

# **Anvendelse af Nøglehulsmærket på visse ikke-færdigpakkede fødevarer**

I regi af Måltidspartnerskabet  
De Samvirkende Købmænd og HORESTA  
24. maj 2013

## Forord

Denne rapport er et af Måltidspartnerskabets<sup>1</sup> projekter i handlingsplanen for perioden 2012-15. Måltidspartnerskabet har i perioden 2012-15 fokus på lighed i sundhed og på den del af befolkningen, der har de største udfordringer med at spise sundere.

Dette projekt arbejder med to af Måltidspartnerskabets strategiske indsatsområder:

- 1) Partnerskabet udvikler og fremmer efterspørgsel efter sundere og konkurrencedygtige måltidsløsninger.
- 2) Partnerskabet identificerer og udvikler sundere strukturelle tiltag og måltidspolitikker, der fremmer det sunde valg.

Rapporten er udarbejdet af to partnere i Måltidspartnerskabet: De Samvirkende Købmænd med bidrag og input af HORESTA. Fødevarestyrelsen har ikke deltaget som partner i kraft af medlemskab i Måltidspartnerskabet, men har været en sparringspartner i processen.

---

<sup>1</sup> **Måltidspartnerskabet:** et offentligt/privat netværkssamarbejde, hvor partnerskabet gennem de enkelte partnere på tværs af interesser og sektorer, ved fælles forpligtende og indholdsmæssigt samarbejde vil være igangsætter og katalysator for at gøre det nemt at spise sundere måltider i Danmark.

# INDHOLD

1. Indledning.....	4
1.1 Baggrund .....	4
1.2 Formål.....	5
2. Risici der er forbundet med at tillade brugen af mærket på visse ikke-færdigpakkede fødevarer .....	6
3. Hvilke ikke-færdigpakkede fødevarer bør omfattes af udvidelsen af ordningen.....	7
3.1 Definition af en præfabrikeret fødevare .....	7
3.2 Kategorier som er relevante at omfatte af en udvidelse af ordningen .....	8
3.2 Eksempler på situationer, hvor udvidelsen giver gevinst til praktisk anvendelse .....	10
3.3 Hvordan videreføres Nøglehulsmærket .....	12
4. Øvrige overvejelser .....	13
4.1 Medarbejdernes kompetencer .....	13
4.2 Myndighedernes kontrol .....	13
5. Opsummering og konklusion .....	14

# 1. INDLEDNING

## 1.1 BAGGRUND

Nøglehulsmærket har nu været i Danmark i snart 4 år. Ved nulpunktsmålingen i 2008 (Zapera, Jobno. DK2008-1248) blev konstateret, at stort set ingen danskere kendte til Nøglehulsmærket. Den seneste analyse (YouGov, dec. 2011) viste bl.a., at:

- kendskabsgraden var steget til 88 %
- 72 % af danskerne forbinder Nøglehullet med et sundere valg
- 7 ud af 10 danskere har tillid til mærket.

Analysen indikerer, at der både er en interesse og et behov for Nøglehulsmærket hos forbrugerne, hvilket kan være et bidrag til at forbedre forbrugernes måltidsvaner. Det antages, at der er en interesse og et behov på baggrund af:

- Den relativt store stigning i kendskabsgrad på relativt kort tid. Det tyder også på, at Nøglehulsmærket er forståeligt for forbrugeren. At mærket er forståeligt for forbrugeren er i øvrigt fint i tråd med en af fordelene ved Nøglehulsmærket, som er, at det hverken kræver et særligt sprog eller en særlig ernæringsviden for at vælge de sundere fødevarer inden for veldefinerede fødevarekategorier.
- At vi i Danmark pt. ikke har andre mærker/anprisninger end Nøglehulsmærket, som virksomhederne i Danmark kan bruge i deres markedsføring for på en hurtig og letgenkendelig måde at kunne fortælle om en fødevarers samlede ernæringsmæssige sammensætning.

