



## **Större text, tack!**

- En larmrapport om läsbarheten på livsmedelsförpackningar

Maj 2011

## Innehåll

1. Sammanfattning .....	3
2. Bakgrund .....	4
3. EU:s gemensamma livsmedelsmärkningsregler .....	5
4. Detta har vi undersökt .....	6
5. Resultat.....	7
6. Slutsatser.....	9

### Mer information

För mer information kontakta:

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

Louise Ungerth, chef Konsument & Miljö, Konsumentföreningen Stockholm,  
tel: 08-714 39 71 eller 070-341 55 30

## 1. Sammanfattning

Många konsumenter upplever att det är svårt och ibland helt omöjligt att läsa texten på många livsmedelsförpackningar. Då talar vi inte om synsvagas specifika problem, utan att många med fullgod syn har svårt att läsa till exempel ingrediensförteckningar, näringsdeklarationer, hållbarhetsdatum, anvisningar om hur livsmedlet ska förvaras och tillredas. Det vill säga viktig och ibland avgörande information för konsumentens val.

Det kan handla om att bokstäverna är för små, att det är dålig kontrast mellan text och bakgrundsfärg, att svensk text göms mellan många andra språk, långa textrader, otydliga typsnitt, glänsande förpackningsmaterial och så vidare. Inte minst problematiskt är det för allergiker där det kan vara livsavgörande att snabbt kunna ta till sig information om livsmedlet innehåller någon allergen.

Kommunerna har tillsyn över att lagar och regler på livsmedelsområdet följs, med undantag av några större företag där Livsmedelsverket har tillsyn. Eftersom tillsynen är uppdelad på många händer, bland annat 290 kommuner, har Livsmedelsverket ingen överblick över om det har gjorts några anmälningar om dålig läsbarhet på förpackningar. Livsmedelsverket har inte själva fått in några sådana anmälningar. Det är således hög tid att även tillsynsmyndigheterna griper sig an ett av de stora konsumentproblemen på området.

Konsumentföreningen Stockholm och organisationen Sveriges Konsumenter har gemensamt undersökt läsbarheten på ett urval av produkter på butikshyllorna. Vi har besökt de stora livsmedelskedjorna och valt ut ett antal livsmedelsförpackningar. Det har inte varit svårt att hitta förpackningar med tydliga övertramp och det är tydligt att många av dagens förpackningar inte lever upp till de krav som ställs vad gäller läsbarheten.

Vi väljer därför att lämna över rapporten till Livsmedelsverket för bedömning enligt föreskriften LIVSFS 2004:27§8. Den skickas även till branschorganisationerna Livsmedelsföretagen, Svensk Dagligvaruhandel samt Sveriges Kommunikationsbyråer med uppmaning att ta ett gemensamt ansvar och producera förpackningar som *alla* kan läsa.

## 2. Bakgrund

Svårigheter att läsa text på livsmedelsförpackningar har varit ett välkänt konsumentproblem sedan många år. Sveriges Konsumenter och Konsumentföreningen Stockholm har arbetat med frågan – såväl i dialog med företag, branschorganisationer och myndigheter som i arbete med EU:s nya livsmedelsmärkningsförordning.

I svensk lagstiftning genom Livsmedelsverkets föreskrifter om märkning och presentation av livsmedel, LIVSFS 2004:27§8 anges att "Märkningsuppgifterna skall vara lätta att förstå, väl synliga, klart läsbara och beständiga." Läsbarheten på livsmedelsförpackningar är Livsmedelsverkets tillsynsansvar.

Även i Livsmedelsverkets vägledning står det att märkning och presentation av livsmedel "ska bli vara klart läsbar. Det innebär t ex att stilstorleken inte får vara för liten.

*Vidare ska märkningen vara lätt att förstå. Onödiga parenteser eller flera olika språk kan medföra att etiketten riskerar att bli svårläst.*

*Märkningsuppgifterna får inte döljas av annan text, prislapp, förslutningstejp eller annat. Storleken på texten får inte vara för liten i förhållande till övrig information och dekor och texten ska kontrastera mot bakgrunden. Exempelvis bör inte svart text användas mot en mörk, blank bakgrund eller vit text på en genomskinlig plastpåse med ljust innehåll."*

Som framgår är kraven relativt vaga. Vad är "klart läsbar"? För vem? "Inte vara för liten" – vad innebär det? Någon utarbetad praxis finns inte eftersom inga ärenden finns.

Föreskrifterna grundar sig på Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG om tillnärmning av medlemsstaternas lagstiftning om märkning och presentation av livsmedel samt om reklam för livsmedel och efterföljande ändringsdirektiv.

