



Anne Hatløy, Ketil Bråthen,
Svein Erik Stave og Anne Inga Hilsen

Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold

Årsrapport 2018

Fafo-notat
2019:25

Anne Hatløy, Ketil Bråthen, Svein Erik Stave og Anne Inga Hilsen

Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold

Årsrapport 2018

Fafo-notat 2019:25

© Fafo 2019
ISSN 0804-5135

Innhold

Forord	5
Egenrapportering 2018	6
Organisering av intensjonsavtalen.....	6
Metode.....	6
Aktørenes tiltak	8
Tiltak for de enkelte innsatsområdene	8
Aktørenes tiltak oppsummert	13
Nøkkelhullsmerket.....	14
Aktørenes vurdering av avtalen	15
Vurdering av avtalen	15
Vurdering av helsemyndighetene	16
Hovedfunn	18
Vedlegg 1 Spørreskjema	19
Vedlegg 2 Liste over alle aktører i 2018	28

Forord

Fafo har fått i oppdrag fra Helsedirektoratet å evaluere *Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold*. Avtalen er inngått mellom helsemyndighetene og matbransjen. Evalueringen inkluderer en årlig egenrapportering fra de aktørene som har signert avtalen, og i tillegg vil vi gjennomføre en midtveis- og en sluttevaluering. Dette notatet er den andre årsrapporten fra prosjektet.

Vi takker intensjonsavtalens koordineringsgruppe for verdifulle innspill i prosessen.

Oslo, 5. november 2019

Anne Hatløy, Ketil Bråthen, Svein Erik Stave og Anne Inga Hilsen

Egenrapportering 2018

Denne årsrapporten er den andre i serien av underveisrapporteringer i Fafos følgeevaluering av *Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold* som ble signert av matbransjen og Helse- og omsorgsdepartementet i desember 2016.¹ I juni 2018 ble Intensjonsavtalen utvidet til å inkludere serveringsbransjen. Avtalen gjelder fram til 31. desember 2021. I tillegg til en årlig egenrapportering fra de aktørene som har signert avtalen, skal det også gjennomføres en midtveis- og en sluttevaluering.

Egenrapporteringen dekker alle innsatsområdene, og den dreier seg om samarbeid mellom aktørene om å redusere inntaket av salt, tilsatt sukker og mettet fett i befolkningen, og om å øke inntaket av frukt og bær, grønnsaker, grove kornprodukter og sjømat.

Dette notatet presenterer resultatene fra den årlige egenrapporteringen fra 2018. Egenrapporteringen er en spørreundersøkelse sendt ut fra Fafo til de 97 aktørene som hadde undertegnet avtalen i 2018 (se vedlegg 2). Egenrapporteringen knytter seg primært til tiltak aktørene rapporterer at de har gjennomført i 2018, og til deres egen vurdering av avtalen.

Organisering av intensjonsavtalen

Som beskrevet i årsrapporten for 2017, er intensjonsavtalen organisert under Eldre- og folkehelseministerens *næringslivsgruppe*. Det overordnede ansvaret for å koordinere arbeidet med avtalen ligger hos *koordineringsgruppen*. Denne gruppen består av representanter fra partene: 2 representanter fra Virke/NorgesGruppen, 2 representanter fra NHO Service og Handel/Rema, 2 representanter fra Coop, 1 representant fra Sjømat Norge, 1 representant fra Norges Frukt- og Grønnsaksgrossisters Forbund, 4 representanter fra NHO Mat og Drikke/mat- og drikkeprodusentene, 1 representant fra NHO reiseliv, 1 representant fra Virke KBS, 2 representanter fra myndighetene, leder av sekretariatet møter i koordineringsgruppen. Helsedirektoratet er sekretariatet for intensjonsavtalen.

Metode

Egenrapporteringen er basert på et spørreskjema som er sendt ut til alle avtalepartnere. Spørreskjemaet består av én del rettet inn mot hvert innsatsområde fokusert på tiltakene som er gjennomført, samt én del som omfatter aktørenes vurdering av avtalen.

Skjemaet er utarbeidet av Fafo, og det har blitt lagt fram og godkjent av koordineringsgruppen for intensjonsavtalen.

Spørreskjemaet ble i april 2019 sendt elektronisk til alle aktørene som hadde undertegnet avtalen i 2018, totalt 97 aktører. Etter tre purringer fra Fafo og én purring fra Helsedirektoratet kom det 49 svar. (se Tabell 1).

¹ https://www.regjeringen.no/globalassets/departementene/hod/folkehelse/20161206_intensjonsavtale_naeringslivet_hod_m_vedlegg.pdf

Tabell 1 Aktører og svarprosent

	Innsats 1 Redusert salt	Innsats 2 Redusert sukker	Innsats 3 Redusert mettet fett	Innsats 4 #MerAv	Totalt ¹
Aktører som har signert avtalen	60		50	72	85 (97) ²
Besvart evalueringen 2018	37		28	33	49
Svarprosent	62%		56%	46%	58%

¹ Aktørene kan ha signert én eller flere innsatsområder.

² Innsatsområde 2 Reduksjon av sukker er ikke tatt med i analysen, da flere av aktørene har latt avtalen bero etter avgiftsøkningen på sukker i Statsbudsjettet 2018.

Aktørene som har besvart undersøkelsen er svært ulike i størrelse. Målt i totalomsetning i 2018 varierte aktørene som har besvart undersøkelsen fra 5 millioner til 87 milliarder kroner. Omsetningstallene baserer seg på egenrapporterte tall i undersøkelsen, samt tilgjengelige tall hentet fra proff.no og bedriftenes tilgjengelige årsmeldinger. Aktørene har blitt delt inn i fire like store grupper etter omsetning. Hver gruppe har fått en relativ vekt på henholdsvis 3,76, 0,24, 0,07 og 0,01. Disse vektene er brukt på resultatene for iverksettelse av tiltak, mens resultatene fra holdnings spørsmålene er uvektet. Det er verdt å merke seg at det er få respondenter i utvalget. Svar fra én enkelt aktør vil derfor få stor vekt, og konfidensintervallene på de enkelte svarene er svært store (tallene for det er ikke tatt med i rapporten).

Aktørenes tiltak

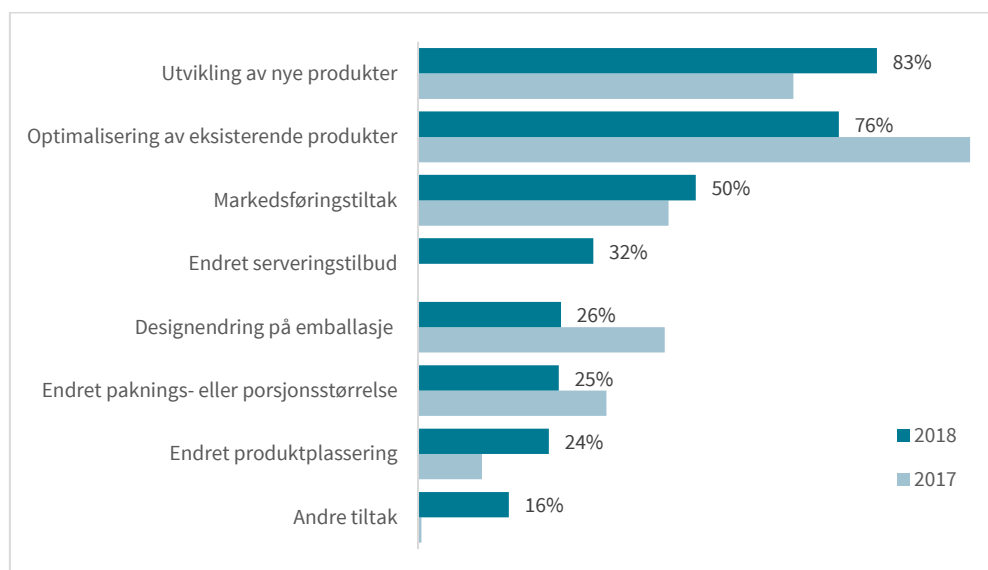
Tiltak for de enkelte innsatsområdene

Innsatsområde 1: Reduksjon av saltinnholdet i næringsmidler og reduksjon av saltinntaket i befolkningen gjennom saltpartnerskapet