Mange præfabrikerede fødevarer (jævnfør afsnit 3.1 for definition) sælges i dag i detailhandlen<sup>2</sup> som ikke-færdigpakkede fødevarer<sup>3</sup>. I dette projekt betyder ikke-færdigpakkede fødevarer, varer, der sælges uindpakkede, eller som i detailforretningen pakkes ind på anmodning fra køberen eller i umiddelbar tilknytning til salget. To af flere fordele ved en sådan salgsmetode er bl.a.:

- 1) At kunden har mulighed for kun at købe den mængde, han eller hun forventer at spise. Ved mange færdigpakkede fødevarer er kunden nødt til at købe den mængde, der nu engang er i pakken. Dette kan bl.a. resultere i et overforbrug af mad eller unødigt madspild, men samtidig kan kunden påvirkes til at træffe nogle fødevalge, der måske er anderledes end ellers – f.eks. ved at fremhæve, hvilken fødevarer/måltid, der er det sundere valg – altså ved f.eks. at Nøglehulsmærke varen.

---

<sup>2</sup> **Detailhandel:** Fødevarerforretninger i detailledet eksempelvis dagligvarebutikker med egen slagter-, delikatesse-, bagerafdelinger m.v., kiosker, tankstationer, bistro, cafeteria m.v.

<sup>3</sup> **Ikke-færdigpakkede fødevarer:** Er fødevarer, der ikke er omfattet af bekendtgørelse om mærkning af fødevarer nr. 1308 af 14/12/2005. Eksempelvis varer der sælges og pakkes ind på bestilling.

- 2) At kunden har mulighed for at købe et ”nemt” og sundere måltid, som de kan spise straks – ”On the go”.

Mange af de præfabrikerede fødevarer, der sælges ved denne salgsmetode, kan indplaceres i en af de veldefinerede kategorier for Nøglehulsmærket, og de lever samtidig op til kriterierne inden for kategorien<sup>4</sup>. Eksempler på sådanne fødevarer kan være pizza, pålæg, brød, knækbrød m.v., men som reglerne p.t. er, kan disse fødevarer ikke mærkes med Nøglehulsmærket, hvis de sælges som en ikke-færdigpakket fødevarer på trods af, at de selvsamme varer, kan mærkes med Nøglehulsmærket, hvis de sælges færdigpakket.

Det betyder også, at detailhandlen ved salg af præfabrikerede (jævnfør afsnit 3.1) ikke-færdigpakkede fødevarer, ikke har mulighed for at blot videreføre Nøglehulsmærket og på en hurtig og let forståelig måde fortælle forbrugeren – ved f.eks. skiltning - hvilken specifik fødevarer inden for en kategori, der er et sundere valg. Virksomhederne, der sælger præfabrikerede, ikke-færdigpakkede fødevarer har derfor brug for et arbejdsredskab, hvis de skal kunne bidrage til at sælge sundere måltider. Et godt redskab er Nøglehulsmærket.

## 1.2 FORMÅL

Formålet med projektet er derfor at afdække hvilken type af præfabrikerede ikke-færdigpakkede fødevarer, der kan omfattes af en evt. kommende udvidelse af bekendtgørelsen om anvendelsen af Nøglehulsmærket, ligesom det skal afdækkes, hvordan en sådan ordning skal håndteres i praksis, således at Nøglehulsmærkets troværdighed bevares, og det er praktisk muligt for detailhandlen at håndtere.

---

<sup>4</sup> Bekendtgørelse om anvendelse af Nøglehulsmærket nr. 87 af 20/01/2012.

## 2. RISICI DER ER FORBUNDET MED AT TILLADE BRUGEN AF MÆRKET PÅ VISSE IKKE-FÆRDIGPAKKEDE FØDEVARER

- MISBRUG AF NØGLEHULSMÆRKET OG FORRINGELSE AF MÆRKETS TROVÆRDIGHED

Der er risiko for vildledning af forbrugerne, hvis nøglehulsmærkede fødevarer ikke opfylder kriterierne og dermed ikke lever op til den forventede ernæringsprofil for varen. Samtidig vil de virksomheder, der bruger mærket i strid med reglerne, få en markedsføringsmæssig fordel i forhold til de virksomheder, hvis varer lever op til kriterierne. Hvis der snydes med mærket – f.eks. placerer mærket ved fødevarer, der ikke kan få mærket - forringer det mærkets troværdighed.

