



HELSE- OG OMSORGSDEPARTEMENTET

Handlingsplan for bedre kosthold i  
befolkningen 2007-2011  
*Oppskrift for et sunnere kosthold*

Statssekretær Arvid Libak

*Helsesøsterkongressen 22. april 2008*

# Viktig grunnlag for folkehelsearbeidet

## Soria Moria-erklæringen:

Satse sterkere på sykdomsforebyggende arbeid  
Redusere sosiale ulikheter i helse

- WHO's globale strategi for kosthold, fysisk aktivitet og helse, vedtatt i 2004
- St.meld nr 20 (2006-2007) Nasjonal strategi for å utjevne sosiale helseforskjeller
- Nordisk handlingsplan for bedre helse og livskvalitet gjennom kosthold og fysisk aktivitet, vedtatt 2006



# Handlingsplan for bedre kosthold 2007-2011- deltakende departementer

- Arbeids- og inkluderingsdepartementet
- Barne- og likestillingsdepartementet
- Finansdepartementet
- Fiskeri- og kystdepartementet
- Helse- og omsorgsdepartementet
- Kommunal- og regionaldepartementet
- Kultur- og kirkedepartementet
- Kunnskapsdepartementet
- Landbruks- og matdepartementet
- Miljøverndepartementet
- Nærings- og handelsdepartementet
- Utenriksdepartementet



Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen (2007–2011)

Oppskrift for et  
sunnere kosthold



- Det skal bli enklere å velge sunt!

# Hvorfor en handlingsplan på kostholdsområdet?

- Kosthold og helse henger nøye sammen
- Klare utfordringer i befolkningens kosthold
- Sosiale forskjeller i kosthold som bidrar til sosiale ulikheter i helse
- Viktig og nødvendig at mange sektorer bidrar



# Overvekt blant 8-12-åringer i Oslo (2004)

21% er overvektige

Store forskjeller mellom  
bydelene:

indre øst: 29%,

ytre vest: 15%

Tidsskrift for Norske Lægeforening  
Nr. 22,2005;125:3088-0

## Kroniske lidelser en betydelig del av helseutfordringene globalt og i Norge

- Kroniske sykdommer, slik som hjertesykdom, hjerneslag, kreft, kronisk respiratoriske sykdommer og diabetes, er blant de viktigste årsakene til dødelighet globalt
- Ansvarlig for 60% av alle dødsfall i verden
- 50% av dødsfallene skjer hos personer < 70 år
- **Usunt kosthold** blant de viktigste risikofaktorene
- Eliminering av risikofaktorene vil føre til forebygging av:
  - 80% av hjertesykdom, hjerneslag og type 2-diabetes
  - 40% av krefttilfellene

bl.a. Chronic Diseases, WHO (2006)

# Utfordringer

- Tilgang på mat døgnet rundt med til dels mye fett og sukker
- Markedsføring av usunne produkter
- Mange ulike meningsytringer om hva som er sunt vanskeliggjør budskapet, skaper forvirring og kanskje likegyldighet
- Gode muligheter til å føre et stillesittende liv
- Konkurransen om oppmerksomhet og tid



# Handlingsplanens målsetting

## Visjon:

Bedre helse i befolkningen gjennom et sunt kosthold

## Hovedmål:

Endre kostholdet i tråd med helsemyndighetenes anbefalinger

Redusere sosiale forskjeller i kosthold





# Viktige mål for kostholdet

- Mer:
  - grønnsaker og poteter, frukt og bær
  - grove korn- og brødvarer
  - fisk og sjømat
- Mindre:
  - sukker, søtsaker og brus
  - snacks og fete potetprodukter
  - fete meieri- og kjøttprodukter
  - salt



# Konkrete mål

## **20% endring i følgende mål for kostholdet i befolkningen:**

- ↑ andelen som spiser grønnsaker daglig
- ↑ andelen som spiser frukt daglig
- ↑ andelen som spiser fisk til middag minst en gang i uken
- ↑ andelen som spiser fiskepålegg minst to ganger i uken
- ↑ andelen ungdom som spiser frokost daglig
- ↓ andelen barn og ungdom som spiser søtsaker daglig
- ↓ andelen som drikker brus og saft daglig
- ↓ andelen som får mer enn 10 % av energiinntaket fra sukker
- ↓ andelen som får mer enn 10 % av energiinntaket fra mettet fett