- 37 respondenter av 60 aktører som har signert
- 26 med egne mål, 24 måler dem selv
- 24 deltatt på møter, seminarer eller workshops i løpet av 2018

Utvikling av nye produkter og optimalisering av eksisterende produkter er de hyppigst rapporterte tiltakene aktørene har gjennomført i 2018 for å redusere salt (se Figur 1). Det er også disse to tiltakene aktørene mener er de mest virkningsfulle. Dette er de samme områdene som ble trukket fram i årsrapporten for 2017.

Figur 1 Tiltak innenfor Innsatsområde 1: Reduksjon i salt gjennomført i 2017 (n=29) og 2018 (n=37). Vektet etter totalomsetning



Optimalisering av resepter trekkes fram som det mest virkningsfulle – særlig gradvise endringer i store volumprodukter. I kommentarene nevnes det at små endringer som forbrukerne knapt legger merke til, kan påvirke vaner og preferanser over tid. Ved å

redusere saltinnholdet gradvis med henblikk på å venne forbrukerne til mindre salt-smak på kjente produkter, kan man etablere nye og sunnere vaner. Som én sa: «Det var relativt enkelt å gjennomføre, og smaksmessig utgjorde det liten forskjell.»

Innsatsområde 2: Reduksjon av tilsatt sukker i næringsmidler og reduksjon av befolkningens inntak av tilsatt sukker

Som i årsrapporten for 2017 er innsatsområdet «tilsatt sukker» utelatt. Dette skyldes at svært mange av avtalepartene har latt intensjonsavtalen bero etter at produktavgiftene for henholdsvis sjokolade- og sukkervarer og alkoholfrie drikkevarer økte i statsbudsjettet for 2018.²

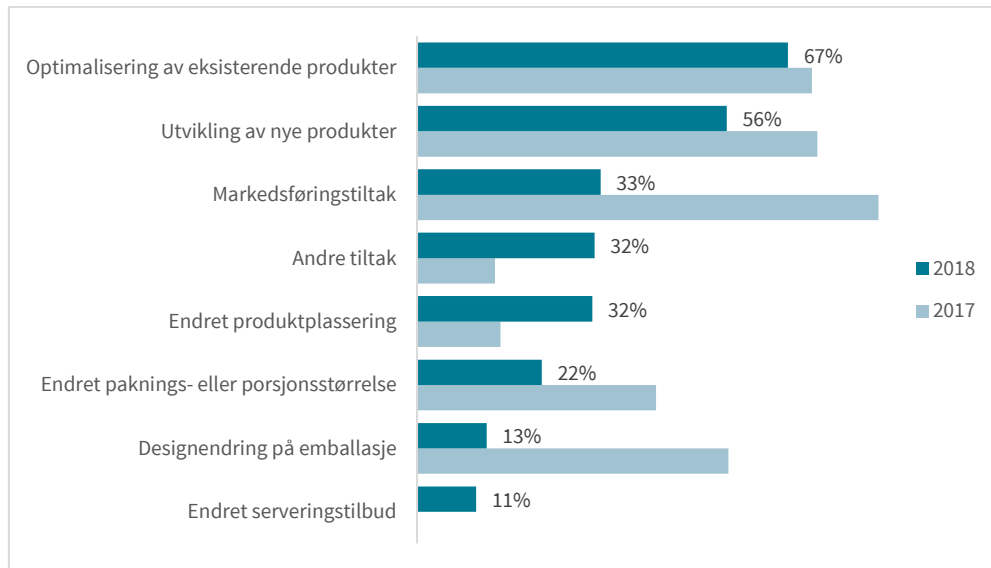
Innsatsområde 3: Reduksjon av mettet fett i næringsmidler og reduksjon av inntaket av mettet fett i befolkningen

- 28 respondenter av 50 aktører som har signert
- 12 med egne mål, alle måler dem selv
- 18 har deltatt på møter, seminarer eller workshops i løpet av 2018

Som for salt er også optimalisering av eksisterende produkter og utvikling av nye produkter de viktigste tiltakene når det gjelder å redusere mengden mettet fett i 2018. Interessant nok var markedsføringstiltak det mest rapporterte tiltaket i 2017, mens det er sterkt redusert i 2018. Ut fra de rapporterte tallene, er det ikke mulig å slutte seg til hva som har skjedd, men det hadde vært interessant å vite om den sterke markedsføringen året før har gitt resultater. Flere aktører påpeker at sterkere søkelys oppleves som viktig, og i friteksten i spørreskjema kommenterer noen at det er mulig man oppnådde dette med fjorårets markedsføring og derfor kan arbeide mer med andre tiltak i 2018.

² Drikkevareprodusentene har latt arbeidet med avtalen bero. Øvrige produsenter har latt samarbeidet om reduksjon av tilsatt sukker (innsatsområde 2) bero, men bedriftene jobber fortsatt hver for seg med sukkerreduksjon. En konsekvens av at produsentene har latt samarbeidet bero er at de ikke rapporterer om aktiviteter fra innsatsområde 2 i denne evalueringen.

Figur 2 Tiltak innenfor Innsatsområde 3: Reduksjon i mettet fett gjennomført i 2017 (n=21) og 2018 (n=28). Vektet etter totalomsetning



Reseptoptimalisering trekkes av de fleste fram som det mest effektive – det å gjøre endringer i store volumprodukt samtidig som det tilbys alternativer med mindre mettet fett. Samtidig påpeker flere at redusert fettinnhold kan påvirke egenskapene til produktet, og flere nevner også at hvis råvarene av animalsk opprinnelse har for høyt innhold av mettet fett, kan det gi utfordringer med hensyn til reduksjon.