- EVENTUELLE UHENSIGTSMÆSSIGHEDER I FORHOLD TIL ORDNINGEN "NØGLEHULLETT PÅ SPISESTEDER"

Virksomheder, der allerede er nøglehulscertificeret under ordningen med "Nøglehullet på spisesteder", kan opfatte denne nye mulighed for at anvende nøglehullet på præfabrikerede produkter som en konkurrent til ordningen med "Nøglehullet på spisesteder". Årsagen hertil er, at det er væsentligt dyrere og mere omfattende at blive certificeret under ordningen "Nøglehullet på spisesteder" fremfor at sælge præfabrikerede fødevarer. Det kan ikke udelukkes, at der vil være forbrugere, der ikke umiddelbart kan skelne mellem de forskellige ordninger.

### 3. HVILKE IKKE-FÆRDIGPAKKEDE FØDEVARER BØR OMFATTES AF UDVIDELSEN AF ORDNINGEN

Med baggrund i de identificerede risici (jævnfør afsnit 2), er der identificeret tre kriterier (jævnfør afsnit 3.1, 3.2 og 3.3), som tager højde for de identificerede risici. De tre kriterier skal være opfyldt, før end fødevaren kan falde ind under udvidelsen af ordningen.

#### 3.1 DEFINITION AF EN PRÆFABRIKERET FØDEVARE

En præfabrikeret fødevare er en fødevare, som en industriel producent på forhånd har sammensat, og hvis fødevaren kræver yderligere håndtering af en detailhandler, har producenten defineret dette. Dvs. at der er tale om følgende typer af fødevarer:

- Fødevarer der blot pakkes ud af indpakningen og/eller emballagen. Der kan være tale om, at fødevaren sælges stykvis eller udportioneres (deles/udskæres) i forbindelse med salget.

Eksempler: Knækbrød, kogt skinke, rugbrød og ost, der sælges over en disk.

- Fødevarer der evt. pakkes ud af indpakning og/eller emballagen, og i dets udpakkede form (uden nogen former for tilsætning – ej heller væske) eller evt. i indpakningen tilberedes/forarbejdes (kan være kogning, i ovn, på varmeplade – hvor man kan styre tid og temperatur) efter producentens forskrift. Dette betyder også, at der ikke er tale om, at fødevaren sammensættes i detailhandlen – sammensætningen er sket i den industrielle produktion.

Eksempler: Pizza, tærte, pølser, forskellige typer af brød m.v., der sælges over disk.

Opfyldes ovenstående beskrivelse ikke, vil fødevaren i stedet skulle omfattes af ordningen ”Nøglehullet på spisesteder”, eller sælges som en færdigpakket fødevare, hvis salgsstedet ønsker at anvende nøglehulsmærket.

## 3.2 KATEGORIER<sup>5</sup> SOM ER RELEVANTE AT OMFATTE AF EN UDVIDELSE AF ORDNINGEN

Udvidelsen af ordningen vil omfatte nogle af de veldefinerede kategorier i bekendtgørelsen om anvendelsen af Nøglehulsmærket. Kategorierne er udpeget i nedenstående tabel.

Kategori	Omfattes af udvidelsen af ordningen		Eksempler på produkter, der kan omfattes af udvidelsen
	Ja/ Nej	Begrundelse	
1	Nej	Ikke relevant	
2	Nej	Ikke relevant	
3	Nej	Ikke relevant	
4	Nej	Ikke relevant	
5	Nej	Ikke relevant	
6	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en oste- eller delikatesseafdeling	Udportionering af f.eks. hytteost, Rygeost m.v.
7	Nej	Ikke relevant	
8	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en oste- eller delikatesseafdeling	Udportionering af f.eks. fast ost og gedeost.
9	Nej	Ikke relevant	
10	Nej	Ikke relevant	
11	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en slagterafdeling.  Obs: Kun udskåret kød og hakket kød fremstillet på basis af standardiseret råvare kan omfattes. Kød kan have naturlig biologisk variation, som kan variere over et kødstykke.	Hakket kød, der f.eks. hakkes efter købers anmodning.  Udportionering af fersk kyllingebryst.
12	Ikke relevant		Allerede muligt
13 (A, B, C)	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en slagter- og/eller delikatesseafdeling	F.eks. opvarmning og salg af leverpostej, laksepate, frikadeller og pølser. F.eks. udportionering og salg af kogt skinke.
14	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en slagter- og/eller delikatesseafdeling	F.eks. opvarmning og salg af fyldte pandekager.

