



13-punktsplanen

Dagligvarehandlen i Danmark anerkender fedme som et alvorligt samfundsproblem, som dagligvarehandlen vil bidrage til at bekæmpe på linje med andre aktører. Dagligvarehandlen kan primært spille en rolle ved at gøre de sunde valg så let tilgængelige som muligt for forbrugerne.

Dagligvarehandlen i Danmark er enige om at styrke indsatsen på følgende områder:

1. Fortsætte med at øge tilgængeligheden af sunde fødevarer som frugt og grønt samt fisk, herunder også have fokus på at udvide sortimentet af spiseklart frugt og grønt og andre sunde madkomponenter.
2. Fortsat udvidelse af sortimentet af sukker- og fedtreducerede alternativer til flere produktkategorier.
3. Dagligvarehandelen vil sætte fokus på og markedsføre de officielle kostråd, synliggøre fuldkornsmærkede og nøglehulsmærkede produkter i tilbudsaviser, samt øge fokus på sund kost og levevis. Brugen af fuldkornsmærket bør være gratis, da prisen afholder nogle aktører fra at bruge mærket.
4. Når der tilbydes opskrifter til kunderne, vil disse også omfatte sunde opskrifter. Egne opskrifter vil så vidt muligt indeholde en næringsangivelse. Det bestræbes, at opskrifter på et samlet måltid efterlever kostrådene.
5. Næringsdeklarationerne er en vigtig kilde til viden om produkterne. EU er på vej med nye regler, der vil gøre næringsdeklaration obligatorisk. I Danmark er dagligvarehandelen gået foran. Færdigpakkede "private label" forsynes så vidt muligt med næringsdeklarationer. Ligeledes opfordres leverandører til at forsyne flere færdigpakkede fødevarer med næringsdeklarationer, som tilfældet allerede er for de fleste varer.
6. Forbrugerviden er afgørende for, at forbrugerne er i stand til at træffe et sundere valg. Jo tidligere i livet den viden opnås, desto bedre. Der skal tilvejebringes viden om danskernes forståelse og udnyttelse af næringsdeklarationer.
7. Dagligvarehandlen opfordrer til, at ernæringslære og læren om sund kost indgår i de grundlæggende fødevareruddannelser samt andre relevante erhvervsuddannelser.
8. Dagligvarehandlen ønsker, at fødevarerforskningen i større udstrækning skal omfatte forskning i forbrugeradfærd og initiativer af relevans for detalledet med henblik på at øge forbrugerens indkøb af sunde fødevarer.
9. Sunde fødevarer som frugt og grønt er meget modtagelige for stød og slag. Dagligvarehandlen opfordrer til, at der afsættes forskningsmidler til at forske i produktudvikling, herunder nye emballage- og opbevaringsformer, og udvikling af mindre usunde varianter af snacks.

10. Markedsføringsloven tillader, at der gives gaver (tilgift) i tilknytning til køb. Dagligvarehandlen vil ikke give slik som tilgift. For ikke at tilskynde til køb af slik, afstår dagligvarehandlen også fra at give tilgift i tilknytning til køb af slik. Markedsføringsloven tillader endvidere, at der udstedes rabatkuponer.

Dagligvarehandelen vil ikke modtage rabatkuponer vedr. slik.

11. Usunde produkter kan camoufleres som sunde ved at berige dem med vitaminer og mineraler. Selvom det er tilladt at sælge berigede fødevarer, vil dagligvarehandlen afstå fra at sælge vitamin- og mineralberiget slik, is, chips, kager og andre produkter målrettet børn.

12. Dagligvarehandlen er enig i, at der skal tages særlige hensyn til børn og unge. Dagligvarehandlen vil derfor undlade at reklamere for usunde fødevarer (slik, is, læskedrikke, chips m.v.) i medier målrettet børn, nærmere bestemt tv-reklamer til børn, børneblade, børnesider på Internettet og SMS-reklamer målrettet børn. Fødevareproducenter, dagligvarehandelen, annoncører, dagblade og medie- og reklamebranchen har tilsluttet sig et frivilligt kodeks om ikke at reklamere for fødevarer med højt indhold af fedt, sukker og salt i medier, der henvender sig til børn. Det frivillige kodeks for markedsføring bakkes op af alle i dagligvarehandelen og supplerer således dagligvarehandlens 13-punktsplan.

13. Fedme handler både om, at vi spiser usundt, og at vi spiser for meget. I den forbindelse har der været rejst kritik af, at slik, is, læskedrikke og konfekturer sælges i stadig stigende pakkestørrelser. I det lys vil dagligvarehandlen samarbejde med industrien om at begrænse udviklingen af pakkestørrelsen på slik, læskedrikke og konfekturer.

Ovenstående 13 punkter er et overordnet fælles værdisæt, som hver kæde gennemfører på hver sin egen måde og inden for hver sit eget forretningskoncept. I gennemførelsen af planen vil alle producenter blive behandlet objektivt, sagligt og ikke-diskriminerende.

For benzinselskaberne gælder det forbehold, at de enkelte kæders retningslinjer for sortiment m.v. i henhold til lov om benzinforhandlerkontrakter ikke kan gøres gældende overfor forhandlere og forpagtere af benzinstationer.

Dansk Erhverv
DSK - De Samvirkende Købmænd
Dansk Supermarked
Coop Danmark
Lidl
Aldi
Dansk Shell A/S
Kuwait Petroleum (Danmark) A/S
OK amba
Statoil Fuel & Retail