



RAPPORT 2014

Konsumentföreningen Stockholm



Granskning av barnens livsmedel

Hur marknadsförs de och vad innehåller de?

KfS
September 2014

Rapporten är upprättad för Konsumentföreningen Stockholm av Mikaela Nilsson, mini0005@stud.slu.se

För mer information:

Louise Ungerth, chef för Konsument & Miljö, 08-714 39 71, 070-341 55 30, louise.u@konsumentforeningenstockholm.se
www.konsumentforeningenstockholm.se

Konsumentföreningen Stockholm (KfS) är en medlemsstyrd ekonomisk förening med närmare 750 000 medlemmar. Medlemskortet heter Coop MedMera och vår huvuduppgift är att göra medlemsnytta och stärka medlemmarnas ställning som konsument. Föreningen driver inga egna butiker men är delägare i Kooperativa Förbundet (KF) som driver Coop Forum, Coop Extra, Coop Konsum och Coop Nära.

Sammanfattning

Konsumentföreningen Stockholm har för femte gången sedan 2005 undersökt utbudet av livsmedelsprodukter som vänder sig till barn, undantaget glass, godis, saft och läsk. 2014 års granskning avser det utbud som livsmedelsbutiker i Stockholmsområdet hade under perioden 7–11 juli 2014.

Resultatet i korthet

- KfS bästa 2014: Frax flingor från Frebaco och Havrefras från Quaker Oats.
- KfS sämsta 2014: Yoghurten Choco Drops, från Milbona (Lidls eget varumärke), Honungspuffar och Choc´n Crisp från Brügggen, Dennis hotdogs från Scan och Brago Sifferkex från Göteborgskex.
- Antalet produkter riktade till barn har ökat kraftigt och omfattar i dag 97 produkter jämfört med 55 st år 2005, och 60 produkter 2009. Kexsortimentet har minskat.
- Kategorierna flingor, mejeri (yoghurt och mjölkdrycker) och kex är störst men nya produkter har tillkommit som fruktpuréer, smoothies, torkad frukt, ost, pizza och ägg.
- Näringsvärdet i livsmedlen har inte förbättrats speciellt mycket sedan 2009, dock är det bättre än 2005. Framförallt har sockerhalten i några flingor minskat, saltmängden är lägre och fiberhalten har förbättrats något. Idag innehåller en av fyra flingor över 30 procent socker. Andelen tillsatt socker är tämligen hög och fetthalten i samtliga yoghurtar är högre än vad myndigheterna rekommenderar. Livsmedelsverket rekommenderar lättmjölk, lättyoghurt och liknande till barn. Rådet syftar till att minska barns intag av mättat fett. Generellt sätt är det fortsatt önskvärt med stora förbättringar när det gäller näringsinnehållet i livsmedel marknadsförda till barn.
- Betydligt färre produkter än tidigare marknadsförs i dag med leksaker, samlarbilder och liknande i paketen. Marknadsföring till barn på internet förekommer sparsamt.
- Den så kallade *fri från*-märkningen är vanlig liksom framhävanande av *naturliga aromer*. Exempel: *Fri från* syntetiska färgämnen, konserveringsmedel, artificiella smakämnen, härdade fetter, kolsterol och GMO.

- Mjölkdrycker till barn och tonåringar, som beskriv som *viktig proteinrika* eller med *extra protein*, är en nyhet.
- Livsmedel med barn som målgrupp är ofta dyrare än motsvarande vanligt sortiment.

Konsumentföreningen Stockholm anser

- Om livsmedel ska rikta sig till barn ska produkten vara av god näringsmässig standard med högt innehåll av fullkorn och kostfiber och låg mängd mättat fett, socker och salt.
- När ordet *fullkorn* framhävs på förpackningen bör en viss mängd fullkorn ha använts. En minimigräns, för att märkningen ska få användas, bör införas för flingor. För bröd finns det redan.
- Märkningen *Kan innehålla spår av* får endast tillgripas när alla andra åtgärder har vidtagits för att rensa produktionslinjerna från allergener.
- Livsmedelsbranschen bör helt sluta marknadsföra livsmedel med hjälp av leksaker och samlarprodukter i paketen.
- Regeringen bör satsa mer resurser på forskning om vad som får barn, ungdomar och vuxna att lägga om sina kostvanor samt öka föräldrautbildning i kost och hälsa med prioritet för dem som behöver informationen mest.
- Marknadsföring genom digitala medier och mobiltelefoner bör granskas fortlöpande. Förbudet mot reklam-tv och direktmarknadsföring riktad till barn under 16 år är verkningslöst om de nya medierna blir en frizon för mer sofistikerade marknadsföringsmetoder.

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| Sammanfattning | 1 |
| Resultatet i korthet | 1 |
| Konsumentföreningen Stockholm anser | 2 |
| Bakgrund | 5 |
| Syfte..... | 6 |
| Metod | 6 |
| Avgränsningar..... | 7 |
| KfS korar bäst och sämst 2014 | 8 |
| Bäst | 8 |
| Sämst | 8 |
| Värda att nämna..... | 10 |
| Nyheter och trender | 11 |
| Flingor..... | 11 |
| Mejeri | 11 |
| Kex | 13 |
| Övriga produkter | 15 |
| Trender inom märkning..... | 16 |
| Trender inom förpackningar | 18 |
| Näringsinnehåll..... | 20 |
| De nordiska näringsrekommendationerna | 20 |
| Flingor..... | 20 |
| Mejeri | 21 |
| Kex | 22 |
| Övriga produkter | 22 |
| Lagstiftning | 23 |
| Näringsdeklaration | 23 |
| Marknadsföring till barn..... | 24 |
| Marknadsföring på internet och sociala medier | 24 |
| Marknadsföring på internet i Sverige..... | 25 |
| Direktreklam..... | 26 |
| Bilaga 1 Tabeller näringsvärden | |
| Bilaga 2 Tabeller marknadsföring | |

Bakgrund

Konsumentföreningen Stockholm (KfS) började år 2004 granska livsmedel som marknadsförs till barn, undantaget godis, läsk, chips, saft och glass. Det visade sig att de livsmedel som hade barn som målgrupp överlag var sötare och fetare än andra livsmedel i samma kategorier. Det konstaterades också att många livsmedel marknadsfördes med roliga figurer, leksaker, tävlingar och med anknytning till filmer. De livsmedel som var mest ohälsosamma hade också den mest aggressiva marknadsföringen. KfS kontaktade tillverkarna och framförde kritiska synpunkter på produkternas näringsinnehåll och på delar av marknadsföringen.

Sommaren 2005 gjorde föreningen den första noggranna granskningen av näringsvärden och marknadsföring av barninriktade livsmedelsprodukter. Totalt förekom 55 produkter, i huvudsak frukostflingor, mejerivaror och kex. De flesta livsmedel som marknadsfördes till barn var söta och/eller feta med lågt kostfiberinnehåll.

Den studie KfS genomförde **våren 2006** visade att utbudet i stort sätt var detsamma, att näringsinnehållet förbättrats i några produkter och att marknadsföringen blivit mindre aggressiv. Endast en produkt använde film som lockbete och leksakerna i förpackningarna hade blivit färre. Sockerdebatten hade lett till att försäljningen av frukostflingor som riktade sig till barn hade rasat, och försäljningen av fruktyoghurt minskat. Granskningen uppmärksammade också salthalten, samt den tilltagande säkerhetsmärkningen *Kan innehålla spår av* (allergener). KfS ifrågasatte starkt om företagen höll sig till reglerna för denna typ av allergenmärkning, eller om de ”fegmärkte” produkterna för att gardera sig, trots liten risk för kontamination av produkterna.

Sommaren 2007 upprepades granskningen. Då hade 19 produkter som marknadsfördes till barn tillkommit och fyra utgått, totalt fanns 71 produkter på hyllorna. Förbättringen av näringsinnehållet hade stannat av. De första fyra nyckelhålmärkta produkterna hade lanserats. Hälsotänkandet avspeglades i form av information på vanliga förpackningar, roliga figurer på vitaminburkar och probiotiska mejeriprodukter. Vissa mejerivaror hade övertagit flingornas marknadsföringsmetoder med olika lockbeten som exempelvis tatueringar. Varumärkesbyggandet¹ intensifierades och internet blev en populär marknadsföringskanal. Med ett undantag hade samtliga mejerier webbplatser för barn.

¹ Se bland annat Fournier/Journal of Consumer Research 1998: *Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research*, Clara Gustafsson, Stockholms universitet 2008: *Brand trust, corporate*

Vintern 2009 studerade KfS för fjärde gången utbudet av livsmedel med barn som målgrupp. Då omfattade undersökningen totalt 60 produkter, att jämföra med 55 stycken 2005. Nytt för detta år var ekologiska produkter riktade till barn, samt en ökning av fenomenet *co-branding*², i synnerhet med filmtema. Det konstaterades också att näringsvärdena hade förbättrats men att dessa fortfarande var långt ifrån tillfredsställande. Ytterligare en tendens var att tonvikten i marknadsföringen hade förskjutits från förpackningarna till digitala medier och internet, hand i hand med det mer omfattande användandet av datorer och mobiltelefoner bland barn.