# Strategier

1. Bedre tilgjengelighet av sunne matvarer
2. Kunnskap hos forbrukerne
3. Kompetanse hos nøkkelgrupper
4. Lokal forankring av ernæringsarbeid
5. Styrket ernæringsarbeid i helsetjenesten



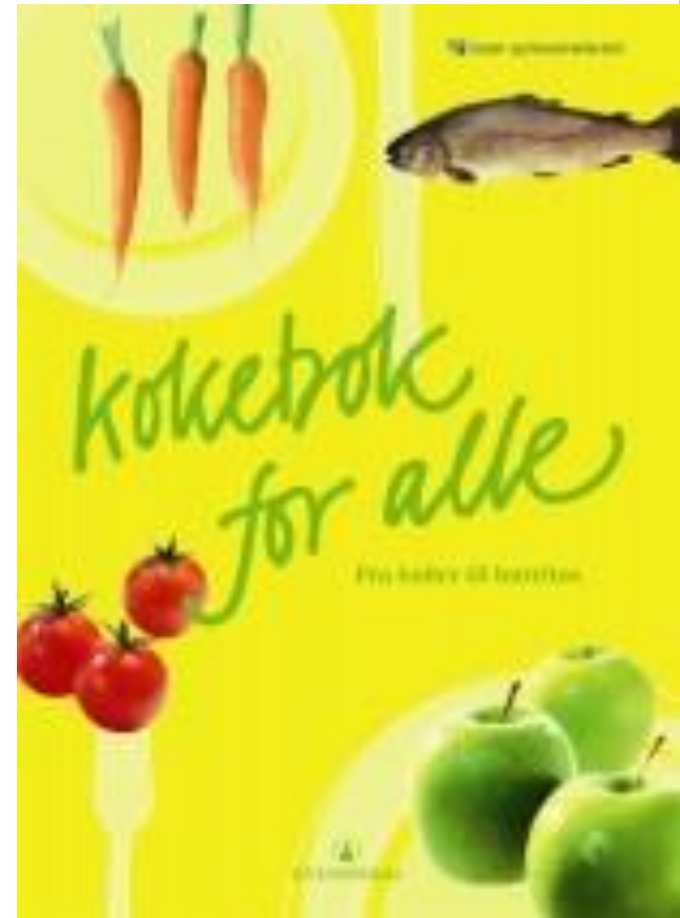
# Innsatsområder

1. Kommunikasjon om mat og kosthold
2. Sunn mat i et mangfoldig marked
3. God ernæring fra starten av
4. Sunne måltider i barnehage og skole
5. Mat og helse i arbeidslivet
6. Ernæring i helse- og sosialtjenesten
7. Fokus på kosthold i lokalt folkehelsearbeid
8. Kompetanse om kosthold
9. Forskning, overvåking og dokumentasjon
10. Ernæring i internasjonalt perspektiv



# Kommunikasjon om mat og kosthold

- Utvikle kommunikasjonsstrategi
- Konkrete, entydige kostråd
- Matportalen
- Merking/symbolmerking
- Grunnleggende kokebok til hverdagsbruk
- Sjømatprosjekt
- Dialogarenaer



## God ernæring fra starten av

- Gratis vitamin D-tilskudd til spedbarn med innvandrerbakgrunn
- Videreutvikle Mor-barn-vennlig initiativ i helsestasjoner for å fremme amming
- Anbefalinger for spedbarnsernæring



# Sunne måltider i barnehage og skole

- Frukt og grønt i skolen
- Retningslinjer for mat og måltider i barnehage og skole
- Oppfordre skoleeier til å hindre tilgang til brus og fremme tilgang på kaldt drikkevann
- Prosjekt fysisk aktivitet og måltider i skolen
- Kurs for kantinepersonell
- Måltid i utvidet skoledag



# Matpakke og frukt er in

■ Vil ikke ha boller og brus på skolen

■ Forsker ber kantineene endre vareutvalget

**Skoleungdom i Oslo er sunnest i landet. Dette til tross for at oslo-skolene har flest brusautomater og minst frukt i Norge.**

SOLRUN DREDELIJ  
JULIAN FONGEN LANGSLETT  
CARL MARTIN NORDBY (foto)

I kantinen på Fagerborg videregående skole står de stablet opp. Sjøkoladene. Hele 19 typer av dem. Av frukt er det to valgmuligheter. Epke og drue. Ellers kan kantineen friste med brus, pizza, muffins, én type salat og baguetter med masse dressing.