På Livsmedelsverkets webbplats står att sådana här vägledningar är: "exempel och rekommendationer som kan vara till hjälp vid bedömning och tillämpning av lagstiftningen".

Vägledningen utesluter inte andra handlingssätt för att uppnå det resultat som avses med lagstiftningen. Andra kontrollmyndigheter och domstolar kan komma fram till andra slutsatser. Om en sådan lag blir föremål för bedömning i domstol, till exempel om ett myndighetsbeslut i ett ärende överklagas eller vid åtal för brott mot livsmedelslagen, blir domstolsavgörandet vägledande för tolkningen. EG-domstolens praxis kan komma att ge vägledning vad gäller tolkningen av EG:s rättsakter.

Tillsynen är i första hand ett ansvar för de lokala miljö- och hälsoskyddsinspektörerna. Utgångspunkten är hur det ser ut i butiker och på hyllor. Detta trots att ansvaret för text som är svår att läsa ofta ligger hos stora aktörer i livsmedelskedjan inom främst handel och industri. Såvitt Livsmedelsverket känner till har inga ärenden hanterats i kommunerna som gäller svårläsbar text.

Om ärendet gäller en av de stora detaljhandelskedjorna blir det dock en fråga för den centrala myndigheten Livsmedelsverket liksom flera större livsmedelsanläggningar (se Livsmedelsverkets hemsida). Både Ica, Coop och Axfood har sina huvudkontor i Solna och de ska stå till svars inför Livsmedelsverket. Detta har ännu inte skett vad gäller läsbarhet.

### 3. EU:s gemensamma livsmedelsmärkningsregler

År 2008 presenterade kommissionen ett förslag till harmoniserad lagstiftning om livsmedelsmärkning. Den innehåller omfattande regler för hur livsmedel ska märkas och utgår bland annat från konsumenters behov för att göra medvetna val ur hälsosynpunkt. I utgångspunkten fanns ett förslag om minimistorlek på bokstäver om 3 millimeter, men det grundades då på en versal (stor) bokstav. Arbetet med förordningen har gått långsamt fram med många förändringar, inte minst i parlamentet har funnits mängder med tilläggsförslag (amendments).

Beslut ska fattas i både Ministerrådet och Europaparlamentet och om man inte kommer överens blir det ett särskilt förlikningsförfarande. Under 2010 har förslaget behandlats i en första läsning i parlamentet. Under 2011 kommer frågan att behandlas i en andra läsning.

Vad gäller läsbarheten är den gemensamma överenskommelsen från första läsningen ett krav på minst 1,2 mm höga bokstäver, där man utgår från gemena (lilla) x. Detta gäller stora och "normalstora" förpackningar. På mindre, till exempel tuggummi, gäller en minsta storlek på 0,6 millimeter. Den europeiska konsumentrörelsen, BEUC, har kämpat för så tydliga regler som möjligt och att kraven förutom rimliga minimiregler för textstorlek ska innehålla andra regler för exempelvis tydlighet och kontrast.

Från konsumentrörelsens sida finns en oro för att arbetet under det ungerska ordförandeskapet våren 2011 ska innebära ytterligare försämringar. Det kan till exempel innebära ytterligare kompromisser vad gäller textstorlek, och att man då kan komma ner till industrilobbyns förslag på en minimistorlek på 1 millimeter.

Enligt parlamentsrapportören Renate Sommers utkast till andra läsningen kan man läsa att "de obligatoriska uppgifterna skall presenteras på ett sådant sätt att det blir en betydande kontrast mellan de tryckta orden och bakgrunden". Som framgår är tillägget för större tydlighet borttaget. Var frågan slutgiltigt hamnar är när detta skriva en öppen fråga. Den europeiska konsumentorganisationen BEUC arbetar hårt för så tydliga regler som möjligt, men det slutgiltiga resultatet är osäkert.

#### **4. Detta har vi undersökt**

Sveriges Konsumenter och Konsumentföreningen Stockholm har på förpackningar undersökt:

- storlek på text
- kontrast mellan text och bakgrund
- radernas längd
- val av typsnitt
- förpackningens design

De butiker som ingått i undersökningen är:

- Ica
- Coop
- Willys
- Hemköp
- Lidl
- Citygross
- Vi

Varor som undersökts är portionsrätter, kyld och fryst färdigmat, torrvaror, potatissallader, skaldjursröror, tacomix, fonder, buljong, soppor, näringsdryck, läsk samt godis.