Syfte

Avsikten med granskningen är att få kännedom om hur marknaden 2014 har utvecklats, dels när det gäller hur livsmedel till barn marknadsförs och dels hur näringsinnehållet ser ut. Vi har valt att fokusera på livsmedlens innehåll av energi/kcal, salt, socker och fett.

Metod

Insamlingen av data har skett genom butiksbesök under perioden 7-11 juli 2014. Butiker som besökts är Ica, Ica Kvantum, Hemköp, Coop, Coop Daglivs, City Gross, Cajsa Warg, Lidl och Willys i Stockholmsområdet. Butikshyllorna studerades för att finna förpackningar och produkter som marknadsförs till barn. Produkter som godis, glass, läsk, chips och saft exkluderades. Totalt hittade vi 97 olika produkter fördelade på kategorierna mejeri (39 st), flingor (25 st), kex och mellanmålsprodukter (15 st) samt övrigt (18 st) mot totalt 55 st år 2005.

En del information har samlats in från företagens webbplatser och i vissa fall har kompletterande information erhållits genom mailkorrespondens med kontaktpersoner på företagen.

Beräkningar av tillsatt socker

I kategorin för mejeriprodukter är det halten *tillsatt socker* som visas. För att få fram den siffran måste det naturligt förekommande mjölksocker dras från den totala mängden sockerarter som anges på näringsdeklarationen. Dessa avdrag har gjorts med hjälp av Livsmedelsverket med stöd i deras laktostabell. Avdraget för laktos, eller mjölksocker, blir olika stort beroende på vilken typ av mejeriprodukt det är. Störst avdrag är det för mjölk som

communications and consumer-brand relationships. Fitzsimmons, Chartrand, Fitzsimons 2008: *Automatic effects of brand exposure on motivated behavior: How Apple makes you "think different"*.

² För en djupare och bredare beskrivning av denna trend, se : *Marknadsföring av livsmedel till barn 2009*, www.konsumentforeningenstockholm.se/Pressrum/Rapporter/Bokstavs-kex-nu-med-fullkorn/

har en laktoshalt på 5 g/100 g, följt av kvarg som har en laktoshalt på cirka 4 g/100 g och lägst laktoshalt har yoghurt med ungefär 3 g/100 g.

För flingor, kex och övriga produkter har vi angivit sockerarter. Andelen naturliga sockerarter i dessa produkter har vi bedömt som försumbar, det mesta är tillsatt. Fruktprodukterna innehåller naturliga sockerarter.

Avgränsningar

Det har vid flera tillfällen varit svårt att tydligt definiera huruvida en produkt marknadsförs till barn eller mer mot familjen som helhet. Vi har ändå valt att ta med *familjeprodukterna*, exempelvis de olika Havrefrasprodukterna och Cheeriosflingorna, då barn ändå finns med som en tänkt mottagare. I en rapport³ från WHO publicerad 2006 görs samma bedömning, att marknadsföring mot barn inkluderar både den typen som är tydligt och uppenbart utformad för barn och planerad att nå denna målgrupp, men även den som är riktad mot andra grupper där barn utgör en betydande del.

³ WHO, regional office Europe: "Marketing of foods high in fat, salt and sugar to children: update 2012-2013", http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0019/191125/e96859.pdf

KfS korar bäst och sämst 2014

Bäst

Frax frukostflingor jordgubbar/blåbär från Frebaco och Havrefras från Quaker Oats koras som de bästa livsmedlen som riktar sig till barn 2014. Frax frukostflingor, i smakerna jordgubb/blåbär och kakao/choklad är nya på marknaden. Flingorna innehåller jämförelsevis lite socker (9–11 g), ganska mycket fibrer (6–8 g) samt mycket fullkorn. Med Frax har stora steg tagits i rätt riktning jämfört med i stort sett alla andra frukostflingor. Havrefras, som har liknande näringsinnehåll men mer fiber, har funnits på marknaden länge men det är först nu som flingan marknadsförs mer direkt riktad till familjer och barn.



Bilder: Frax jordgubb/blåbär från Frebaco och Havrefras från Quaker Oats delar första plats i kategorin bästa flingor.

Sämst

Honungspuffar och Choc´n Crisp, båda tillverkade av Brüggan är årets värstingflingor med 42,2 respektive 37,5 gram socker per 100 gram. Tätt följda av Frosties Original, Kellogg´s med 37 gram, Coco Pops, också från Kellogg´s, med 35 gram och Coops Honey Bees med 34 gram.



Bilder: Honungspuffar från Brüggen och Frosties Original från Kellogg's, båda i topp 4 i kategorin värstingflingor.

I kategorin mejeri är det yoghurten Choco Drops från Milbona (Lidls eget varumärke), med godis i locket, som är årets värsting. En onödig produkt som bidrar till att barn vänjer sig vid att mat ska vara söt för att vara god.



Bild: Choco Drops, yoghurt från Milbona, sämst i mejerihyllan.

I kategorin kex hittar vi Bragos sifferkex från Göteborgskex i botten. Kexet är en nyhet på marknaden och innehåller 30 procent socker, vilket är mer än Bragokexet för vuxna som innehåller 22 procent. Bragos övriga barnkex innehåller 19 procent socker.

Dennis hotdogs från Scan återfinns i kategorin övrigt. Korven innehåller 2,7 gram salt per 100 gram, vilket är långt mycket mer salt än vad liknande korvar brukar innehålla. Därför hamnar Dennis hotdogs i kategorin sämst.

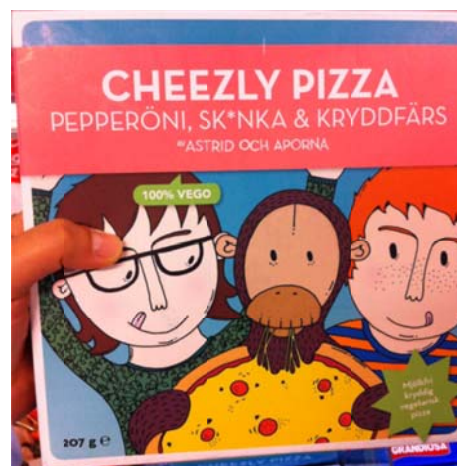
Värda att nämna

Bra: Nestlé har sänkt sockerhalten i samtliga frukostflingor med upp till 10 gram. De ligger ändå relativt högt, (ca 25 %), men initiativet är bra.



Bild: Nestlé har sänkt sockerhalten i flera flingor, bl a i Nesquik Duo.

Nyheter: Astrid och aporna är ett nytt svenskt företag med vegetariskt sortiment. Här hittar man bland annat pålägg, korvar, burgare, pizzor, mm. Produkterna är helt vegetariska och fria från mjölk och ägg. Några är glutenfria och några är helt veganska. Vi hittar något hög salt och fetthalt i vissa varor.



Bilder: Göttbullar och Cheezly Pizza från Astrid och aporna är vegetariska nyheter.

Nyheter och trender

Sedan den senaste undersökningen 2009 har utbudet ökat från 60 till 97 produkter 2014.

Största ökningen har skett inom kategorin mejeri som har ökat från 18 produkter 2009 till 39 stycken produkter i år, att jämföra med den första undersökningen från 2005 då det fanns 17 mejeriprodukter för barn på marknaden.

Flingor

I kategorin frukostflingor har antalet ökat från 20 stycken olika sorter år 2009 till 25 stycken i år. Och i flinghyllan har det skett en del förändringar, sju⁴ produkter återfinns inte på hyllorna i år och vi ser totalt 11 nya produkter som riktar sig till barn. En riktigt god nyhet är de nya barnflingorna Frax från Frebaco i smakerna jordgubb/blåbär och kakao/choklad. De är nyckelhålmärkta, gjorda på spannmål från Västergötland och innehåller bara 9 respektive 11 procent socker. Frebaco försöker i sin marknadsföring av Frax även inspirera barn till fysisk aktivitet och lek.

En nyhet som egentligen är en klassiker är Havrefras från Quaker som tas med i årets rapport för sin marknadsföring till barn och familjen som helhet. Innehållet är det samma som tidigare år, med låg sockerhalt och högt fiberinnehåll (14%). Fiberinnehållet är det överlägset högsta bland flingorna i årets rapport. Det nya är helt enkelt de barnvänliga tipsen, recepten och tävlingarna riktade till barn. Nämnas bör att deras produkt Minifras som är riktad till barn, som fanns med i 2009 års undersökning, inte längre finns kvar på den svenska marknaden på grund av bristande efterfrågan⁵.

Milly Magic 123 från Schär är en gluten-, vete-, och laktosfri barnflinga som har dykt upp i specialkosthyllan. Den baseras på majs och håller en låg salthalt och en jämförelsevis okej sockerhalt på 19,3 procent.

Mejeri

På mejeriavdelningen har antalet produkter fördubblats från 18 produkter i granskningen 2009 till hela 39 stycken olika produkter 2014. Detta om man inkluderar fruktsmoothies, den nya produkten Eggyplay från Svenska ägg, mellanmålen Cheez dippers från Bel-group och Kinder

⁴ Följande flingor återfanns ej: Flakers Choco och Golden Puffs från Lidl, Coco Pops Rocks och Multigrain Rice Crispiers från Kelloggs, Choco Spooks från Coop, Happy Dinky från Dinkelboden samt Minifras från Quaker

⁵ Pers. Medd: Ossi Jansson, Valora Trade Sweden AB, 2014-07-24

Milk-slices från Ferrero. Alltså inte enbart produkter som anses vara rent mjölk- och yoghurtbaserade. Motiveringen till att inkludera dessa produkter är antingen att de säljs på mejeriavdelningen eller att de är substitut för exempelvis drickyoghurt, som är en mejeriprodukt.