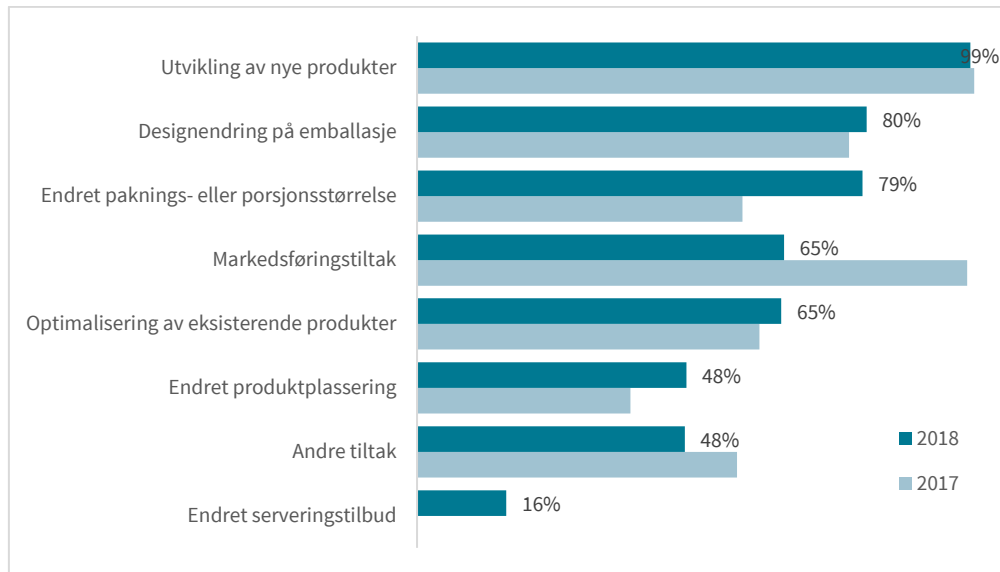
Innsatsområde 4: Øke befolkningens inntak av frukt og bær, grønnsaker, grove kornprodukter og sjømat med 20 % innen 2021

Frukt, bær og grønnsaker

- 22 respondenter
- 12 med egne mål, 7 måler dem selv
- 16 har deltatt på møter, seminarer eller workshops i løpet av 2018

I motsetning til innsatsområde 1-3 som alle har til formål å redusere inntak av ulike næringsstoffer, handler de tre tiltakene innen innsatsområde 4 om å få til et økt inntak av ulike matvaregrupper. For virkemidlene som gjelder økt inntak av frukt, bær og grønnsaker, er det utvikling av nye produkter, designendring på emballasje og endret paknings- eller porsjonsstørrelse som er de viktigste. Flere nevner at endret pakningsstørrelse handler om mindre forpakninger som er «lett å ta med i farta», altså gjør det enklere å ta med. Markedsføringstiltak er fortsatt viktig, men det er noe reduksjon i omfanget av slike rapporterte tiltak siden 2017.

Figur 3 Tiltak innenfor Innsatsområde 4: Økt inntak av frukt, bær og grønnsaker gjennomført i 2017 (n=19) og i 2018 (n=22) Vektet etter totalomsetning



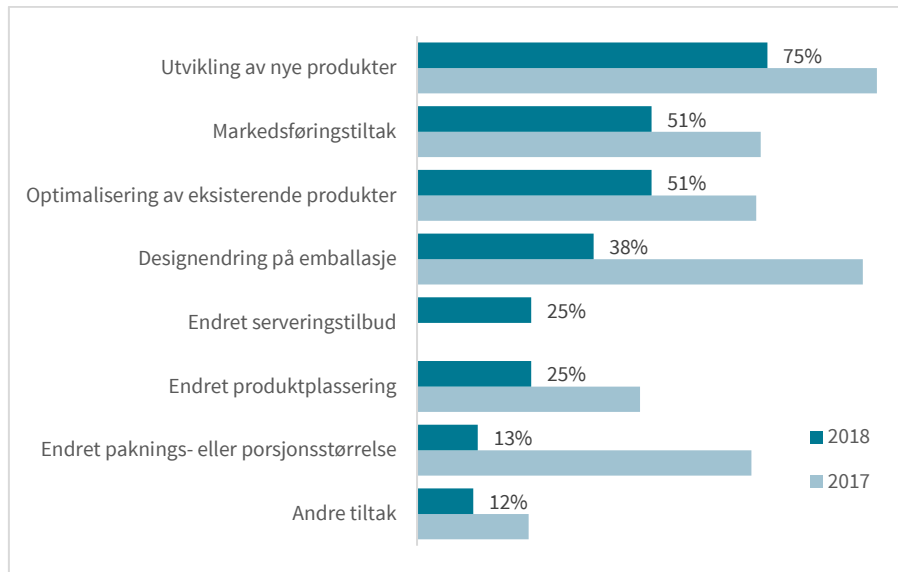
Det er stor satsing på frukt og grønt, med bruk av tilgjengelige virkemidler i alle ledd. Ifølge noen av fritekstsvarene var 2018 preget av en eksepsjonelt varm sommer og lange perioder med tørke, og dette er en viktig forklaring på tilbakegangen i volum for frukt og grønt. Det ble kommentert at leveranseutfordringer på store og volumdrivende varer, kombinert med forbrukers ønsker om lette løsninger i sommervarmen, bidro til et tydelig fall i sammenlignbart salgsvolum. Som en informant påpekte, man hadde sett en betydelig vekst innenfor ferdig foredlede salater som veier lite per enhet, mens store og tunge varelinjer som løk, gulrot og blomkål gikk tilbake, noe som slo sterkt ut på totalmålingen.

Grove kornprodukter

- 20 respondenter
- 6 med egne mål, 5 måler dem selv
- 11 har deltatt på møter, seminarer eller workshops i løpet av 2018

Tiltak for et økt inntak av grove kornprodukter knytter seg særlig til utvikling og lansering av nye produkter, designendring på emballasje og endret paknings- eller porsjonsstørrelse. Også her er markedsføring noe redusert fra 2017, selv om det fortsatt scorer høyt.

Figur 4 Tiltak innenfor Innsatsområde 4: Økt inntak av grove kornprodukt i 2017 (n=16) og 2018 (n=20) Vektet etter totalomsetning



Det trekkes fram at det stadig lanseres nye produkter som inneholder mer fullkorn. Videre vises det til at i enkelte produktgrupper erstattes noe av kjøttinnholdet med korn. Erfaringene så langt er at tiltakene oppleves som relevante og implementerbare, og at det har ført til et økt sortiment og salg av fullkorn.

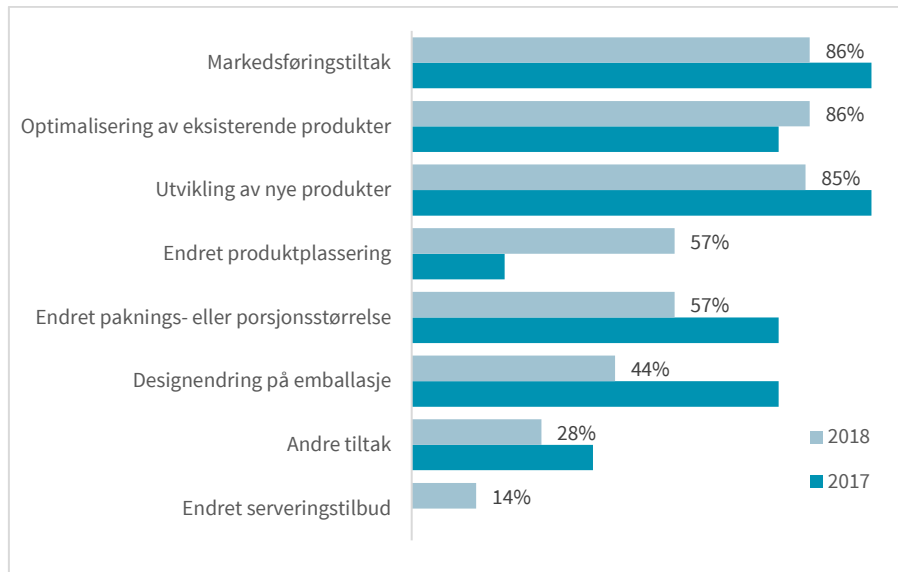
Fisk og sjømat

- 15 respondenter
- 9 med egne mål, 8 måler dem selv
- 10 har deltatt på møter, seminarer eller workshops i løpet av 2018

De viktigste tiltakene for å fremme et økt inntak av fisk og sjømat var i 2018 markedsføring, optimalisering av eksisterende produkter og utvikling av nye produkter.