<sup>5</sup> Bilag 2, Bekendtgørelse om anvendelse af Nøglehulsmærket nr. 87 af 20/01/2012.



15	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en slagter- og/eller delikatesseafdeling	F.eks. opvarmning og salg af tærter og pizza.
16	Nej	Sælges typisk ikke som en vare, der falder under definitionen i afsnit 3.1	
17	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en delikatesseafdeling	F.eks. opvarmning i mikroovn af en portion suppe.
18	Ikke relevant		Allerede muligt
19	Ikke relevant		Allerede muligt
20	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en bager- og/eller bake-off afdeling.  Obs! Produkter på bais af brødmix er ikke omfattet, da der sker en tilsætning.	Forarbejdet brød eller bake-off brød.
21	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en bager- og/eller bake-off afdeling.	F.eks. stykvis salg af knækbrød og skorper.
22	Nej	Sælges typisk ikke som en vare, der falder under definitionen i afsnit 3.1	
23	Nej	Sælges typisk ikke som en vare, der falder under definitionen i afsnit 3.1	
24	Nej	Sælges typisk ikke som en vare der, falder under definitionen i afsnit 3.1	
25	Ja	Produkter i kategorien kan omfattes af definitionen i afsnit 3.1 og sælges ved den omtalte salgsmetode fra f.eks. en bager- og/eller bake-off afdeling.	F.eks. en portion frossen fuldkornsgrød varmes i mikroovn og sælges over disken.

## 3.2 EKSEMPLER PÅ SITUATIONER, HVOR UDVIDELSEN GIVER GEVINST TIL PRAKTISK ANVENDELSE

### Case 1:

Vi antager, at to forskellige kunder skal handle ind til madpakken og ønsker at vælge brød, pålæg og grønt efter Nøglehulsmærket.

Kunde 1 ønsker:

- 1/2 friskbagt rugbrød (sælges over disk i bagerafdelingen),
- 4 skiver skinke (slices og sælges over disk fra delikatessen i salgsøjeblikket), da kunden kun ønsker at købe det, som han bruger, da kunden også ønsker at reducere madspild,
- 1 agurk, som kunden finder i frugt- og grøntafdelingen ved selvbetjening

Kunde 2 ønsker:

- Skiveskåret rugbrød, som er færdigpakket i industrien, og som kunden finder ved selvbetjening
- 1 pakke færdigpakket, skiveskåret skinke, som kunden finder ved selvbetjening
- 1 rød peber, som kunden finder i frugt- og grøntafdelingen ved selvbetjening

Selv om de to kunder køber varer med den samme ernæringsmæssige sammensætning, kan kunde 1 efter de nuværende regler ikke vælge brød og skinke efter Nøglehullet, hvorimod kunde 2 kan vælge alle varer efter, hvorvidt de er mærket med Nøglehullet. Da undersøgelser viser, at danskerne tilbereder og spiser de fleste måltider i hjemmet eller har med som madpakker, vurderes det, at udvidelsen af ordningen vil give mulighed at præge en stor del af de måltider, som danskerne spiser.

### Case 2:

Vi antager, at to forskellige kunder ønsker en færdigret til aftensmad. Begge kunder ønsker at træffe et sundere valg – og derfor er det fornuftigt at gå efter Nøglehulsmærket.

Kunde 1:

Ønsker at købe en færdigret, som blot skal varmebehandles efter producentens forskrifter. Kunden foretager varmebehandlingen derhjemme. Kunden vælger en færdigpakket, frossen pizza, som er Nøglehulsmærket. Kunden skal selv følge producentens tilberedningsvejledning.