Den godisstinna yoghurtprodukten *Rassel med glada prickar* från Norrmejerier, som vi funnit tidigare år, har utgått och vi fann heller inga nya barnprodukter från Norrmejerier i hyllorna. Enligt deras produktkatalog på nätet har de dock två varianter i sitt barnkoncept Norris yoghurt. En naturell A-fil samt en blåbärsyoghurt⁶ med 5,3 procent blåbärsjuice och en tillsatt sockerhalt på 6 procent. Båda två med höga fetthalter, 4,4 respektive 3,8 procent. Utgått har även Arlas yoghurt *Yoggi yangster*.

Tillkommit har Lidl's två olika barnyoghurtar under märket Milbona. Både *Choco Drops* och *Crunchy Bears* har godiskulor i en tillhörande bägare och båda förpackningarna har bristfällig produktinformation. Ingredienslista finns, men näringsvärden per 100 g saknas på förpackningen.

Milkos populära barnyoghurt *Tiger*, som finns i olika smaker, köptes under 2012 av Kavli, detta som en del av de motkrav som ställdes av konkurrensverket vid fusionen av Arla och Milko som skedde under hösten 2011⁷. Inom *Tiger*-sortimentet verkar mellanmjölken samt bägaryoghurten ha utgått. Även bananyoghurten som vid tiden då denna rapport skrevs fortfarande fanns i butik verkar ha försvunnit från Kavlis hemsida.



Bild: Kavlis Tigeryoghurt finns i flera olika smaker.

⁶ <http://www.norrmejerier.se/produktkatalog?visa=bokstavsordning&product=400&pk=14>

⁷ Pressmedd. från Kavli: <http://www.kavli.se/omkavli/pressmeddelanden/Pages/Kavlikopervarumarkerna.aspx>

Cocio chokladmjölk dryck från Arla är en nykomling. Den finns i flera varianter så som *Extra kakao*, *Milkshake* och *Sport 40 % extra protein*, i portionsförpackningar och i 1-litersförpackningar. Arla samarbetar med Svenska juniorlandslaget i ishockey vilket syns på Cocio-förpackningarna som alla bär loggan för Svenska Ishockeyförbundet.

En färgglad uppstickare i årets rapport är produkten Eggyply från Svenska Lantägg. Det är vanliga svenska ägg från frigående höns inomhus, men de är förpackade i plastlådor som liknar legobitar. Detta ger lekmöjligheter för barn, som uppmanas att bygga allt från bilar till borgar av förpackningarna på Svenska Lantäggs egen hemsida.

En stark trend i dag är de olika varianterna av fruktmos och fruktsmoothies i portionsformat, enkla att förtära direkt ur den lilla påsen med kork. Ingen av produkter i den här kategorin som vi har tittat på i denna granskning innehåller något tillsatt socker. Det betyder inte att produkterna är helt sockerfria, naturligt fruktsocker förekommer. Semper har sitt kravmärkta produktsortiment Småfolk som riktar sig till barn i förskoleåldern. Bittiska Innocent har sin Kids smoothies. Coop har under det egna varumärket Änglamark de kravmärkta produkterna Klämmis och Kramis.

Kex

Kexutbudet är den enda produktkategorin där antalet produkter har minskat. 2009 fann vi 17 olika kex, i år endast 15. Dock bör det uppmärksammas att två av kexen finns i flera olika förpackningar. Det är Brago bokstavskex från Göteborgskex som av någon anledning kommer i både ett rosa paket samt ett grönt. Även ett kex med chokladfyllning från McVities finns i tre förpackningsvarianter, Superman, Batman och Smurf, ett känt säljknep för att få barn att tjata, så kallad *pester power*.

Marabou är ny i kexhyllan med sitt kex Choco Wild, ett kex täckt med Marabouchoklad med tre olika djurmotiv.

Bahlsen har två olika typer av kex, ett smörkex vid namn Zoo, och ett kex med chokladsmaak vid namn Zoo Jungle animals. Smörkexen saknar en tabell med näringsvärden per 100 g och texten på båda förpackningarna är mycket liten och svåräst, dessutom blandad med danska.

Choc & Milk från Griesson är även den ny och toppar listan över kexen vad gäller energitäthet per 100 g med 525 kcal, ungefär lika mycket som en chokladkaka (Marabous mjölkchoklad innehåller 545 kcal per 100 g⁸) och en sockerhalt på 41 g per 100 g.



Bild: Choc & Milk från Griesson finns i kexhyllan. Kexet har hög energitäthet, 525 kcal per 100 g.

⁸ <http://www.mathem.se/varor/chokladkaka-ljus/chokladkaka-mjolkchoklad-200g-marabou> , 2014-07-30

Övriga produkter

Övriga livsmedel inom barnsegmentet har också växt från åtta produkter 2009 till 18 produkter i årets genomgång.

Astrid och Aporna är ett svenskt företag som tillverkar vegetariska/veganska produkter helt *fria från syntetiska färgämnen, kolesterol, GMO och härdade fetter*⁹. Flera av produkterna är dessutom glutenfria. Sortimentet sträcker sig från vegetarisk ost till färdigpizzor och korvar, alla med tecknade illustrationer som känns som hämtade ur barnböcker. Vi har i årets rapport tagit med fyra av deras produkter.

Russin och torkad frukt i små askar för barn har dykt upp från två olika företag. Dels Haugen-gruppen som säljer dessa askar med motiv från Star Wars, Hello Kitty och Nicke Nyfiken med paket om 12 askar á 14 g st, och Organix som säljer sina ekologiska små russinpaket i en större påse.



Bild: Haugen-gruppen säljer torkad frukt och russin i portionsförpackning.

Det är helt klart en bra affärsidé att portionsförpacka russin då en betydande höjning av kilopriset kan göras. Ett exempel är att jämföra Sun-Maids Mini Snacks, som är deras russin i miniaskar, med ett kilopris på 199,60 kr/ kilot med deras klassiska, vanliga 500 grams burkar med ett kilopris på 69,90 kr/kilot¹⁰. Nästan en tredubbling av kilopriset.

⁹ <http://astridochaporna.se/om-oss/>

¹⁰ Priser i exemplet hämtade från www.mathem.se, 24 juli 2014, 14:20.

KfS värsting från rapporten 2007, sugröret Sipahh, finns inte längre kvar i butikerna, däremot har en ersättare hittat in, Quick Milk från Felföldi Confectionary. Produkten är påfallande lik med samma idé, ett sugrör med smak som består av socker och glukossirap, som barnen ska dricka mjölk med. Denna variant innehåller inga artificiella smakämnen, färgämnen eller konserveringsmedel samt deklarerar på framsidan att den även är glutenfri.



Bild: Quick Milk från Felföldi Confectionary påminner om en värsting från 2007. Produkten har ett sugrör av socker och glukossirap.

Trender inom märkning

En tendens som är tydlig bland årets produkter är att fler förpackningar märks med *naturliga aromer och färgämnen* och *fri från konserveringsmedel*. Samtliga Danoninoprodukter bär texten *naturliga aromer, inga konserveringsmedel*. Safari mini från Yoplait bär en tydlig text med utropstecken, *Inga konstgjorda färgämnen, inga konserveringsmedel, inga konstgjorda smakämnen*. Monster Backe från Ehrmann har även de lagt en orange ruta på framsidan av förpackningen med texten *med naturliga aromer, utan konserveringsmedel*, visserligen på tyska men med ett tydligt budskap.



Bilder: Yoghurttillverkarna Ehrmann och Danonino märker sina förpackningar med så kallade *fri från*-märkningar.

Denna trend finner vi även på kexavdelningen där McVities kex Sponge Bob kex har texten: *inga artificiella smakämnen, inga artificiella färgämnen* på framsidan. Även på Smurfkexen från samma tillverkare förklaras det att produkten är helt utan artificiella färgämnen på framsidan. Också Batmankexen och Supermankexen från McVities har på kortsidan tydligt i fet stil text med *Inga artificiella smakämnen, inga artificiella färgämnen*. Det mesta av texten på kexet Zoo Jungle Animals (Leibniz/Bahlsen) är liten, rörig och svårläst men budskapet *inga konserveringsmedel, inga färgämnen, inga härdade fetter* har fått en tydlig plats på ena sidan av paketet. Tillverkaren Organix har två olika kexsorter på marknaden som båda är ekologiska. Under texten *No Junk Promise* deklarerar att kexen varken har *artificiella färgämnen, smakämnen, härdade fetter eller tillsatt salt*.

De flesta av de producenter som tillverkar fruktmos i portionspåsar med skruvkork är även de tydliga med att deras produkt är utan aromer och konserveringsmedel. Och många av dem skriver även ut att produkten består av *100 % frukt*.