– Det kan være vanskelig å styre unna fristelsene, men jeg prøver å la være, sier førsteklassing Nina Hovden Gregersen, som har kjøpt et av de sunneste alternativene i kantineen. En hvit baguette med kyllingsalat og dressing.

**Sunnest i landet – mot alle odds.** Som resten av klassevenninnene i solveggen er hun opptatt av hva hun putter i seg. Ingen drikker brus. Mange har med matpakke og frukt, mens andre spiser baguetter.

For til tross for at Oslo-skolene har landets høyeste tilgang på brusautomater, landets dårligste tilgang på skolefrukt, og mange fristende usunnheter i kantineene, drikker Oslo-ungdom minst brus og spiser mest frukt og matpakker i landet.

Dette viser en rapport fra Statens institutt for forbruksforskning (SIFO), som har tatt for seg geografiske forskjeller i skolematvanene til ungdom mellom 15 og 19 år over hele landet.

– Ungdom dyrker det sunne og helseiktlige i enda større grad enn de voksne. Dette gjelder særlig Oslo-ungdommene, sier Annechen Bugge, forskeren bak rapporten.



ler, og ifølge Bugge er antibolletrenden noe som viser seg i materialet hennes.

– Mange elever mener at å gå rundt med en bollepøse i hånden rett og slett er ukult, sier hun.

– Lytt til elevene  
Men frukt er populært i skolekantineene. Om de boller og

## SIFO-rapporten

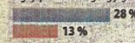
Et representativt utvalg på nær 600 elever mellom 15 og 19 år var med i undersøkelsen.

Undersøkelsen er en del av et større prosjekt om ungdoms matkultur.

– Ikke alltid like enkelt å styre unna fristelsene, konstaterer Nina Hovden Gregersen (f.v.), Marianne Granum og Oda Ryen Bilgrel. Men de holder seg unna brus og boller.

## Ungdoms skolematvaner

Jeg kjøpte frukt sist gang jeg handlet skolemat:



Vi har tilgang på frukt på skolen:





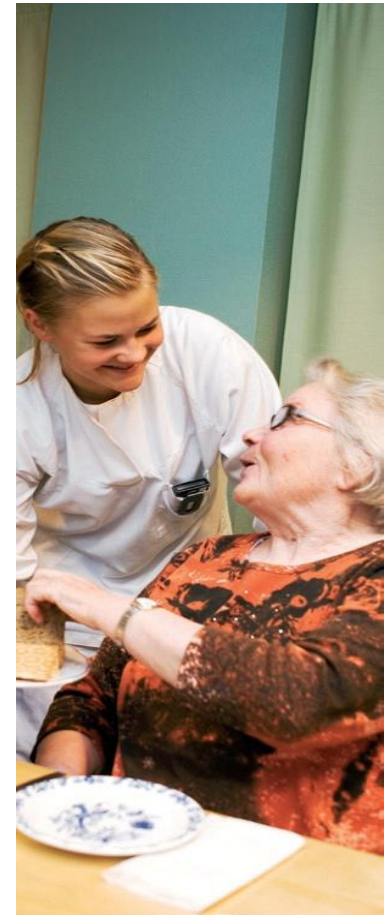
# Statsrådene oppfordrer til sunnere mat og drikke på videregående skoler





# Ernæring i helse – og sosialtjenesten

- Styrke ernæringsarbeidet i helsetjenesten og pleie- og omsorgstjenesten
- Faglige retningslinjer og veiledere
  - Kosthold i helseinstitusjoner
  - Ernæringsarbeid i pleie- og omsorgstjenesten
- Utrede hvordan kommunene kan gi tilfredsstillende tilbud innen ernæring



# Kompetanse om kosthold

- Kokebok
  - Gratis til ungdomsskoleelever
  - Tilbud til kommunene til redusert pris
- Nettbasert undervisningsopplegg til Mat og helse
- Oppordre til å sette av ressurser til Mat og helse
- Kompetanseheving
  - Kartlegging av kompetanse hos lærere i Mat og helse
  - Etter- og videreutdanning av nøkkelgrupper
- Sikre kompetanse i pleie- og omsorgssektoren
- Ernæring i relevante rammeplaner