Det blir trukket fram flere konkrete eksempler på nye produkter som er utviklet, ikke minst ferdigretter som skal gjøre det lettere for forbrukerne å velge fisk i en travel hverdag.

Figur 5 Tiltak innenfor Innsatsområde 4: Økt inntak av fisk og sjømat i 2017 (n=14) og 2018 (n=15) Vektet etter totalomsetning



Når det gjelder produktplassering, ble det vist til tiltak som å plassere sjømat før kjøtt i varmlinjen. Flere nevnte også at tiltak som å løfte fram fisk som et naturlig valg til grilling har en positiv effekt.

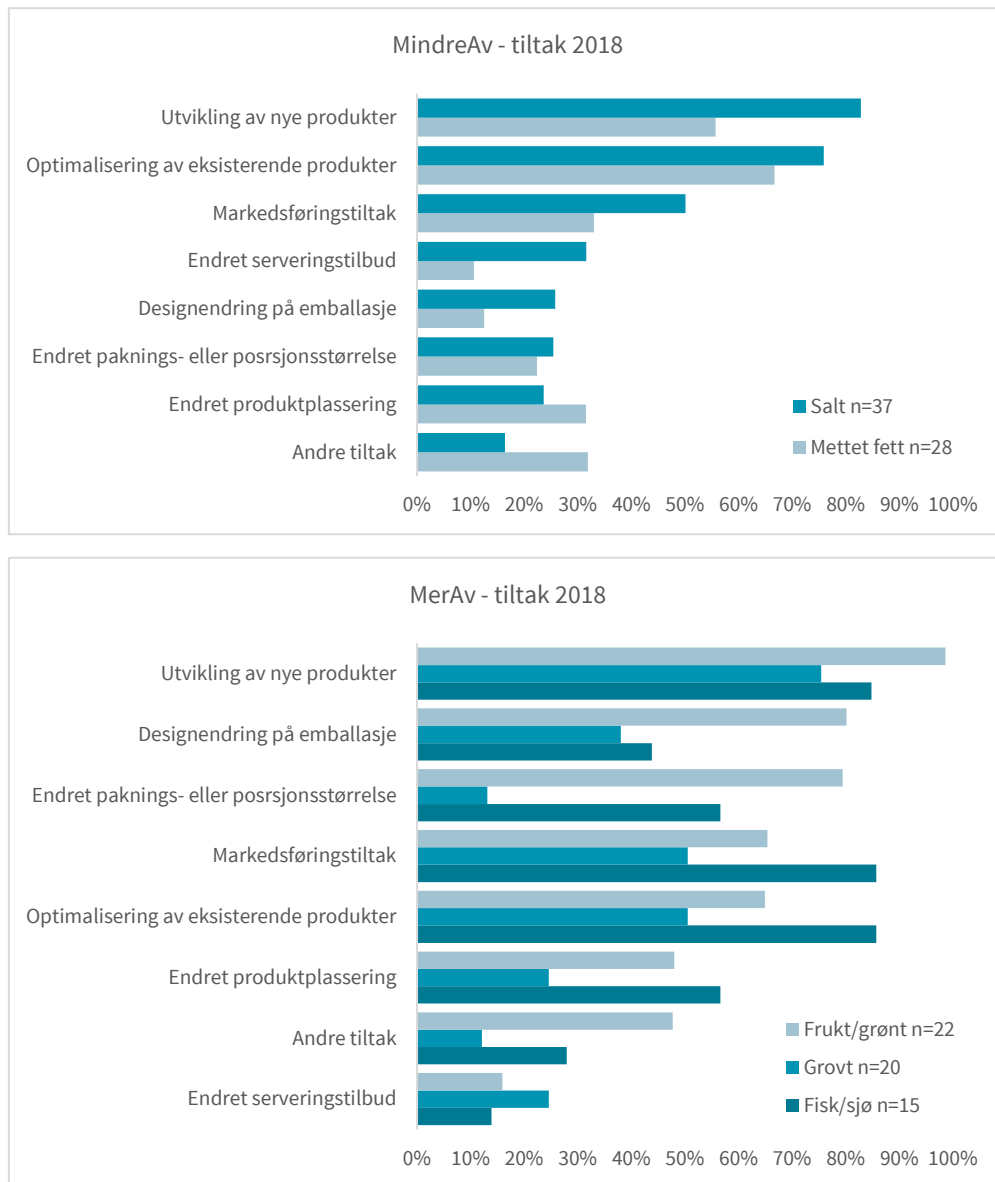
Samtidig ble det pekt på utfordringer med volumbortfall av uemballert fisk. Det ble sagt at dette kompenseres noe, men ikke fullt ut, av en økning av emballert fisk. I friteksten i spørreskjemaet ble det sagt at fisk oppleves som dyrt og at folk har vært kritiske til oppdrettsfisk.

Aktørenes tiltak oppsummert

For tiltakene som er dreier seg om å redusere salt og fett, også kalt «MindreAv», satses det mest på å utvikle nye produkter og optimalisere eksisterende produkter. Markedsføring er fortsatt viktig, om enn i mindre grad enn året før.

For tiltakene på innsatsområde 4, populært kalt «MerAv» – er de hyppigst rapporterte knyttet til utvikling av nye produkter. For frukt/grønt er også endring av design på emballasje og pakningsstørrelse viktig, mens for fisk/sjømat er markedsføring og optimalisering av eksisterende produkter de hyppigst rapporterte tiltakene.

Figur 6 Samlet oversikt over tiltak innen alle innsatsområdene. Vektet etter omsetning



Nøkkelhullsmerket

Av alle de 49 respondentene er det 19 som rapporterer at de har produkter med nøkkelhullsmerket i sitt sortiment i 2018. Fire av disse har færre enn 10 produkter, ni har mellom 10 og 100, fire har mellom 100 og 1000, og de to siste har over 1000 ulike produkter med nøkkelhullsmerket.

Det er 17 aktører som har egne nøkkelhullsprodukter, med et snitt på 115 produkter hver (rangert fra 2 til 970). I 2018 var det fem aktører som lanserte nye produkter med nøkkelhullsmerket – totalt lanserte disse aktørene 43 slike nye produkter.