Proteinrik eller *Extra protein* är budskap som syns på flera olika typer av produktförpackningar idag. Att berika produkter med protein hänger samman med trenden om *funcional food*, en trend som inte ser ut att stanna av inom en snar framtid¹¹. Globalt har nya produkt lanseringar med vassleprotein och med olika löften om hälsa, ökat med 140 procent mellan åren 2008 och 2012¹². Detta syns definitivt även på den svenska marknaden. I årets rapport finner vi Calvin chokladmjölk från Skånemejerier i portionsförpackning med en

¹¹ <http://www.foodnavigator-usa.com/Manufacturers/Have-you-had-your-P.L.A.Y.-today-PepsiCo-targets-women-with-new-protein-product-launch> , 2014-07-24, 16:45

¹² <http://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/us-consumers-have-a-healthy-appetite-for-high-protein-food-the-us-leads-the-way-in-global-launches-of-high-protein-products>, 2014-07-24, 16:15

symbol som markerar att produktens innehåll är en viktig proteinkälla. Produkten innehåller 3,5 g protein per 100 g, vilket är ungefär vad mjölk innehåller. Arla har sin Cocio Sport med 40 procent extra protein, vilket med andra ord betyder en proteinhalt på 5,2 g/100 g.



Bilder: Skånemejerie och Arla trycker på att deras chokladmjölk innehåller protein.

Ännu en trend är att det glutenfria och laktosfria sortimentet ökar starkt på butikshyllorna. Nu når det också barnlivsmedlen.

Trender inom förpackningar

En annan trend är att en stor förpackning innehåller flera små portionsförpackningar. Ett exempel är McVities samtliga kexsorter och de olika småaskarna med torkad frukt från Organix och Haugen-gruppen. Det är något som är mycket vanligt i andra länder till exempel Storbritannien, där en liten påse av t ex chips, kex eller torkad frukt oftast stoppas i lunchpaketet att ta med till skolan. Mot bakgrund av den intensiva diskussionen om barnfetma uppmanas ibland tillverkare i Storbritannien att minska förpackningsstorlekarna i hopp om att begränsa antal kalorier per portion. Industrin verkar vara snar att hoppa på det tåget, inte minst som kilopriset brukar öka väsentligt ju mindre förpackningar det är.



Bilder: Tillverkarna Organix och Mc Vities har hoppat på trenden att lägga flera små förpackningar i en stor.

Trenden att inkludera leksaker och andra samlarprodukter i flingförpackningen har minskat väsentligt. 2005 hade 11 av 28 frukostflingor en leksak, samlarprodukt eller cd-skiva i paketet. Det var också vanligt att företagen hänvisade till spel på sina hemsidor. År 2009 hade antalet flingpaket med leksak minskat till tre olika sorters flingor som alla kom i tre eller fyra olika varianter. I årets granskning fann vi tre olika flingsorter, samtliga från Kellogg's, som inkluderade en VM-boll, och man kan *samla elva varianter*. Bland kextillverkarna är det Göteborgskex och Mc Vities som inkluderar leksak. I Tom & Jerry-kexförpackningen finns en plastleksak och med SpongeBob-kexen följer ett klistermärken.

Näringsinnehåll

De nordiska näringsrekommendationerna

De nordiska näringsrekommendationerna¹³ som uppdaterades 2012, rekommenderar ett intag av fett på 25-40 procent av det dagliga energibehovet (E%), varav mättade bör begränsas till under 10 E%. Vad gäller kostfibrer så rekommenderas ett dagligt intag på mellan 25-35 g, och vad gäller socker så bör intaget vara under 10 E%. Detta innebär, vid ett dagligt energibehov på 2000 kcal för vuxen, under 50 g tillsatt socker om dagen¹⁴. WHO har uttalat ett önskemål om att sockerintaget på sikt bör reduceras till 5 E %.¹⁵

Saltintaget bör ligga mellan 3-4 g per dag för barn i åldern 2-10 år. Världshälsoorganisationen (WHO) rekommenderar en utgångspunkt från en nivå om 2 g natrium om dagen, motsvarande 5 g salt, som sedan bör justeras ner beroende på barnets dagliga energibehov¹⁶.

Kaloribehovet för barn är individuellt. Det skiljer sig från barn till barn och kan därför inte anges. Enligt Folkhälsoguiden kan det se ut så här: Förskolebarn 1–2 år 975 kcal, 2–5 år 1275 kcal och skolbarn 6–9 år 1850 kcal.¹⁷

Flingor

Antalet barnflingor på marknaden har minskat sedan den första granskningen gjordes 2005 (28 st) men har ökat sedan den senaste rapporten från 2009 då det fanns 20 olika produkter. Denna rapport inkluderar 25 stycken olika flingor. En del flingor har fått bättre näringsinnehåll men generellt är förändringen inte så stor. Det är anmärkningsvärt efter så många års diskussion om mat, hälsa och övervikt, inte minst om sockrets negativa påverkan.

Det finns fyra nyckelhålmärkta barnflingor, vilket är en förbättring sedan förra granskningen då det endast fanns en. Sockerligan toppas av Brüggens Honungspuffar med 42,2 procent sockerarter följt av deras andra flingsort Choc´n Crisp med 37,5 procent. Hack i häl kommer två flingor från Kellogg's: Frosties med 37 procent sockerarter och Coco Pops med 35

¹³ http://www.slv.se/upload/dokument/mat/rad_rek/livsmedelsverket_nnr_2012_presentationsbroschyr_web_b.pdf , 2014-07-25, 11:35

¹⁴ Information om sockrets energi innehåll tagen från Livsmedelsverkets livsmedelsdatabas, <http://www7.slv.se/Naringssok/Naringsamnen.aspx> , 2014-07-25, 11:15

¹⁵ <http://www.who.int/mediacentre/news/notes/2014/consultation-sugar-guideline/en/>

¹⁶ http://www.who.int/nutrition/publications/guidelines/sodium_intake_printversion.pdf , 2014-07-25, 11:22

¹⁷ <http://www.folkhalsoguiden.se/Publikationer/497/490/3213/3249/>

procent samt Coops flinga Honey Bees med 34 procent. Cirka 25 procent av flingorna innehåller en sockerhalt över 30 procent.

Av 25 granskade flingor består sex till mer än 30 procent av sockerarter, 13 stycken har 18-29 procent och sex flingor har 9-14 procent. Detta innebär en förbättring sedan 2009 då hela 11 flingor hade mer än 30 procent sockerarter.

Dock finns det stora möjligheter för förbättring, 16 av 25 flingor (64 %) innehåller fortfarande 25 procent sockerarter eller mer. Få tillverkare har sänkt sina halter förutom Nestlé som har sänkt mängden sockerarter i båda sina flingor från cirka 35 till 25 procent.

Trots att Kellogg's har sänkt salthalten från 1,65 procent till 1,15 sedan 2009, toppar fortfarande Kellogg's Rice Krispies saltlistan. På andra plats kommer Kellogg's Tresor Choco Nougat på 1,15 procent följt av Kellogg's Multigrain Loops där salthalten är sänkt från 1,55 procent till 1,00.

Av 25 flingor ligger sex stycken över 0,8 procent salt, en liten förbättring från senaste rapporten.

Kostfiberligan vinner Havrefras med råge. Deras båda flingsorter har en halt på hela 14 procent kostfiber, långt högre än tvåan Frax Kakao/Choklad med en halt på 7,8 procent. Övriga flingor har fiberhalt på mellan 2 och 7 procent. Frax jordgubb/blåbär och Havrefras har båda lite socker och har därför utsetts som bäst i år i flingkategorin.

Mejeri

Mejeriprodukter för barn skiljer sig från standardprodukterna genom roliga figurer, avsaknad av fruktbitar, samt ofta små portionsförpackningar. Hur hög sockerhalten är skiljer sig mellan tillverkarna, inte mellan barnprodukter och standardprodukter. Det har i stort sett inte skett någon förbättring alls av näringsinnehållet sedan den senaste granskningen 2009.

Halten tillsatt socker är fortsatt mycket hög. De sötaste yoghurtsorterna innehåller 9 procent tillsatt socker (exklusive laktos) och den minst söta 5,4 procent. Genomsnittet tillsatt socker för yoghurt tycks hamna strax över 8 procent. En chokladmjölkdryck använder sig av sötningsmedel och håller därför en sockerhalt på 0,2 procent. Även fetthalterna är höga, det finns inte en enda yoghurt som ligger under 2 procent i fetthalt. De nordiska närings-

rekommendationerna ger råden att byta ut feta mejeriprodukter mot magrare¹⁸. Magrare alternativ finns inte inom barnyoghurtkategorin.

Kex

Barnkex skiljer sig från standardprodukterna främst genom att kexen är små och formade som roliga figurer. Många av kexen i årets rapport är portionsförpackade.

Brago bokstavskex innehåller 19 procent socker, vilket är lägre än deras standardprodukt Brago som innehåller 22 procent. Dock innehåller Brago sifferkex 30 procent socker vilket ju är betydligt mycket mer än vuxenalternativet. Organix båda kexsorter Organic Alphabet och Organic Animals har inte något tillsatt socker utan är sötade med druvjuice. Det ger dem en sockerhalt på 14,4 respektive 13,5 procent. De har även en hög fiberhalt och innehåller inget tillsatt salt.

9 av 15 kexsorter innehåller 30 procent socker eller mer, och 6 av 15 har en fetthalt på 20 procent eller mer. Vad gäller salt toppar samtliga kexsorter från Göteborgskex listan, tre stycken ligger på 1,5 procent och en på 1,6 procent salthalt. De flesta andra ligger under 1,0 procent med undantag för Bahlsens smörkex som ligger på 1,1 procent.