● Lavere priser ● Kostholdsveiledning ● Merking av sunn mat

# Seksbarnsmor startet sunnhetskrig

## Sunnere priskutt

### HELSE

**Seksbarnsmor Christina Dahl (41) var så opprørt over høy pris på lettprodukter og sunne matvarer i butikkene at hun kontaktet helseminister Sylvia Brustad.**

Tekst: **Wigdis Alver**  
Foto: **Ståle**

Det satte fart i sunnhetskrigen som nå utkjempes mellom de store matvarekjeder.

De store dagligvarebutikkene kjemper om helse- og sunnhetsbevisende kunder. Lavere priser på fett- og sukkerfattede produkter eller frukt, grønne søner ved kassa, kostholdsveiledning i butikkene og spesiell merking av sunne produkter er blant virkemidlene – målet er å lokke forbrukere som vil spise sunnere, til disse butikker.

Siste utskik kom i går fra Kiwi som selv beklrer mammonen på frukt og grønt ut året og dermed kutter prisene til kundene. Andre kjeder følger etter.

– Vi kutter umiddelbart prisene på frukt og grønt slik at vi fortsatt er billigere, sier Rema-sjef Ole Robert Retten.

**Prisjokk**  
E-posten fra seksbarnsmor Christina Dahl i Nærvoy kommune kom i fjor høst til Sylvia Brustad.

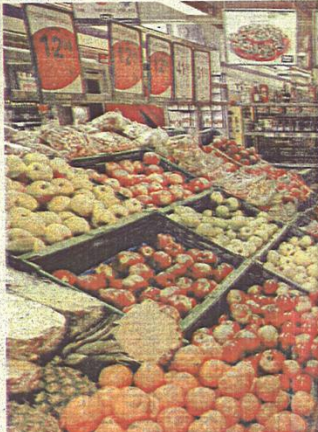
Dahl fikk prisjokk etter egen funn i butikkene: Lettvarianter var 30-50 prosent dyrere.

Brustad svarte med å kalle inn bransjen på neste i desember. A hindre at matvarer koster flekk, var et viktig tema. Helseministeren oppfordret til å gjøre sunn mat mer attraktiv.

– E-posten fra Dahl var et sterkt bidrag til at vi lenkete til matet. Vi holdt også på med kostholdsplanen, sier statsråd Sylvia Brustad via statssekretær Arvid Libak.

**Mer enn prut**  
I månedene som er gått, har butikkene konkurransene om de sunne kundene skutt fart.

– Vi ser at det er kommersielt



**MAT TIL MANGE:** Christina Dahl (41) har mange å handle inn til. Barn Kirsti (5) og søsknene på 22, 20, 10, 7 år benker seg rundt middagsbordet.

vilig å satse på helse og livstilt food folk blir stadig mer bevisste, sier informasjonsdirektør Vidar Ullensvold i Coop Norge.

– Helseministerens mæ bebyggende en forsterking: Dette er en av de viktigste konkurransebjørnene framover, sier Ullensvold.

Adm. direktør Per-Erik Burud i Kiwi sier det alike.

– Tidligere smakket folk om at de ville ha sunn mat, nå har de begynt å kjøpe den også. Det siste halvte året har det helt klart skjedd noe i markedet.

**Konsekvenser**  
At kampen om de sunnhetsbevisende kundene har hardnet, kan du se på noen av prisjokkene.

I august satte Rema 1000 ned prisene på 33 mager- og lettprodukter. Kort etter svarte Kiwi og Spar med liknende prisjokk. Men så er ikke bare sunn. Spjokkdeplagg med mindre sukker og fettebrennende pommes frites er blant varenne.

– Vi fulgte etter Rema på pris, det ble vi nødt til av konkurranse-

mestige årsaker. Det sunneste er selvfølgelig å ikke spise spjokkdeplagg, men disse gir litt litt mindre sukker. Økonomisk betyr dette lite for oss, sier Burud.

**Bevisstgjøring**  
Flere kjeder tester ut nye sunnhetskonsepter eller har ryktsende ferske planer på gang.

Administrerende direktør Thorbjørn Theie i Kjøpmannhuset (Spar, Joker og Mix) bekrefter at sunnhetsinnsatsen er intensiveret.