Aktørenes vurdering av avtalen

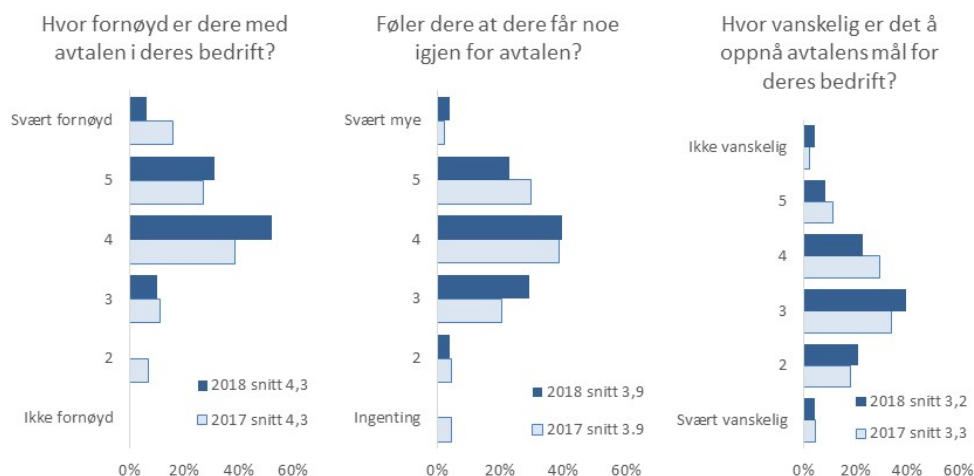
Vurdering av avtalen

Aktørene er så langt i stor grad fornøyd med intensjonsavtalen. Som Figur 6 viser, er de fleste fornøyd med avtalen. Den gjennomsnittlige scoren er 4,3, det samme som for 2017. Det er ingen som sier at de overhodet ikke er fornøyd med avtalen.

Når det gjelder om de mener de får noe igjen for avtalen, er scoren noe lavere, nemlig 3,9 – for begge år.

Vurderingen av hvorvidt det er vanskelig eller enkelt å oppnå avtalens mål i egen bedrift, scorer 3,2 i gjennomsnitt, omtrent det samme som 2017. Det er her det er størst potensial for forbedring.

Figur 7 Vurdering av avtalen 2017 (n=44) og 2018 (n=48) Ikke vektet



Motivasjon: Når vi spør etter hovedmotivasjonen for aktørene til å være med på avtalen, er det helt klart aktørenes ønske om å bidra til *bedre folkehelse* som er viktigst. Som en aktør beskrev det: «Forpliktende samarbeid mellom myndighetene og (...) bransjen for å tilby forbrukerne sunnere valgmuligheter og derigjennom bedret folkehelse.» Flere nevner at samfunnsansvar handler om kundene og hvordan man kan påvirke deres valg i sunnere retning. Samtidig trekker mange fram at det å være med i avtalen fører til økt kommersiell synlighet.

Utbytte: De elementene som trekkes hyppigst fram når det gjelder hva de enkelte synes de har mest igjen for ved å ha signert avtalen, er for det første at dette er et *felles fokus*. Det dreier seg om en bevisstgjøring om et sunnere kosthold, både generelt og når det gjelder enkeltområdene, sånn som mer sjømat, mindre salt etc. Det handler dessuten om at bransjen og myndighetene trekker i samme retning.

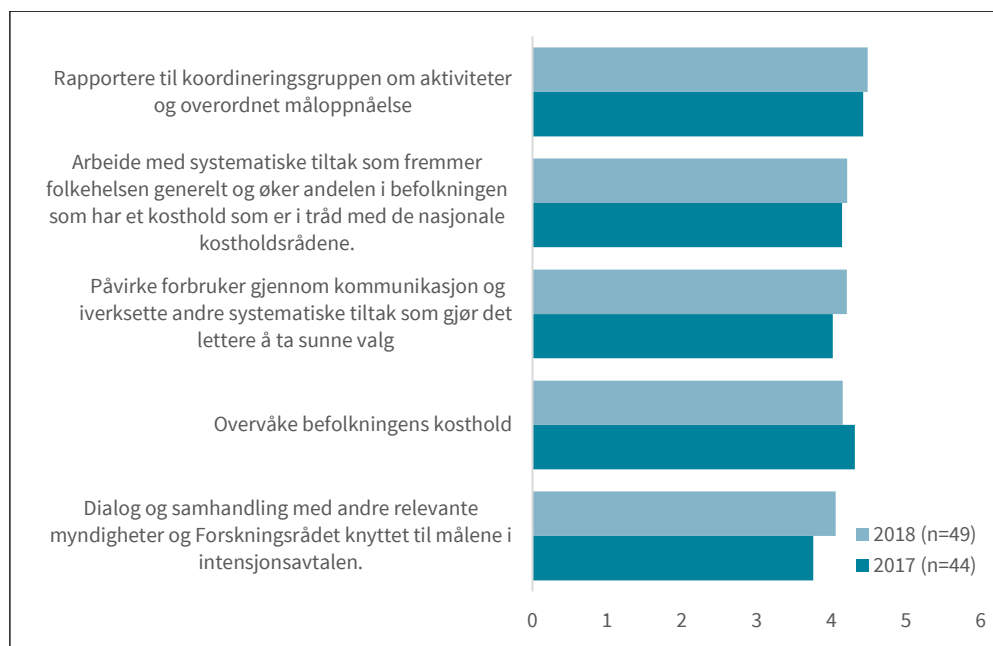
Krevende: Det er flere områder som oppleves som krevende. Særlig områdene «MindreAv» trekkes fram, siden både fett, salt og sukker påvirker smak og konsistens på produktene. Det er dermed ikke bare forbrukernes preferanser som skal endres, men man skal opprettholde kvaliteten på produktene med hensyn til konsistens, holdbarhet, smak etc. Flere peker også på at de allerede har gjort endringer, og at det dermed blir vanskeligere å redusere ytterligere.

Flere påpeker at også betingelser utenfor aktørens kontroll gjør det krevende. Noen råvarer av animalsk opprinnelse inneholder naturlig en andel mettet fett som det er utfordrende å påvirke i senere ledd. Det ble sagt at siden landbruket ikke er en del av avtalen, har man mindre påvirkningsmuligheter. Produktavgiftene for sjokolade- og sukkervarer og alkoholfrie drikkevarer nevnes også som endringer av rammebetingelsene underveis i avtaleperioden.

Vurdering av helsemyndighetene

Vi ba om en vurdering av helsemyndighetenes arbeid i intensjonsavtalen. Først ba vi respondentene vurdere hvert område for seg. På en skala fra 1 til 6, hvor 6 er svært godt, opplever aktørene at helsemyndighetene ivaretar sine forpliktelser rundt 4 på alle områdene. Det er rapportering til koordineringsgruppen om aktiviteter og overordnet måloppnåelse som scorer høyest, mens jevnlig kostholdsundersøkelser scorer lavest, selv om forskjellene er små.

Figur 8 Aktørens vurdering av hvordan helsemyndighetene ivaretar sine forpliktelser i 2017 og 2018. 1=svært dårlig, 6=svært godt³



³ I spørreskjemaet for 2017 og 2018 var det feil i én av forpliktelsene, nemlig «Innhente data for å kunne evaluere denne avtalens måloppnåelse og arbeide for at det gjennomføres jevnlig representative kostholdsundersøkelser», denne var blitt delt opp i to meningsløse setninger. Alle forpliktelsene vil rapporteres riktig i de to neste årsrapportene.

Vi ba også virksomhetene oppgi hva som er den viktigste forpliktelsen til helsemyndighetene, sett fra deres perspektiv. De kunne markere bare ett alternativ. «Arbeide med systematiske tiltak som fremmer folkehelsen generelt og øker andelen i befolkningen som har et kosthold som er i tråd med de nasjonale kostholdsrådene» er det som anses som viktigst av de fleste. På neste plass kommer «Påvirke forbruker gjennom kommunikasjon og iverksette andre systematiske tiltak som gjør det lettere å ta sunne valg». Ingen gir øverste prioritet til «Rapportere til koordineringsgruppen om aktiviteter og overordnet måloppnåelse».