De flesta kexen har en kostfiberhalt mellan 2,3 och 2,7 procent, men Brago bokstavskex vinner överlägset med en halt på 13 procent, på andra och tredje plats kommer Organix med sina två kexsorter med 6,6 och 7,9 procent kostfiber.

Övriga produkter

Denna kategori innehåller en ganska heterogen blandning av produkter med allt från färdigrätter till torkad frukt och pasta.

Dennis Snabbburgare som år 2009 hade en kötthalt på 52 procent har höjt kötthalten till 60 procent blandat nöt- och griskött. Deras standardhamburgare består av 80 procent nötkött. Scans Dennis Hotdogs har fortfarande samma låga kötthalt som i den föregående rapporten, 34 procent, och mycket hög salthalt, 2,79 procent.

Disney Cars Multifruktdryck lockar med 3D-klistermärken och ger sken av att vara någon typ av smaksatt vatten, den har dock en sockerhalt på 9,3 procent. Drycken ska också innehålla 30 procent fruktjuice, allt från koncentrat.

¹⁸http://www.slv.se/upload/dokument/mat/rad_rek/livsmedelsverket_nnr_2012_presentationsbroschyr_web_b.pdf, Svenska Livsmedelsverket, 2014-07-25

Quick Milk är ett sugrör som ska användas av barn när de dricker mjölk. Det anser vi är en helt onödig och till och med olämplig produkt som endast sötar en redan naturligt söt produkt (mjölk innehåller runt 5 procent mjölksocker).

Den torkade fruktmixen från Haugen är helt utan tillsatt socker, och i ett fall även ekologisk. Båda produkterna är portionsförpackade i små miniaskar.



Bild: Scan har ökat kötthalten från 52 till 60 procent i Dennis snabbburgare. Scans standardburgare består av 80 procent nötkött.

Lagstiftning

Näringsdeklaration

I undersökningen förekommer produkter som helt saknar märkning med näringsvärden per 100 g. De flesta av dem har annat ursprungsland än Sverige. Bland dem finns två barnyoghurtar med godisströssel från Lidl och ett smörkex från Bahlsen. I några andra fall var informationen per 100 g bristfällig och saknade uppgifter om exempelvis sockerarter, t ex Honungspuffar från Brüggen och Jacky chokladpudding från Ekströms. Flera saknar också information om saltmängd, däribland Scans Dennis-korvar, Dennis-snabbburgare och Billys panpizza från Dafgård. Informationen som ändå finns med i tabellerna har tagits fram efter mailkorrespondens med kontaktpersoner på företagen.

EUs nya informationsförordning nr 1169/2011 har krav om obligatorisk näringsdeklaration först från och med 13 dec 2016. Information om energi, fett, mättat fett, kolhydrater, sockerarter, proteiner och salt ska ingå¹⁹.

Marknadsföring till barn

Enligt svensk lag är det förbjudet att på TV och radio sända reklam riktad till barn under 12 år. Det är även förbjudet att sända reklam före, efter eller mitt i ett barnprogram. Dessutom får inte heller personer som syns i barnprogram delta i reklam eller marknadsföring som riktar sig till barn under 12 år. Reglerna gäller dock endast reklam och marknadsföring som sänds från Sverige och gäller inte reklam som sänds via kanaler utomlands. De två större kanalerna, TV3 och TV5, som sänder från utlandet har frivilligt gått med på att inte sända reklam för mat med barn som målgrupp²⁰.

Många länder har begränsat marknadsföringen av livsmedel till barn. I Spanien till exempel lanserades redan 2005 en statlig etisk kod för självreglering av reklam för livsmedel riktad mot barn för att förebygga fetma. År 2010 införde Spaniens livsmedelsverk regler för att minska mängden TV-reklam riktad till barn och ungdomar under 18 år mellan kl. 06:00-22:00. I artikel 46 av Spaniens Livsmedelsförsörjnings- och näringslag, publicerad 2011, föreskrivs att marknadsföring av livsmedel till barn under 15 år måste följa de uppförandekoder som finns för att främja hälsosamma vanor och motverka övervikt och fetma²¹.

I Storbritannien finns lagstadgade regler för att begränsa reklam av livsmedel med högt fett, socker eller saltinnehåll på TV-kanaler avsedda för barn, samt runt eller i program som verkar särskilt lockande för barn i åldern 4-15 år. Definitionen av *särskilt lockande* är att programmet attraherar en större andel barn än proportionellt i den totala populationen²².

Marknadsföring på internet och sociala medier

Ett allt vanligare sätt att marknadsföra produkter till barn är via internet och i sociala medier. Enligt uppgifter publicerade i en rapport från Världshälsororganisationen, (WHO), står marknadsföring på internet för över 25 procent av de totala reklamutgifterna i Sverige,

¹⁹ Märkning av färdigförpackade livsmedel, Livsmedelsverket, 2014

²⁰ http://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0019/191125/e96859.pdf, sid 10.

²¹ http://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0019/191125/e96859.pdf, sid 10.

²² http://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0019/191125/e96859.pdf, sid 10.

Danmark, Norge och Storbritannien²³. I rapporten *Unga svenskar och internet* från World Internet Institute från 2009 har nybörjaråldern krupit ner från 13 till 4 år²⁴.

Specifikt för just livsmedel gäller att marknadsföring till barn inte får undergräva betydelsen av en hälsosam livsstil. Påståenden om näringsinnehåll och hälsoeffekter ska vila på vetenskaplig grund och bedömas utifrån hur dessa uppfattas av ett barn.

Fantasiinslag och animering ska användas med försiktighet för att inte vilseleda om exempelvis produktens näringsinnehåll. Marknadsföringen får inte heller vara utformad på ett sådant sätt att barnet får ett intryck av att produkten leder till popularitet och status bland andra eller framgång i exempelvis idrott²⁵.

Marknadsföring på internet i Sverige

Till skillnad från TV, som har ett förbud mot reklam riktad mot barn under 12 år, finns det inte något sådant förbud på internet. Internet-tv omfattas dock av denna regel, men då bara kanaler som sänder från Sverige som exempelvis SVT Play och TV4 Play. Däremot finns det regler kring hur reklamen får utformas som kan fungera som ett skydd mot barn som använder internet.

Barn uppmanas på livsmedelsförpackningar att besöka hemsidor för att spela spel och att ladda upp bilder för att vara med i tävlingar etc. I Konsumentverkets vägledning om marknadsföring till barn och unga anges att marknadsföring inte får utformas som spel, lekar eller liknande. Marknadsföring får inte heller bakas in i spel på internet. Det måste vara tydligt och enkelt för barnet att uppfatta vad som är ett spel och vad som är reklam²⁶.

Reklam får heller inte uppmana till köp, och inte heller uppmana ett barn att övertyga föräldrarna till ett köp. Detta är en regel som gäller all marknadsföring mot personer under 18 år inom alla marknadsföringskanaler så som TV, internet, tidningar etc²⁷.

²³ http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0019/191125/e96859.pdf, sid 6.

²⁴ https://www.iis.se/docs/unga_svenskar_och_internet_2009.pdf, sid 6.

²⁵ Vägledning om marknadsföring riktad till barn och unga, sid 13, Konsumentverket, 2014

²⁶ *Vägledning om marknadsföring riktad till barn och unga*, sid 11, Konsumentverket, 2014

²⁷ <http://www.konsumentverket.se/Lagar--regler/marknadsforing-och-reklam/Reklam-till-barn/Reklam-pa-Internet-till-barn/>, 2014-08-21.

Direktreklam

Inte heller direktreklam får riktas mot personer under 16 år. Med direktreklam avses reklam som riktar sig specifikt till en viss person. Detta förbud begränsar bland annat reklam via sms till mobiler hos denna målgrupp²⁸, och även brev, telefonsamtal och liknande²⁹.

²⁸ <http://www.konsumentverket.se/Lagar--regler/marknadsforing-och-reklam/Reklam-till-barn/Reklam-i-mobiltelefon-till-barn/>, 2014-08-21.

²⁹ <http://www.konsumentverket.se/Lagar--regler/marknadsforing-och-reklam/Reklam-till-barn/Direktreklam-till-barn/>, 2014-08-21.