## 5. Resultat – exempel på svårlästa förpackningar

De varor vi tillsammans bedömt vara svåra att läsa har köpts in och fotograferats. De har delats in i följande kategorier: kylvaror, portionsrätter, drycker, torra varor och godis. Vi har fotograferat fram och baksida på förpackningarna.

Förutom textstorlek, kontrast etc på texten så bedömdes även designen på förpackningen, det vill säga om det var glansigt och därmed gjorde det svårare att läsa vad som stod.



### 1. Drycker

- Danone: *Chiquita smoothie*, dåliga kontrastfärger, glansigt förpackningsmaterial. *Danonino*, liten text.
- Coca-Cola: *MER*, dåliga kontrastfärger. *Coca-Cola*, liten text på kapsylen.
- *Pago*: liten text med dåliga kontrastfärger.
- Spendrups: *Schweppes*, text i versaler. *Xubi*, dålig kontrast, blänker, silver mot vit bakgrund.
- *Vitamin Well*: dålig kontrast, grå text, vit bakgrund.
- Hemköp: *Garant*, drickyoghurt, långa textrader.
- Nutrilett: *Hunger control*, dålig kontrast, flera språk.
- Unilever: *Knorr Vie*, liten text.



### 2. Kylvaror

- Danone: *Danio*, liten text som snurrar sig runt förpackningen, *Danonino*, svårläst, liten och suddig text.
- Euro Bavaria: *Milbona yoghurt*, snurrande text på förpackningen.
- Pärsons: *Pepparsalami*, liten text.
- Rydbergs: *Råksallad*, liten text.
- K-salat: *Råksallad*, dåliga kontrastfärger, vit text, lila bakgrund.
- Falkeskog: *Skagenröra*, liten text med svårläst typsnitt.



### 3. Torra varor

- Nixe: *Tuna/tonfisk*, liten text med långa rader runt förpackningen.
- Saltå Kvarn: *Havrekli*, dåliga kontrastfärger med gul/guldig text på turkos bakgrund. *Råg*, dåliga kontrastfärger med gul/guldig text på lila bakgrund.
- Barilla: *Penne Rigate pasta*, rörig information med liten text och information på elva språk. Omöjligt att hitta tillagningssätt, ingredienslista och näringsinnehåll. Tydlig information endast på engelska.
- Semper: *Barnmat Katrinplommon*, liten text.
- Unilever: *Knorr köttbuljong*, liten text.



### 4. Måltider

- Unilever: *Knorr champinjonsoppa organic*, rörig baksida med dåliga kontrastfärger.
- Daloon: *China vårrullar*, rörig baksida full med information.
- Vici: *Djupfrysad pizza*, rörig baksida med information på åtta språk.
- Euroshopper: *Lasagne Bolognese*, liten text, information på sex språk och dåliga kontrastfärger.
- Modern food Roegind & Son AB: *Yakiniku*, liten text.



## 5. Godis

- Anthon Berg: *Sweet moments choklad*, liten text och dåliga kontrastfärger, glansigt förpackningsmaterial. *Marcipan med hallonkrisp*, silvrigt och glansigt förpackningsmaterial.
- Trumf: *chokladkaka*, långa rader, svårt att hitta tillbaka till ursprungsraden, tretton språk.
- Friggs: *naturdietet karamell*, liten text.
- Mars Sverige AB: *Twix*, guldfärgat och glansigt förpackningsmaterial.
- Cloetta: *Påskeskum*, dåliga kontrastfärger.
- Carte Blanche/Italo Suisse: *Chokladask*, täta, långa rader, liten text, åtta språk.

## 6. Slutsatser

Resultatet av undersökningen visar att det finns stora brister bland varorna som säljs i svensk handel i dag. **Sveriges Konsumenter och Konsumentföreningen Stockholm kräver därför att producenter och detaljhandel i livsmedelsbranschen snarast möjligt tar fram läsbara förpackningar för alla personer med för åldern normal syn.**

Det innebär:

- Bokstävernas storlek (grad) ska vara så stor att de går att läsa.
- Kontrastfärgerna ska vara tydliga i färgval etc.
- Raderna ska inte vara för långa.
- Typsnittet ska öka läsbarheten.
- Versaler i löpande text ska undvikas
- Blänkande förpackningar ska undvikas.

Dessutom ska belysningen i butik underlätta att läsa vad som står på förpackningarna

Dessa krav riktar sig till producenter och inköpsansvariga inom detaljhandel. De ska inte köpa in varor med svårlästa förpackningar. De riktar sig även till designansvariga och reklambyråer som utformar förpackningarna.