Når de må prioritere, blir svarene tydeligere enn når de svarer i henhold til hvert enkelt område for seg. Samtidig viser svarene på hvert enkelt område for seg at alle områdene oppleves som viktige.

Avslutningsvis spurte vi om de hadde noen ytterligere kommentarer til gjennomføring av intensjonsavtalen i 2018. Det kom ikke mange kommentarer, men både økte ressurser i skole/barnehage for å påvirke i retning av et sunt kosthold, produktavgiftene og redusert moms på sunne varer ble nevnt. Det ble også sagt at det offentlige burde gå foran og prioritere kvalitet framfor pris i offentlige avtaler.

Hovedfunn

Intensjonsavtalen oppleves som viktig og meningsfull av aktørene som har inngått avtalen. De rapporterer at de er fornøyd med den, de føler at de får noe igjen for avtalen, men de påpeker også at det kan være utfordrende å lykkes.

Generelt ser det ut til at det er større utfordringer knyttet til «MindreAv»- enn «MerAv»-områdene. Utfordringene med «MindreAv» handler ikke bare om å endre forbrukernes preferanser, bevisst eller ubevisst, men også om å bevare kvaliteten på produktene.

«MerAv» dreier seg om å utvikle nye produkter som skal gjøre det enkelt og fristende for forbrukerne å velge de sunnere alternativene, men også om at pakningsstørrelse og design på emballasjen er med på å påvirke forbrukerne. Markedsføring er viktig, og her trekkes det fram myndighetenes rolle i å promotere de sunne valgene.

Motivasjon for å være med i avtalen er klart knyttet til hovedmålet, bedre folkehelse. Utbytte for de som er med handler om felles søkelys på tiltak som fremmer folkehelsen, som bevisstgjøring om et sunnere kosthold og at bransjen og myndighetene trekker i samme retning.

Samtidig er det utfordrende at bare 49 av de 97 virksomhetene som har inngått avtalen, sendte inn årsrapporteringen for 2018. Dermed vet vi lite om hvordan avtalen virker, oppleves og etterleves hos omtrent halvparten av avtalepartnerne. Monitorering er et mål i avtalen, og årsrapporteringene bidrar til dette. Det er dermed en klar utfordring å øke rapporteringen i resten av avtaleperioden.

Vedlegg 1 Spørreskjema

Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold

Årlig rapportering 2018

Rapporteringen er frivillig.

Skjemaet er konkurranserettslig vurdert av Helsedirektoratet.

Bakgrunn om virksomheten																
B1	Navn på virksomheten															
B2	Lokalisering av hovedkontor															
B3	Er virksomheten landsdekkende eller lokal? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">1. Landsdekkende</td> <td style="width: 5%; border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">2. Lokalt</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	1. Landsdekkende	<input type="checkbox"/>	2. Lokalt	<input type="checkbox"/>											
1. Landsdekkende	<input type="checkbox"/>															
2. Lokalt	<input type="checkbox"/>															
B4	Totalomsetning sist år (i millioner NOK) <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> </tr> </table> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">1. Ønsker ikke å svare på dette</td> <td style="width: 5%; border: none;"></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">2. Vet ikke</td> <td style="border: none;"></td> </tr> </table>												1. Ønsker ikke å svare på dette		2. Vet ikke	
1. Ønsker ikke å svare på dette																
2. Vet ikke																
B5	Antall ansatte (bruk tall) <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 10%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> </tr> </table> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">1. Ønsker ikke å svare på dette</td> <td style="width: 5%; border: none;"></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">2. Vet ikke</td> <td style="border: none;"></td> </tr> </table>												1. Ønsker ikke å svare på dette		2. Vet ikke	
1. Ønsker ikke å svare på dette																
2. Vet ikke																
B6	Type virksomhet <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">a. Produsent</td> <td style="width: 5%; border: none;"></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">b. Grossist</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">c. Forhandler</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">d. Serveringsbransjen</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">e. Bransjeorganisasjon/helsemyndighet</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p><i>Marker alle relevante</i></p>	a. Produsent		b. Grossist	<input type="checkbox"/>	c. Forhandler	<input type="checkbox"/>	d. Serveringsbransjen	<input type="checkbox"/>	e. Bransjeorganisasjon/helsemyndighet	<input type="checkbox"/>					
a. Produsent																
b. Grossist	<input type="checkbox"/>															
c. Forhandler	<input type="checkbox"/>															
d. Serveringsbransjen	<input type="checkbox"/>															
e. Bransjeorganisasjon/helsemyndighet	<input type="checkbox"/>															
B7	Tilknytning til avtalen <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;">a. Innsats 1: Redusert salt</td> <td style="width: 5%; border: none;"></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">b. Innsats 2: Redusert sukker</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">c. Innsats 3: Redusert mettet fett</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">d. Innsats 4: Mer frukt, bær, grønnsaker</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">e. Innsats 4: Grove kornprodukter</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="border: none;">f. Innsats 4: Mer fisk og sjømat</td> <td style="border: none;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table> <p><i>Marker alle relevante</i></p>	a. Innsats 1: Redusert salt		b. Innsats 2: Redusert sukker	<input type="checkbox"/>	c. Innsats 3: Redusert mettet fett	<input type="checkbox"/>	d. Innsats 4: Mer frukt, bær, grønnsaker	<input type="checkbox"/>	e. Innsats 4: Grove kornprodukter	<input type="checkbox"/>	f. Innsats 4: Mer fisk og sjømat	<input type="checkbox"/>			
a. Innsats 1: Redusert salt																
b. Innsats 2: Redusert sukker	<input type="checkbox"/>															
c. Innsats 3: Redusert mettet fett	<input type="checkbox"/>															
d. Innsats 4: Mer frukt, bær, grønnsaker	<input type="checkbox"/>															
e. Innsats 4: Grove kornprodukter	<input type="checkbox"/>															
f. Innsats 4: Mer fisk og sjømat	<input type="checkbox"/>															

Innsatsområde 1 Reduksjon av salt

[Besvares kun av dem som har krysset av B7a på side 1]

SA1	Har dere satt opp egne mål for reduksjon av salt?	1: Ja 2: Nei → SA4
SA2	Monitorerer dere selv utvikling i forhold til målene om reduksjon av salt?	1: Ja 2: Nei → SA4
SA3	Hvor ofte måles det?	1: Månedlig eller oftere 2: Kvartalsvis 3: Halvårlig 4: Årlig 5: Annet.....
SA4	Har bedriften deres gjort noen av følgende tiltak i forbindelse med <i>Innsatsområde 1</i> : Redusere salt innenfor avtalen i 2018?	
a	Utvikling og lansering av nytt(/nye) produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
b	Optimalisering av eksisterende produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
c	Endret paknings- eller porsjonsstørrelse (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
d	Designendring på emballasje, F-pak (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
e	Markedsføringstiltak	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
f	Endret produktplassering i utsalgssted (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
g	Endring i serveringstilbud	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
h	Andre tiltak gjennomført	1: Ja 2: Nei
	<i>Hvis ja, beskriv</i>
SA5	Hva var det mest virkningsfulle tiltaket dere gjorde i 2018?
SA6	Hvorfor var dette tiltaket virkningsfullt?
SA7	Har noen fra deres virksomhet deltatt på møter/seminar/workshop innen innsatsområde 1: Salt i løpet av 2018?	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant

Innsatsområde 2 Reduksjon av tilsatt sukker

[Besvares kun av dem som har krysset av B7b på side 1]

SU1	Har dere satt opp egne mål for reduksjon av sukker?	1: Ja 2: Nei→SU4
SU2	Monitorerer dere selv framgang i forhold til målene om reduksjon av sukker?	1: Ja 2: Nei→SU4
SU3	Hvor ofte måles det?	1: Månedlig eller oftere 2: Kvartalsvis 3: Halvårlig 4: Årlig 5: Annet
SU4	Har bedriften deres gjort noen av følgende tiltak i forbindelse med <i>Innsatsområde 2</i> innenfor avtalen i 2018?	
a	Utvikling og lansering av nytt(/nye) produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
b	Optimalisering av eksisterende produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
c	Endret paknings- eller porsjonsstørrelse (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
d	Designendring på emballasje, F-pak (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
e	Markedsføringstiltak	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
f	Endret produktplassering i utsalgssted (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
g	Endring i serveringstilbud	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
h	Andre tiltak gjennomført innenfor 'Innsatsområde 2: Sukker' sist år? <i>Hvis ja, beskriv</i>	1: Ja 2: Nei
SU5	Hva var det mest virkningsfulle tiltaket dere gjorde i 2018?
SU6	Hvorfor var dette tiltaket virkningsfullt?
SU7	Har noen fra deres virksomhet deltatt på møter/seminar/workshop innen innsatsområde 2: reduksjon av sukker i løpet av 2018?	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant

Innsatsområde 3 Reduksjon av mettet fett

[Besvares kun av dem som har kryssset av B7c på side 1]

FE1	Har dere satt opp egne mål for reduksjon av mettet fett?	1: Ja 2: Nei → FE4
FE2	Monitorerer dere selv utvikling i forhold til målene om reduksjon av mettet fett?	1: Ja 2: Nei → FE4
FE3	Hvor ofte måles det?	1: Månedlig eller oftere 2: Kvartalsvis 3: Halvårlig 4: Årlig 5: Annet
FE4	Har bedriften deres gjort noen av følgende tiltak i forbindelse med <i>Innsatsområde 3</i> innenfor avtalen i 2018?	
a	Utvikling og lansering av nytt(/nye) produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
b	Optimalisering av eksisterende produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
c	Endret paknings- eller porsjonsstørrelse (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
d	Designendring på emballasje, F-pak (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
e	Markedsføringstiltak	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
f	Endret produktplassering i utsalgssted (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
g	Endring i serveringstilbud	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
h	Andre tiltak gjennomført innenfor 'Innsatsområde 3: Mettet fett' sist år? <i>Hvis ja, beskriv</i>	1: Ja 2: Nei
FE5	Hva var det mest virkningsfulle tiltaket dere gjorde i 2018?
FE6	Hvorfor var dette tiltaket virkningsfullt?
FE7	Har noen fra deres virksomhet deltatt på møter/seminar/workshop innen innsatsområde 3: reduksjon av mettet fett i løpet av 2018?	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant

Innsatsområde 4 Økt inntak av frukt, bær og grønnsaker

[Besvares kun av dem som har krysset av B7d på side 1]

FG1	Har dere satt opp egne mål for økt frukt, bær og grønnsaker?	1: Ja 2: Nei → FG4
FG2	Monitorerer dere selv utvikling i forhold til målene om økt inntak av frukt, bær og grønnsaker?	1: Ja 2: Nei → FG4
FG3	Hvor ofte måles det?	1: Månedlig eller oftere 2: Kvartalsvis 3: Halvårlig 4: Årlig 5: Annet
FG4	Har bedriften deres gjort noen av følgende tiltak i forbindelse med Innsatsområde 4 : Økt inntak av frukt, bær og grønnsaker innenfor avtalen i 2018?	
a	Utvikling og lansering av nytt(/nye) produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
b	Optimalisering av eksisterende produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
c	Endret paknings- eller porsjonsstørrelse (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
d	Designendring på emballasje, F-pak (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
e	Markedsføringstiltak	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
f	Endret produktplassering i utsalgssted (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
g	Endring i serveringstilbud	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
h	Andre tiltak gjennomført innenfor 'Innsatsområde 4: Økt inntak av frukt, bær og grønnsaker' sist år? <i>Hvis ja, beskriv</i>	1: Ja 2: Nei
FG5	Hva var det mest virkningsfulle tiltaket dere gjorde i 2018?
FG6	Hvorfor var dette tiltaket virkningsfullt?
FG7	Har noen fra deres virksomhet deltatt på møter/seminar/workshop innen innsatsområde 4: Økt inntak av frukt, bær og grønnsaker i løpet av 2018?	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant

Innsatsområde 4: Mer grove kornprodukter

[Besvares kun av dem som har krysset av B7e på side 1]

KO1	Har dere satt opp egne mål for økte grove kornprodukter?	1: Ja 2: Nei → KO4
KO2	Monitorerer dere selv utvikling i forhold til målene om økte grove kornprodukter?	1: Ja 2: Nei → KO4
KO3	Hvor ofte måles det?	1: Månedlig eller oftere 2: Kvartalsvis 3: Halvårlig 4: Årlig 5: Annet
KO4	Har bedriften deres gjort noen av følgende tiltak i forbindelse med <i>Innsatsområde 4: Økt inntak av grove kornprodukter</i> innenfor avtalen i 2018?	
a	Utvikling og lansering av nytt(/nye) produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
b	Optimalisering av eksisterende produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
c	Endret paknings- eller porsjonsstørrelse (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
d	Designendring på emballasje, F-pak (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
e	Markedsføringstiltak	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
f	Endret produkt plassering i utsalgssted (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
g	Endring i serveringstilbud	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
h	Andre tiltak gjennomført innenfor 'Innsatsområde 4: Mer grove kornprodukter' sist år? <i>Hvis ja, beskriv</i>	1: Ja 2: Nei
KO5	Hva var det mest virkningsfulle tiltaket dere gjorde i 2018?
KO6	Hvorfor var dette tiltaket virkningsfullt?
KO7	Har noen fra deres virksomhet deltatt på møter/seminar/workshop innen innsatsområde 4: Mer grove kornprodukter i løpet av 2018?	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant

Innsatsområde 4: Mer fisk og sjømat

[Besvares kun av dem som har kryssset av B7e på side 1]

F11	Har dere satt opp egne mål for økt fisk og sjømat?	1: Ja 2: Nei → FI4
F12	Monitorerer dere selv utvikling i forhold til målene om økt fisk og sjømat?	1: Ja 2: Nei → FI4
F13	Hvor ofte måles det?	1: Månedlig eller oftere 2: Kvartalsvis 3: Halvårlig 4: Årlig 5: Annet
F14	Har bedriften deres gjort noen av følgende tiltak i forbindelse med Innsatsområde 4: Økt inntak av fisk og sjømat innenfor avtalen i 2018?	
a	Utvikling og lansering av nytt(/nye) produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
b	Optimalisering av eksisterende produkt(er)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
c	Endret paknings- eller porsjonsstørrelse (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
d	Designendring på emballasje, F-pak (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
e	Markedsføringstiltak	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
f	Endret produktplassering i utsalgssted (med hensikt å påvirke til sunnere valg)	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
g	Endring i serveringstilbud	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant
h	Andre tiltak gjennomført innenfor 'Innsatsområde 4: Mer fisk og sjømat' sist år? <i>Hvis ja, beskriv</i>	1: Ja 2: Nei
F15	Hva var det mest virkningsfulle tiltaket dere gjorde i 2018?
F16	Hvorfor var dette tiltaket virkningsfullt?
F17	Har noen fra deres virksomhet deltatt på møter/seminar/workshop innen innsatsområde 4: Mer fisk og sjømat i løpet av 2018?	1: Ja 2: Nei 3: Ikke relevant