Bilaga 1 Tabeller näringsvärden

Näringsvärden (per 100 g) i frukostflingor 2014

*Sockerarter i flingor kan likställas med tillsatt socker eftersom de nästan inte innehåller något naturligt socker alls.

| Flinga | Företag | Energi Kcal/100 g | Kolhydrater g/100g | *Sockerarter g/100g | Fett (mättat) g/100g | Kostfiber G/100g | Salt g/100g | Ingredienser |
|-----------------------|-----------------|----------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|-------------|--|
| Honungspuffar | Brüggan | 381 | 79,9 | 42,2 | 3,3 (Ej angett) | Ej angett | Ej angett | Vete, socker, glukossirap av vete, honung 4 %, palmolja, karamell |
| Choc'n Crisp | Brüggan | 392 | 82,2 | 37,5 | 3,6 (1,9) | 3,1 | 0,75 | Rismjöl 52 %, socker, glukossirap av vete, fettreducerat kakaopulver 4 %, kakaomassa 3 % salt, fruktos, vegetabilisk olja, naturlig arom |
| Frosties | Kellogg's | 375 | 87 | 37 | 0,6 (0,1) | 2 | 0,9 | Majs, socker 37%, kornmalt, glukossirap, salt |
| Coco Pops | Kellogg's | 387 | 85 | 35 | 2,5 (1,0) | 2 | 0,75 | Ris 61%, socker, choklad 4% (socker, kakaomassa), fettreducerat kakaopulver 3,7%, salt, kornmalt, arom |
| Honey Bees | Coop | 392 | 79 | 34 | 3,2 (0,8) | 5,6 | 0 | Vetekärnor 63%, socker 25%, glukossirap, honung 3,5%, palmolja, sirap |
| Kalaspuffar | Honey Monster | 387 | 85 | 31 | 1,6 (0,2) | 4 | 0,1 | Vete, glykos-fruktossirap, socker, honung 3%, glykossirap, melass, niacin, järn, riboflavin, tiamin |
| Frosted Flakes | Crownfield/Lidl | 379 | 88 | 29,6 | 0,6 (0,1) | 1,9 | 0,5 | Majs 68 %, socker 28 %, kornmaltsextrakt, salt |
| Choco Moons | Crownfield/Lidl | 388 | 77,5 | 29,4 | 4,0 (1,2) | 6,9 | 0,7 | Spannmål (fullkornsvetemjöl 45%, majsgrryn, rismjöl), socker, chokladpulver 19 % (socker, kakaopulver), glukossirap, rapsolja, fettreducerat kakaopulver 0,5 %, salt, naturlig arom |
| Multigrain Loops | Kellogg's | 377 | 74 | 29 | 3,5 (0,7) | 7 | 1 | Fullkornsmjöl (havre 35%, vete 33%, korn 2,5%, råg 2,5%), socker, honung 5%, glukossirap, salt, färgämne: karotener, arom, antioxidanter: askorbylpalmitat, alfa-tokoferol, vitaminer: vitamin D, tiamin, riboflavin, niacin, B6, folacin, B12, mineraler: kalcium, järn |
| Tresor choco nougat | Kellogg's | 448 | 66 | 29 | 16 (6) | 4 | 1,15 | Mjöl (havre 22 %, ris 17 %, vete 13 %), socker, vegetabilisk olja, hasselnötter 4 %, choklad 4 % (socker, kakaomassa, fettreducerat kakaopulver), fettreducerat kakaopulver, skummjökspulver, mjölksocker/salt, mandel. Färgämne: karotener, annatto, emulgeringsmedel: solroslecitin, antioxidanter:askorbylpalmitat, alfa-tokoferol. Vitaminer: Tiamin, riboflavin, niacin, B6, folacin, B12. Mineral: Järn. |
| Weetabix Weetos Choco | Weetabix | 393 | 76,4 | 29 | 4,9 (1) | 5,8 | 0,23 | Fullkornsvete 41 %, socker, vetemjöl, maltodextrin, kakaopulver, vegetabilisk olja, mjölkpulver, koksaltprodukter (natrium- och kaliumklorid), smakämnen. |
| Choco Shells | Crownfield/Lidl | 380 | 79 | 28,8 | 2,1 (1,0) | 5 | 0,7 | Vetemjöl 58 %, chokladpulver 26 % (socker, kakaopulver), socker, glukossirap, kornmaltsextrakt, salt, naturlig kakaoarom med andra naturliga aromer, kanel |

| Flinga | Företag | Energi Kcal/100 g | Kolhydrater g/100g | *Sockerarter g/100g | Fett (mättat) g/100g | Kostfiber G/100g | Salt g/100g | Ingredienser |
|---------------------------|-----------------|----------------------|-----------------------|------------------------|-------------------------|---------------------|-------------|--|
| Nesquik | Nestlé | 390 | 76,5 | 25,2 | 3,9 (1,6) | 7,1 | 0,58 | Mjöl (fullkornsvete 32,7%, majs 24%, ris 7,2%), socker, kakaopulver 5,6%, druvsocker, palmolja, salt, fettreducerat kakaopulver 0,5%, surhetsreglerandemedel (trinatriumfosfat) och aroma (vanillin). "Såår av" |
| Nesquik Duo | Nestlé | 392 | 76,1 | 25 | 4,9 (2,2) | 5,5 | 0,5 | Mjöl (fullkornsvete 45%, majs 10%, ris 8,1%, vete 3,7%), socker, glukossirap, kakaopulver 3,7%, palmolja, kakaosmör, helmjölkspulver, salt, fettreducerat kakaopulver, druvsocker, aromer, surhetsreglerande medel (trinatriumfosfat), emulgeringsmedel (solfoslectin), vitaminer och mineralämnen (niacin, pantotensyra, B6, riboflavin, tiamin, folacin, D, kalcium, järn) |
| Choco Cheerios | Nestlé | 389 | 74,3 | 25 | 4,9 (1,1) | 7,4 | 1 | Fullkornsmjöl 62,4 %(vete, havre, korn, ris, majs), socker, vetestärkelse, sirap, fettreducerat kakaopulver 2,7 %, solrosolja, färgämne (sockkulör) salt, emulgeringsmedel (mono- och diglycerider av fettsyror), surhetsreglerande medel (trikalciumfosfat), aromämne (vanillin), antioxidantnsmedel |
| Frosties Great taste | Kellogg's | 373 | 85 | 25 | 0,6 (0,1) | 2 | 1 | Majs, socker (25%), kornmalt, salt. |
| Frosted Flakes | Coop | 380 | 86 | 24 | 0-1 (0,4) | 3,5 | 0,7 | Valsad majs, socker 21%, salt, kornmalt, emulgeringsmedel (E471) |
| Multi Cheerios | Nestlé | 383 | 75 | 21,2 | 3,6 (0,9) | 7 | 1 | Fullkornsmjöl 70,9 % (havre, vete, korn, ris, majs), socker, vetestärkelse, sirap, salt, surhetsreglerande medel (trikalciumfosfat), emulgeringsmedel (mono- och diglycerider av fettsyror), solrosolja, färgämne (betakaroten, annattoextrakt, sockerkulör/karamell), och antioxidantnsmedel (tokoferolrika) |
| Milly Magic 123 glutenfri | Schar | 376 | 77,6 | 19,3 | 2,5 (1,5) | 4,8 | 0,5 | (Tillverkad av glutenfria råvaror) Majsgryn, socker, kakaopulver 7,5%, honung, salt, modifierad stärkelse |
| Havrefras Jordgubb | Quaker Oats | 370 | 58 | 14 | 6,5 (1,2) | 14 | 0,8 | Fullkornshavremjöl 71%, vetekli (innehåller gluten), socker, frystorkade jordgubbar 7%, kornmalteextrakt, bakpulver:kalliumvätekarbonat, salt |
| Frax Kaka/Choklad | Frebaco | 380 | 73 | 11 | 3,8 (1,1) | 7,8 | 0,8 | Fullkornringar 88% (fullkornsvetemjöl, vetemjöl, fullkornshavremjöl, kornmalteextrakt, socker, kaka 2,5%, chokladarom, salt), puffat korn 12% (korn, socker, kaka 10%) |
| Havrefras | Quaker Oats | 375 | 58 | 11 | 6,5 (1,0) | 14 | 0,8 | Fullkornshavremjöl 76%, vetekli (innehåller gluten), socker, malteextrakt från korn, bakpulver:kalliumvätekarbonat, salt |
| Rice Krispies | Kellogg's | 383 | 87 | 10 | 1 (0,2) | 1 | 1,15 | Ris 99%, socker, salt, kornmalt |
| Rice Snaps | Crownfield/Lidl | 382 | 85,5 | 10 | 1,4 (0,4) | 1,3 | 0,7 | Ris 90 %, socker, kornmalt, salt 0,7 % |
| Frax Jordgubb/Blåbär | Frebaco | 370 | 71 | 9 | 3,1 (0,6) | 5,9 | 0,9 | Fullkornringar 97% (fullkornsvetemjöl, vetemjöl, fullkornshavremjöl, kornmalteextrakt, socker 6,2%, arom,salt), frystorkade jordgubbar/blåbär 3% |

Näringsvärden (per 100 g) i mejerivaror 2014

*Sockerarter exklusive laktos enligt Livsmedelsverkets (SLV) laktostabell, 3 g för yoghurt, 4 g för kvarg samt 5 g för mjölkprodukter