Kunde 2:

Ønsker at købe en færdigret, som er varmebehandlet og ”ready to eat”. Færdigretten kan f.eks. købes i en delikatesseafdeling i et supermarked eller i en kiosk med bake-off. Butikken forhandler pizzaen, der, når den sælges færdigpakket, er mærket med Nøglehullet. Butikken kan derimod ikke anprise den selvsamme pizza med et Nøglehul, hvis den varmebehandles i butikken og sælges over disk. Det betyder derfor, at forbrugeren i købsøjeblikket ikke har mulighed for at træffe et sundere valg.

Selv om pizzaen, som kunde 1 og kunde 2 køber, har den samme ernæringsmæssige sammensætning, vil den, som kunde 1 køber, udadtil fremstå som den sundeste. Samtidig har netop de personer, som køber et måltid /mellemmåltid /snack af denne type produkter på farten, brug for at kunne vælge de sundeste produkter.

### **Case 3 – et stykke Nøglehulsmærket knækbrød i stedet for the-bollen til børnene hos bageren**

Når børnene er med ude at handle, spørger de f.eks. ”kan vi ikke købe nogle boller med hjem”. Det er let for forældrene at sige til børnene, ”jo gå over til brødet og vælg nogle boller med det grønne Nøglehulsmærke”, hvilket børnene ikke skal være ret gamle for at forstå.

Barn nr. 1:

Finder boller på hylden med færdigpakket brød. Det er nemt for barnet at finde det sundere valg.

Barn nr. 2:

Skal vælge en bolle/et stykke knækbrød fra bager-/bake-off afdelingen. Bollerne og knækbrødet har barnet ingen mulighed for at vælge efter det grønne Nøglehulsmærke – og vil formentlig ikke ”komme hjem” med det sundere valg.

### **Case 4 – kobling til andre projekter i Måltidspartnerskabet**

I Måltidspartnerskabet arbejdes der bl.a. med lancering af en såkaldt ”Fiberpølse”. Fiberpølsen er et eksempel på et nyudviklet produkt, som p.t. overholder kriterierne om anvendelsen af Nøglehulsmærket, men hvis Fiberpølsen pakkes ud af pakken og sælges over disk eller på et ”on the go” udsalgssted, kan man på nuværende tidspunkt ikke markedsføre Fiberpølsen med Nøglehulsmærket.

### 3.3 HVORDAN VIDEREFØRES NØGLEHULSMÆRKET

For at de præfabrikerede fødevarer kan mærkes med Nøglehulsmærket, skal mærket findes på emballagen/indpakningen tilhørende den leverede fødevare. Det betyder, at mærket kan findes på en engros-emballage eller direkte på en færdigpakning.

Detailhandlen skal altid kunne redegøre for dette, når en præfabrikeret, ikke-færdigpakket fødevare markedsføres med Nøglehulsmærket.

## 4. ØVRIGE OVERVEJELSER

### 4.1 MEDARBEJDERNES KOMPETENCER

Håndteringen af videreførslen af Nøglehulsmærket vil foregå som en del af virksomhedens øvrige egenkontrol.

### 4.2 MYNDIGHEDERNES KONTROL

Kontrollen foregår på samme måde, som den øvrige kontrol af skilte og hyldeforkanter med Nøglehulsmærket, Ø-mærke, anprisninger o.lign. Detailhandlen skal som nævnt kunne redegøre for overførslen af Nøglehulsmærket.

## 5. OPSUMMERING OG KONKLUSION

En af fordelene ved Nøglehulsmærket er, at mærket henvender sig til den ”brede danske befolkning”. Samtidig er en udbredt anvendelse af mærket i detailhandlen et konkret og let håndterbart bud på, hvordan detailhandlen kan gøre det sundere valg mere let tilgængeligt for alle forbrugere. Hvis ordningen udvides, så det bliver muligt at anvende Nøglehullet på flere fødevarer, end tilfældet er i dag, vil det også være et led i Måltidspartnerskabet handlingsplan om at fremme lighed i sundhed.

Slut-målgruppen for udvidelsen af ordningen er forbrugeren, der vil få lettere ved at finde vej til de sundere fødevarer. Denne antagelse suppleres fint med tidligere undersøgelser, der har vist, at forbrugerne (særligt de unge og de med de korteste uddannelser) ønsker producenternes og detailhandlens hjælp til at finde de sundere varer (Retail Institute Scandinavia, 2012).

