förenklar och ger ett intryck av att produkterna är hälsosammare än vad de i själva verket är, säger Jan Bertoft, generalsekreterare på Sveriges Konsumenter.

Den anmälda märkningen kallas GDA, Guidance Daily Amount eller rekommenderat dagligt intag. Det ska ange andel i procent av fett, salt, socker och energi som en konsument bör få i sig under en dag. Den europeiska livsmedelsindustrin har satsat hårt på den nya märkningen. Företag som redan infört den i Sverige är bl a Coca-cola, Kellogg's, Kraft, Nestlé, Unilever och Masterfoods. GDA har också varit det system som föreslås i EU:s nya livsmedelsförordning och som, om det gick igenom, skulle vara obligatoriskt i alla EU:s medlemsländer.

– Vi och den europeiska konsumentrörelsen anser att industrin lobbats igenom sin typ av märkning för att slippa krav på en märkning som ger konsumenterna möjlighet att göra enkla val, säger Jan Bertoft. Vi vill att märkningen på framsidan ska vara klar och tydlig, till exempel på det sätt som Nyckelhålet är, och dessutom kompletteras med en mer detaljerad innehållsdeklaration av det slag som idag ofta finns på förpackningarnas baksida.

GDA anges nu på många produkter i livsmedelsaffärerna, även en del onyttiga. För att visa GDA-märkningens brister har nu tre företag KO-anmälts för vilseledande marknadsföring.

**Big Bear Limited** anmäls för sin märkning av Kalaspuffar, en produkt som tydligt vänder sig till barn. Eftersom GDA-märkningen utgår från en vuxen kvinnas dagsbehov får barn i själva verket i sig betydligt större andel socker. **OLW** anmäls för sin märkning av chips. Där utgår man från att en ”portion” enbart är 25 gram. Detta innebär att en påse om 300 gram skulle räcka till tolv personer och intaget av kalorier som står på påsen blir missvisande lågt. **Coca-Cola** anmäls för märkningen av sin läsk, där en 50 centiliter flaska anses vara två ”portioner”, samt inkonsekvens i vad de definierar som en portion – 25 centiliter (flaskan) såväl som 33 centiliter (en burk). Dessutom kritiserar uppgifter om 0 procent fett och socker.

I en tidigare pressinformation anmäldes Quaker Oates som det företag som marknadsför Kalaspuffar. Detta har nu korrigerats. Anmälan grundades på att Quaker Oates namn fortfarande står på vissa förpackningar i handeln.

För mer information kontakta:

Jan Bertoft, generalsekreterare Sveriges Konsumenter, tel: 08-674 43 00 eller 070-797 79 87.

Bilaga: KO-anmälan och faktablad.

Bilder kan laddas ner på Sveriges Konsumenters hemsida under rubriken Press.

Läs mer på [www.sverigeskonsumenter.se](http://www.sverigeskonsumenter.se) och [www.radron.se](http://www.radron.se)

*Sveriges Konsumenter är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 27 medlemsorganisationer samt enskilda medlemmar. Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter arbetar med påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, och ger ut tidningen Råd & Rön och nyhetsbrevet KonsumentMakt.*