SLV:s laktostabell: <http://www.slv.se/sv/grupp1/Risker-med-mat/Allergi-och-overkanslighet/Laktos/Laktostabell/>

| Mejeriprodukter | Företag | Energi Kcal/100g | Kolhydrater g/100g | *Tillsatt socker g/100g | Fett g/100g |
|--|--------------|------------------|--------------------|-------------------------|-------------|
| Lacky Chokladpudding | Ekströms | 120 | 19 | Ej anggett | 2,5 |
| Kinder Milk-Slices | Ferrero | 422 | 34 | 29,5 | 27,9 (16,6) |
| Choco Drops (yoghurt med chokladlinser) | Milbona/Lidl | 148 | 21,3 | 17,5 | 5,5 (3,6) |
| Crunchy Bears (yoghurt med chokladbjörnar) | Milbona/Lidl | 121 | 16,8 | 11,5 | 4,4 (2,7) |
| Fruit King banan-jordgubb-aprikos | Milbona/Lidl | 105 | 14 | 9 | 2,9 |
| Monster Backe fruktkvarg | Ehrmann | 105 | 14 | 9 | 2,9 (1,9) |
| Robby Easy Jordgubbskvarg | Ehrmann | 105 | 14 | 9 | 2,9 (1,9) |
| Robby Petit banan-jordgubb-aprikos | Ehrmann | 105 | 14 | 9 | 2,9 (1,9) |
| Safari (jordgubb-vanilj,banan-vanilj) | Yoplait | 95 | 12,7 | 8,6 | 2,8 |
| Safari (jordgubb-hallon) | Yoplait | 94 | 12,5 | 8,6 | 2,8 |
| Danonino Duo (banan/jordgubb) | Danone | 110 | 12,7 | 8,5 | 2,9 |
| Danonino kvarg Banan-jordgubb-Aprikos | Danone | 110 | 12,7 | 8,5 | 2,9 |
| Safari (päron-vanilj, jordgubb-smultron) | Yoplait | 93 | 12,2 | 7,9-8,1 | 2,8 |
| Safari mini (jordgubb-hallon) | Yoplait | 95 | 12,4 | 8 | 2,3 (1,6) |
| Safari mjölkchokladdryck | Yoplait | 89 | 13,7 | 7,5 | 1,9 |
| Tigers Bananyoghurt | Kavli | 85 | 12 | 7,5 | 2,6 |
| Danonino drick yoghurt (jordgubb) | Danone | 71 | 11,1 | 7,44 | 1,6 |
| Tigers Hallonyoghurt | Kavli | 85 | 12 | 7,4 | 2,6 |
| Tigers Päronyoghurt | Kavli | 80 | 11 | 7,2 | 2,6 |
| Cocio choklad milksshake | Arla | 102 | 11,8 | 6,4 | 3,5 |
| Safari drick yoghurt jordgubb | Yoplait | 74 | 11,3 | 6 | 1,3 |
| Safari drick yoghurt hallon | Yoplait | 72 | 11,2 | 6 | 1,3 |
| Danonino drick yoghurt (banan) | Danone | 71 | 11,1 | 5,8 | 1,6 |
| Tigers Jordgubbsyoghurt | Kavli | 75 | 10 | 5,4 | 2,6 |
| Cheez dippers, ost & grissini | Bel-group | 295 | 25 | 5 | 16,5 (9,5) |
| Cocio chokladmjölkdryck Sport 40% extra protein 1L | Arla | 70 | 10 | 5 | 0,5 |
| Cocio chokladmjölk extra kakao 2dl | Arla | 65 | 9,5 | 5 | 1,5 |

| Mejeriprodukter | Företag | Energi Kcal/100g | Kolhydrater g/100g | **Tillsatt socker g/100g | Fett g/100g |
|---|-----------------|------------------|--------------------|--------------------------|-------------|
| Happy drink jordgubb | Tilab | 53 | 9,9 | 4,8 | 0,1 |
| Kalvin chokladmjölk 2,5 dl | Skånemejerier | 65 | 9,5 | 4,5 | 1,5 (1) |
| Happy drink choklad | Tilab | 36 | 5,4 | 0,2 | 0,2 (0,1) |
| Ej mjölkbaserade produkter i mejerihyllan | | | | | |
| Eggyplay, svenska ägg | Svenska Lantägg | 137 | 0,4 | - | 9,7 |
| Innocent kids smoothies apelsin,mango,ananas | Innocent | 55 | 12,3 | Ej anggett | 0,1 |
| Innocent kids smoothies jordgubb, björnbär, hallon | Innocent | 51 | 11,6 | Ej anggett | 0,1 |
| Småfolk Squeezy päron-kiwi-banan | Semper | 60 | 12,5 | 12,5 | 0,1 |
| Småfolk Squeezy päron-jordgubb-banan | Semper | 60 | 13 | 13 | 0,1 |
| Småfolk Djungelsmoothie äpple-banan-mango-passionstrukt | Semper | 65 | 14 | 12 | 0,3 |
| Klämmis päron/banan/jordgubb | Änglamark/Coop | 55 | 12 | 10,4 | 0,1 |
| Klämmis päron/kiwi/banan | Änglamark/Coop | 56 | 12 | 11,2 | 0,2 |
| Kramis äpple/banan/mango | Änglamark/Coop | 53 | 12 | 9,6 | 0,1 |

Näringsvärden (per 100 g) i kex 2014

*Sockerarter i kex kan likställas med tillsatt socker eftersom de nästan inte innehåller något naturligt socker alls.

**Sötas med druvjuice

| Kex | Företag | Energi (kcal/100g) | Kolhydrater (g/100g) | *Sockerarter (g/100g) | Fett (mättat) (g/100g) | Kostfibrer (g/100g) | Salt (g/100g) |
|--|--------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------------|------------------------|------------------|
| Choc & Milk | Griesson | 525 | 58 | 41 | 29 (19) | 2,2 | 0,16 |
| Junior Smurfs | McVities | 511 | 64,7 | 31,7 | 24,9 (13,2) | 2,3 | 0,1 |
| Junior Teenage Mutant Ninja Turtles | McVities | 501 | 65,5 | 31 | 23,2 (11,2) | 2,7 | 0,5 |
| Choco Wild | Marabou | 495 | 70 | 33 | 21 (10,5) | 2 | 0,7 |
| Spongebob chocolate biscuit | McVities | 493 | 68,9 | 34,3 | 20,7 (10,9) | 2,3 | 0,5 |
| Junior Superman/ Batman Justice League | McVities | 489 | 67,5 | 33 | 21,6 (12,2) | 2,7 | 0,75 |
| Choco Marie | Bisca | 454 | 65 | 39 | 19 (12) | 2 | 0,53 |
| Brago sifferkex | Göteborgskex | 450 | 75 | 30 | 13 (5) | 2 | 1,6 |
| Brago bondgårdskex | Göteborgskex | 450 | 75 | 22 | 13 (4,9) | 1,6 | 1,5 |
| Tom & Jerry | Göteborgskex | 447 | 76 | 30 | 13 (4,8) | 1,3 | 1,5 |
| Zoo smökekex | Bahlsen | 427 | 75 | 22 | 11 (6,6) | 2,3 | 1,1 |
| Zoo Jungle Animals cocoa biscuits | Bahlsen | 427 | 71 | 27 | 11 (5,7) | | 0,49 |
| Goodies Organic Animal | Organix | 426 | 69 | 16 | 13,5 (4) | 6,6 | 0,5 |
| Goodies Organic Alphabet | Organix | 424 | 65,9 | **17,9 | 14,4 (3,8) | 7,9 | 0,5 |
| Brago bokstavskek rosa/grön | Göteborgskex | 420 | 63 | 19 | 12 (4) | 13 | 1,5 |

Näringsvärden (per 100 g) i "Övriga livsmedel" 2014

*Sockerarter i nedanstående produkter kan likställas med tillsatt socker eftersom de nästan inte innehåller något naturligt socker alls, undantaget fruktprodukterna

| Produkt | Företag | Energi (kcal/100g) | Kolhydrater (g/100 g) | *Sockerarter (g/100 g) | Fett (mättat) (g/100 g) | Kostfibrer (g/100 g) | Salt (g/100 g) |
|---|-----------------------------|-----------------------|--------------------------|---------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------|
| Quick Milk choklad | Felföldi Confectionary | Ej anggett | Ej anggett | Ej anggett | Ej anggett | Ej anggett | Ej anggett |
| Disney Cars Multifruktdryck | Asbra/Magic brands S.A | 39 | 9,5 | 9,3 | < 1 | - | - |
| Dennis hot dogs | Scan | 220 | 12 | - | 15 | - | 2,79 |
| Barnens grillkorv | Lithells | 230 | 7,5 | 1,5 | 18 (9) | - | 1,8 |
| Panerad f*sk | Astrid och aporna/Goodtrade | 111 | 15,5 | 0,6 | 5,1 (0,3) | 3 | 1,75 |
| Göttbullar | Astrid och aporna/Goodtrade | 244 | 7,1 | 1,7 | 15,1 (1,3) | 4,5 | 1,25 |
| Dennis snabbburgare original | Scan | 200 | 7 | - | 14 | - | 1,17 |
| Cheezly pizza pepperoni,sk*rika & kryddfärs | Astrid och aporna/Goodtrade | 223 | 19,3 | 2,2 | 11,5 (6,4) | 1,9 | 1 |
| Pannkakor | Margrethill | 141 | 20 | Anges ej | 3 (0,7) | 0,8 | 1 |
| Cheezly pizza sk*rika & ananas | Astrid och aporna/Goodtrade | 191 | 22 | 3,6 | 8,1 (4,5) | 1,8 | 0,9 |
| Billys panpizza limited edition | Dafgårds | 240 | 28 | 2,3 | 9,3 (3,7) | 1,5 | 0,8 |
| Ekologiska plättar | Ica | 190 | 27 | 1,5 | 6 (1) | 1 | 0,8 |
| Goodies Organic Californian Raisins | Organix | 315 | 73,3 | 62,3 | 0,6 (0,2) | 3,9 | 0,1 |
| Thomas & vännerna | Funfoods4all | 356 | 73 | 3,2 | 1,5 (0,3) | 3 | 0,02 |
| Byggare Bob pasta glutenfri | Funfoods4all | 356 | 78,5 | 0,5 | 1,5 (0,5) | 1,2 | 0,015 |
| Disney barnpasta Cars tomat/spenat | Dalla Costa | 357 | 72,5 | 3,9 | 1,6 (0,4) | 2,6 | 0,01 |
| Disney barnpasta Princess tomat/spenat | Dalla Costa | 345 | 72 | 3,3 | 1,3 (0,2) | 3,5 | 0,008 |
| Nicke Nyfiken /Hello Kitty /Star Wars fruktmix (torkad) | Haugen-gruppen | 280-300 | 67-72 | Ej anggett | 0-1 | Ej anggett | - |