– Det er en økende sunnhetsrett og bevisstgjøring på helse og økonomi blant forbrukerne. Jeg tror alle kjeder har dette på agendaen. Vi som selger noe, ønsker å treffe kunden, sier Theie.

Pernille Berg i Informasjon ICA Norge kaller helse og sunnhet er en megatrend, og sier de klart markerer en økende kjøpsalag rundt sunne varer som direkte påvirker kundenes kjøp.

Rema-sjefen mener man kan kalle det som skjedt en kamp mellom kjedene.

– Nå er flere kunder opprørt av



rummer seks Sondre (fire måneder) nøyser seg foreløpig med pupp. Men det er mange som skal ha mat ridd i Naustbukt i Nærvoy.

sunnhet og da leper vi ut ført vi kan, sier Retten.

**– En begynnelse**  
Hjemme i Nærvoy i Nord-Trøndelag er Christina Dahl formøyd med resultatet etter at hun og stoffkjøffproblemer.

Sunn helsekost er derfor ekstra viktig, sier Dahl. Det er spesielt litt skille til for å bli til ut noe skille tje. Butikkene har startet på noe mynighetsne burtje gjort mer med. Men som forelder skal jeg ikke klage så lenge det skjer noe, sier seksbarnsmora som forresten kammertier at det kan være problematisk å spise sunn.

Minstgjønnen priser seg foreløpig med mammaen pupp, men mammaen skal ha mat når alle barna på 22, 20, 10, 7 og 5 år setter seg til bordet.

– Når kjøpdeigen koster 60 kroner kiloen og den sunnere karbo-nadeleigen 50 kroner, blir det lett for mange å velge det fjerne.

– Det som nå skjer i butikkene burde bare være en begyn-nelse, det er lang vei fram, mener Dahl.

## Dette gjør butikkene

**Her er noen hovedpunkter i sunnhets-satsingene hos de aktører i de store kjedene.**

**KIWI:**  
Varelet i går at de bekoster mat-momente på 14 prosent på frukt og grønnmakser ut året, og varene blir billigere i butikkene. Kostnaden betaler til 60-70 millioner kroner i år. Her nylig satt ned prisene på cirka 30 varer som er fett- eller sukkerfattede.

– Vi har et nytt konsept der sjo-kolade og godteri er byttet ut med frukt og grønt i de kassene på butikken. Nå oppfordrer jeg politi-kerne til å tenke momsen på frukt og grønt, sier administrerende di- rektør Per-Erik Burud.

**COOP Norge:**  
Startet i mat med medlemsrabatt på 15 pst. på økologisk frukt og grønt. Alternativ plassering av matvarer er også nytt.

– Vi tester nå ut i butikker ef-fekten av å ha andre produkter enn godteri ved kassa. Dessuten plas-serer vi sukkerfrie varianter foran for eksempel sukkerholdig brus i hyllene. Vi skal også ha flere kam-pagner enn vanlig både lokalt og sentralt, sier informasjonsdirektør Vidar Ullensvold.

**SPAR:**  
Lettprodukter fikk lavere pris cirka fire uker tilbake. Om få uker skal startes Spar-butikkene en kampanje som innebærer spesiell mer-king av sunne matvarer, informas-jon om sunn mat i butikkene og på nett og direkte kostholdsveiled-ning i butikkene.

– Det er mange måter å frem-me sunnhet på, ikke bare gjenn- som priser. Det er ikke bare frukt og grønt. Alternativ plassering av matvarer er også nytt.

– Vi tester nå ut i butikker ef-fekten av å ha andre produkter enn godteri ved kassa. Dessuten plas-serer vi sukkerfrie varianter foran for eksempel sukkerholdig brus i hyllene. Vi skal også ha flere kam-pagner enn vanlig både lokalt og sentralt, sier informasjonsdirektør Vidar Ullensvold.

**REMA 1000:**  
Følger etter Kiwis prisjokk på frukt og grønnmakser i går. Satte i august ned prisene på 33 mager- og lettprodukter og på sukkerfattede produkter, og opplyser at omsetningen av disse varenne i juli. Vi jobber hele tiden med å ha konkurransedyktige priser, opply-ser Pernille Berg i informasjon ICA Norge.