Nøkkelhullsmerket

NO1	Totalt antall produkter med nøkkelhullsmerket i 2018	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
		Vet ikke; Ikke relevant
NO1b	Totalt hvor mange produkter i hele sortimentet er av bedriftens egne merker? (bruk tall)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
		Vet ikke; Ikke relevant
NO2	Antall nye produkter med nøkkelhullsmerket i 2018	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
		Vet ikke; Ikke relevant
NO2b	Hvor mange av de nye produktene i 2018 er av bedriftens egne merker? (bruk tall)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
		Vet ikke; Ikke relevant

Aktørenes vurdering av avtalen

AV1	Hvor fornøyd er dere med avtalen i deres bedrift? <i>1=Ikke fornøyd i det hele tatt</i> <i>6=Svært fornøyd</i>	1 2 3 4 5 6
AV2	Føler dere at dere får noe igjen for avtalen? <i>1=Har ingenting igjen for avtalen</i> <i>6=Har svært mye igjen for avtalen</i>	1 2 3 4 5 6
AV3	Hva synes dere dere har mest igjen for?
AV4	Hvor vanskelig er det å oppnå avtalens mål for deres bedrift? <i>1=Svært vanskelig</i> <i>6=Veldig lett</i>	1 2 3 4 5 6
AV5	Hva er eventuelt spesielt krevende
AV6	Hvilke type tiltak gir best effekt?
AV7	Hva er deres hovedmotivasjon for å være med på avtalen?

Aktørens vurdering av helsemyndighetene

AV9	Hvilke tiltak oppfatter dere at <i>Helsemyndighetene</i> har gjort i forhold til avtalen i løpet av 2018 av betydning for deres virksomhet? Ingen; Ikke relevant
AV10	Hvilke tiltak oppfatter dere at <i>Helsemyndighetene</i> har gjort i løpet av 2018 av betydning for hele avtalen? Ingen; Ikke relevant
AV11	Hvor godt synes dere <i>Helsemyndighetene</i> ivaretar sine forpliktelser innenfor de følgende felt? <i>1=Svært dårlig</i> <i>6=Svært godt</i> <i>9=Vet ikke</i>	
	a. Overvåke befolkningens kosthold	1 2 3 4 5 6 9
	b. Innhente data for å kunne evaluere denne avtalens måloppnåelse og arbeide for at det gjennomføres	1 2 3 4 5 6 9
	c. Jevnlige representative kostholdsundersøkelser	1 2 3 4 5 6 9
	d. Arbeide med systematiske tiltak som fremmer folkehelsen generelt og øker andelen i befolkningen som har et kosthold som er i tråd med de nasjonale kostholdsrådene. Barn og unge skal ha et særlig fokus	1 2 3 4 5 6 9
	e. Rapportere til koordineringsgruppen om aktiviteter og overordnet måloppnåelse	1 2 3 4 5 6 9
	f. Påvirke forbruker gjennom kommunikasjon og iverksette andre systematiske tiltak som gjør det lettere å ta sunne valg	1 2 3 4 5 6 9
	g. Dialog og samhandling med andre relevante myndigheter og Forskningsrådet knyttet til målene i intensjonsavtalen.	1 2 3 4 5 6 9
AV12	Fra deres virksomhets perspektiv, hva er den viktigste forpliktelsen til <i>Helsemyndighetene</i> (av de som er nevnt over) <i>Marker kun én</i>	a b c d e f g

Helt til slutt:

AV31	Har dere noen ytterligere kommentarer til gjennomføringen av Intensjonsavtalen i 2018? Ingen
------	--	----------------

Vedlegg 2 Liste over alle aktører i 2018⁴

A. Nilsson & Co AS	Kolonial.no AS
A/S Nestlé Norge	Lantmännen Unibake
AS Pals	Leiv Vidar AS
Bakehuset AS	Lerøy Seafood Group
Baker Brun AS	Lunde Gård engros AS
Bama	MAARUD AS
Barilla Norge AS	Matbørsen AS
Best Stasjon AS	Mesterbakeren AS
BKLF AS	Meum Frukt & Grønt AS
Brynhild Gruppen	Mills AS
Brødrene Karlsen AS	Mondelez Norge AS
Brødrene Raastad AS	NHO Mat og Drikke
Cater Mysen AS	NHO Reiseliv
Cernova	NHO Service og Handel
Circle K Norge AS	Norfesh AS
Coop Norge SA	Norges frukt- og grønnsaksgrossisters forbund
Coor Service Management AS	NorgesGruppen ASA
Den Stolte Hane AS	NorgesGruppen Servicehandel AS
Det Glutenfrie Verksted	Norgesmøllene AS
Diplom-Is AS	Norrek Dypfrys AS
Domstein Sjømat AS	Nortura SA
Duga AS	Nærbakst AS
Engrosfrukt AS	Odd Langdalen frukt og engros AS
Eugen Johansen AS	Orkla ASA
Fatland Jæren AS	Pelagia AS
Findus Norge AS	REMA 1000
Finsbråten AS	Rolf Olsen Engros AS
Finstad Gård Engros AS	Salatmestern AS
Fjordland AS	Salmon Brands AS
Gartnerhallen AS	Scandic Hotels AS
Germann Vervik efit AS	Servicegrossistene AS
Grilstad AS	Sjømat Norge
H. A. Brun AS	ST1 Norge AS
Hennig Olsen Is	Svanøy Røykeri AS
Hoff SA	Synnøve Finden AS
Holmens AS	T.L. Måkestad AS
Huseby Gård Da	TINE SA
Ingebrigtsen kjøtt AS	Toma Facility Services AS
Insula AS	Toma Mat AS
Interfrukt AS	Umoe Restaurants AS
ISS Facility Services AS	United Bakeries Norway AS
JÆDER Ådne Espeland AS	Virke
Kavli Norge AS – O. Kavli AS	Virke KBS
Kavli Norge AS – Q-Meieriene AS	YX Norge AS
King Oscar AS / Thai Union	Økern Engros A

⁴ Aktører som kun har signert Innsatsområde 2: Reduksjon av tilsatt sukker er ikke tatt med i denne listen

Intensjonsavtalen for et sunnere kosthold

Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold er inngått mellom Helse- og omsorgsdepartementet og matbransjen. Den har som mål å føre til et mer helhetlig og overordnet samarbeid mellom bransjen og myndighetene, slik at det blir enklere for forbrukerne å ta sunnere valg.

Fafo evaluerer avtalen på oppdrag fra Helsedirektoratet. Evalueringen vil primært vurdere arbeidsform og initiativene, og sekundært se på effektene av avtalen på befolkningshelse. Dette notatet presenterer resultatene fra den årlige egenrapporteringen fra 2018.



Borggata 2B
Postboks 2947 Tøyen
N-0608 Oslo
www.fafo.no

Fafo-notat 2019:25
Bestillingsnr. 10315