Det er dog ikke kun forbrugeren, men også detailhandlen, der er målgruppen. Det er detailhandlen, der skal gøre de nøglehulsmærkede fødevarer tilgængelige for forbrugeren ved at øge udbuddet af fødevarer, der kan markedsføres som det sundere valg.

Endelig er der også en indirekte målgruppe, nemlig producenter af de præfabrikerede fødevarer, som skal levere de sundere præfabrikerede fødevarer til detailhandlen.

Som nævnt indledningsvist, er hypotesen, at en udvidelse af ordningen vil gøre det lettere for forbrugerne at finde sundere/nøglehulsmærkede måltider, når de handler ind i dagligvarehandlen eller på farten har brug for et hurtigt måltid. Samtidig forventes en øget efterspørgsel af sundere varianter af de præfabrikerede fødevarer, og dermed øget produktudvikling.

Da de præfabrikerede fødevarer produceres under standardiserede forhold i en industriel produktion, og detailhandlen blot skal håndtere videreførelsen af mærket, er det vores helt klare opfattelse, at detailhandlen kan håndtere dette, således at forbrugeren ikke vildledes, og dermed sikres det også, at Nøglehulsmærkets troværdighed bevares. Videreførelsen af Nøglehulsmærket er, som tidligere beskrevet, ikke ukendt for detailhandlen, idet detailhandlen allerede i adskillige år har arbejdet med videreførsel af mærker og tekst til skilte og hyldeforkanter. Tidligere kontrolkampagner vedr. både Nøglehulsmærket og de røde Ø-mærke tyder ikke på, at det er videreførelsen, der giver anledning til vejledning og sanktion (j.nr. 2010-20-793-00067 og j.nr. 2010-20-793-00027)

I afsnit 3.2 skitserede vi, hvilke fødevarer inden for de definerede kategorier, det er relevant at udvide ordningen til at kunne omfatte. Nogle af produkterne kræver opvarmning i detailhandlen (typisk af hensyn til spisekvaliteten), men der er ikke på noget tidspunkt tale om en tilsætning/sammenblanding af ingredienser til fødevareren. Det personale, som håndterer produkterne, har i forvejen enten en faglig uddannelse eller har været på hygiejnekursus – dvs. de udover de hygiejnemæssige aspekter kan håndtere såvel tid som temperatur, som sikrer, at den præfabrikerede fødevarer forbliver standardiseret. Omvendt kan man sige, at flere af de produkter, som sælges som præfabrikerede produkter, ikke vil være egnet til konsum, hvis de ikke tilberedes efter producentens vejledning – ved for lidt tilberedning kan der f.eks. være tale om rå dej, og omvendt ved for meget tilberedning kan der være tale om brankede produkter, som vil blive sorteret fra/ ikke kan sælges.

Som også nævnt indledningsvist (afsnit 1.1), har virksomhederne, der sælger præfabrikere ikke-færdigpakkede fødevarer, brug for et arbejdsredskab, hvis de skal kunne bidrage til at sælge sundere måltider. Et godt arbejdsredskab er Nøglehulsmærket, men for at kunne bruge Nøglehulsmærket på de "ikkefærdigpakkede fødevarer" kræves en ændring i bekendtgørelsen om anvendelsen af Nøglehulsmærket.

Vi ønsker derfor, at Fødevarestyrelsen i sit arbejde med revidering af Bekendtgørelsen om anvendelsen af Nøglehulsmærket vil lade betragtningerne i denne rapport indgå i forhandlingen med de øvrige samarbejdslande og altså arbejde for en udvidelse af bekendtgørelsen til også at omfatte de præfabrikerede ikke-færdigpakkede fødevarer.

I regi af Måltidspartnerskabet  
De Samvirkende Købmænd og HORESTA

Kontakt i forbindelse med rapporten, rettes til

De Samvirkende Købmænd  
v. Fødevarekonsulent  
Anne-Marie Jensen Kerstens  
[amjk@dsk.dk](mailto:amjk@dsk.dk)  
telefon (+45) 3962 1616