– Vi går først og fremst noe med prisnivået og vil nå se på andre varetyper. Vi har også skt

kapasiteten på frukt og grønt. I lepet er det store året har alle butikkene våre fått 30 prosent større areal i grøntvendingene. Vi har mange planer framover som går på sunnhet, men jeg vil ikke rope høyt om dem før vi gjør det, sier Rema-sjef Ole Robert Retten.

**ICA Norge AS:**  
Et viktig fokusområde er melk-kalkveitmerking som skal gjøre det lettere for kundene å finne varer med mindre sukker, fett, salt og mer fiber.

– Et annet uttak er sukkerfrie kasserer i alle nye ICA Supermarketer. Målet er at alle skal ha dem før jul. Vi jobber hele tiden med å ha konkurransedyktige priser, opply-ser Pernille Berg i informasjon ICA Norge.

Her er eksempler på varer med mindre fett eller sukker som er blitt billigere i høst.

REMA 1000	
Kivi MAGER SKINKEOST	før 20,00 nå 17,50
Kivi MAGEROST	før 22,00 nå 19,00
Kraft Philadelphia Original Light 200 g	før 22,00 nå 19,00
Lerum Husholdningssalt - uten tilsett sukker	før 26,00 nå 16,00
Nestlé Nesouick redusert sukker	før 22,50 nå 18,00
Stabburet Idun Tommatetchup u/tilsett sukker 540 g	før 14,50 nå 9,50
Stabburet Spjokke 25% mindre sukker 450 g	før 21,50 nå 9,50
Tine Lettete Norge/ve 16% 150 g skiver	før 18,00 nå 17,50
Hoff Pommes Frites u/fett	før 18,00 nå 11,00
Gilde og mager wienepølse 520 g	før 53,00 nå 39,00
KIWI	
Kivi MAGER SKINKEOST	før 19,90 nå 17,90
Kivi MAGEROST	før 22,90 nå 19,90
Kraft Philadelphia Original Light 200 g	før 22,90 nå 18,90
Lerum Husholdningssalt - uten tilsett sukker	før 25,90 nå 15,90
Nestlé Nesouick redusert sukker NY VARE	før 22,90 nå 17,90
Stabburet Idun Tommatetchup u/tilsett sukker 540 g	før 14,90 nå 9,40
Stabburet Spjokke 25% mindre sukker 450 g	før 21,90 nå 9,40
Tine Lettete Norge/ve 16% 150 g skiver	før 17,90 nå 17,40
SPAR	
Kivi MAGER SKINKEOST	før 21,90 nå 19,90
Kivi MAGEROST	før 24,90 nå 19,90
Kraft Philadelphia Original Light 200 g	før 23,90 nå 19,90
Lerum Husholdningssalt - uten tilsett sukker	før 29,90 nå 18,90
Nestlé Nesouick redusert sukker	før 24,90 nå 22,90
Stabburet Idun Tommatetchup u/tilsett sukker 540 g	før 14,90 nå 11,90
Stabburet Spjokke 25 prosent mindre sukker 450 g	før 19,90 nå 12,90
Tine Lettete Norge/ve 16% 150 g skiver	før 18,90 nå 18,50
Hoff Pommes Frites u/fett	før 20,50 nå 12,90
Gilde og mager wienepølse 520 g	før 55,90 nå 54,90

# Markedsføring av usunn mat og drikke

- Matvarebransjen har utviklet egne retningslinjer med hensyn til markedsføring av mat- og drikkevarer rettet mot barn etter initiativ fra forbrukerrådet.
- WHO- konferanse våren 2007:
  - Vedtak om å utarbeide internasjonale retningslinjer for markedsføring av usunne produkter rettet mot barn og unge
- Nordisk ministerråd juni 2007:
  - Egen deklarasjon om markedsføring og tilgjengelighet av sunn mat til barn og unge



# Oppsummering

- Felles utfordringer – felles mål:
  - Sunnere kosthold og bedre helse i befolkningen
- Gjennom engasjement, dialog og samarbeid mellom offentlig, privat og frivillig sektor vil vi se resultater



Takk for oppmerksomheten!



[www.regjeringen.no/nb/dep/hod](http://www.regjeringen.no/nb/dep/hod)