Bilaga 2 Tabeller marknadsföring

Marknadsföring på och i produkterna förpackningar

Frukostflingor

| Produkt | Företag | "Leksak" | Marknadsföring | Märkning |
|---------------------------|-----------------|----------|---|---|
| Frosted Flakes | Coop | Nej | "Pingvinfakta" | "Innehåller mycket socker...variera" |
| Honey Bees | Coop | Nej | "Bifakta" | "Innehåller mycket socker...variera" |
| Kalaspuffar | Honeymonster | Nej | "Kom i monsterform" | "med äkta honung", "fiberkälla", "låg salt och fetthalt" |
| Coco Pops | Kellogg's | Nej | "Coco's Jungle Fun", Coco | |
| Coco Pops version 2 | Kellogg's | Ja | "Rio ball", Coco | 1 av 11 olika bollar finns i paketet |
| Frosties | Kellogg's | Ja | "Rio ball", Tigern Tony | 1 av 11 olika bollar finns i paketet |
| Multigrain Loops | Kellogg's | Nej | Biet Loopy, gåta | "Högt fiberinnehåll" |
| Tresor choco nougat | Kellogg's | Nej | "Tresorspöke" på baksidan | "Extra chokladig", "Med nötter", "Like us on facebook". |
| Frosties Great taste | Kellogg's | Nej | "Diamantmysteriet" spel på baksidan | |
| Multit Cheerios | Nestlé | Nej | "Vinn aktiva upplevelser varje dag" barn och familjer som paddlar, klättrar etc | "70 % fullkorn", "allt det goda från 4 fullkorn" |
| Choco Cheerios | Nestlé | Nej | "Vinn aktiva upplevelser varje dag" barn och familjer som paddlar, klättrar etc | "4 fullkorn och fiber med en god smak av choklad", "högt fiberinnehåll" |
| Nesquik | Nestlé | Nej | QR-koder och hänsvningar till hemsida | "Mindre än 9 gr socker per portion", "39% fullkorn" |
| Nesquik Duo | Nestlé | Nej | Flera spel på baksidan | 45 % fullkorn. "Välj fullkorn"-faktaruta. |
| Rice Crispies | Kellogg's | Ja | Snap, Crackle & Pop, "Rio Ball" | 1 av 11 olika bollar finns i paketet |
| Frax Jordgubb Blåbär | Frebaco | Nej | Frax tävling | Bara 9% socker. Spannmål från västergötland. Nyckelhålsmärkt |
| Frax Kakao Choklad | Frebaco | Nej | Frax-loppet | Bara 11% socker. Spannmål från västergötland. Nyckelhålsmärkt |
| Havrefras | Quaker Oats | Nej | "Sms:a och vinn varje dag med Havrefras" | 76% fullkorn. Rik på fibrer. Nyckelhålsmärkt. |
| Havrefras Jordgubb | Quaker Oats | Nej | QR-kod, rituppgifter, recept, "hjärngympa" | Högt innehåll av fullkorn och fibrer. Nyckelhålsmärkt. |
| Frosted Flakes | Crownfield/Lidl | Nej | Lejon på paketet | "Kan innehålla spår av mjölk,jordnötter och nötter" |
| Rice Snaps | Crownfield/Lidl | Nej | Två barn på paketet | "Kan innehålla spår av mjölk,jordnötter och nötter" |
| Choco Moons | Crownfield/Lidl | Nej | Ett djur i astronautdräkt | 45% fullkorn. "Kan innehålla spår av mjölk, jordnötter, nötter" |
| Choco Snells | Crownfield/Lidl | Nej | Två pingviner | "Kan innehålla spår av mjölk,jordnötter och nötter" |
| Milly Magic 123 glutenfri | Schar | Nej | Fjärlar, "Lär dig att leka och sjunga..." | Gluten, vete samt laktosfri. www.123milly.com |
| Weetabix Weetos choco | Weetabix | Nej | "Spela Professorns insektspel", labryntlek, "finn fem fel" | 41% fullkornsvete, innehåller fibrer, låg på mättat fett,allergideklaration |
| Honungspuffar | Brügger | Nej | En tecknad ekorre | "Honungspuffar- till frukost till lunch och när som helst..." |
| Choc'n Crisp | Brügger | Nej | Spel på baksidan | "Kan innehålla spår av mjölk, vete, och soja" |

Marknadsföring på och i produkternas förpackningar

Mejerivaror (även icke mjölkbaserade varor i mejerityllan)

| Produkt | Företag | "Leksak" | Marknadsföring | Märkning |
|--|---------------|----------|---|--|
| Jacky Chokladpudding | Ekströms | Nej | Känguru-ko | |
| Danonino dricksvoghurt (jordgubb) | Danone | Nja | Flaskorna i plast är utformade som olika gubbar | Kalcium+vitamin D |
| Danonino dricksvoghurt (banan) | Danone | Nja | Flaskorna i plast är utformade som olika gubbar | Kalcium+vitamin D |
| Danonino Duo (banan/jordgubb) | Danone | Nej | | Naturliga färgämnen,aromer. Inga konserveringsmedel. Till barn från 3 år |
| Danonino kvarn (banan-jordgubb-aprikos) | Danone | Nej | | Naturliga färgämnen,aromer. Inga konserveringsmedel. Till barn från 3 år |
| Safari (päron-vanilj, jordgubb-smultron) | Yoplait | Nej | Tecknad apa samt faktaruta | |
| Safari (jordgubb-hallon) | Yoplait | Nej | Tecknad apa samt faktaruta | |
| Safari (jordgubb-vanilj, banan-vanilj) | Yoplait | Nej | Tecknad apa samt faktaruta | |
| Safari mini (jordgubb-hallon) | Yoplait | Nej | Tecknad apa | Inga konstgjorda färgämnen, konserveringsmedel eller smakämnen. D-vitamin+Kalcium |
| Safari dricksvoghurt hallon | Yoplait | Nej | Tecknad apa | Kalciumkälla. "En flaska innehåller en till två portioner" |
| Safari dricksvoghurt jordgubb | Yoplait | Nej | Tecknad apa | Kalciumkälla. "En flaska innehåller en till två portioner" |
| Safari mjölkchokladdryck | Yoplait | Nej | Tecknad apa | Kalciumkälla |
| Tigers jordgubbsvoghurt | Kavli | Nej | Tiger | |
| Tigers Hallonvoghurt | Kavli | Nej | Tiger | |
| Tigers Päronvoghurt | Kavli | Nej | Tiger | |
| Tigers Bananvoghurt | Kavli | Nej | Tiger | |
| Choco Drops (voghurt med chokladlinser) | Milbona/Lidl | Nej | Tecknade fåglar | "Kan innehålla spå av nötter och sesamfrön" |
| Crunchy Bears (voghurt med chokladbjörnar) | Milbona/Lidl | Nej | Tecknade björnar | "Kan innehålla spå av nötter och sesamfrön" |
| Fruit King banan-jordgubb-aprikos | Milbona/Lidl | Nej | Tecknad tiger | Anger frukthalt på 6% |
| Monster Backe | Ehrmann | Nej | Dinosaurie | "Med naturliga aromer", " Inga konserveringsmedel". Dock på tyska |
| Robby Easy jordgubbskvarn | Ehrmann | Nej | Robby en tecknad ödla | innehåller 6 % jordgubbbar. Tillsatt kalcium. Innehåller glukos-fruktosirap |
| Robby Petit banan-jordgubb-aprikos | Ehrmann | Nej | Robby en tecknad ödla | Anger en bär- och frukthalt på 6 % |
| Happy drink jordgubb | Tilab | Nej | En glad droppe mjölkdryck med ögon och mun | Anger en halt tillsatt socker på 4,8 %, dock är totalen på 9,9 %. |
| Happy drink choklad | Tilab | Nej | En glad droppe mjölkdryck med ögon och mun | All text på tyska, svensk översättning påklistrad, mycket liten text |
| Kalvin chokladmjölk 2,5dl | Skånemejerier | Nej | Kalvin | Kalvins hälsocitkei, märkning för proteinkälla, D-vitaminskälla, naturlig kalciumkälla samt rik på vitamin B12 |

| Produkt | Företag | "Leksak" | Marknadsföring | Märkning |
|--|-----------------|----------|---|---|
| Cocio chokladmjölk extra kakao 2dl | Arla | Nej | Idrottande barn | Logga för Svenska ishockeyförbundet, 93% arlamjölk, "naturlig energi för mer", UTZ-märkt |
| Cocio choklad milksnake | Arla | Nej | Instagram-tävling, cocio.com | UTZ-märkt |
| Cocio chokladmjölkströcker Sport 40 % extra protein 1L | Arla | Nej | Ishockeyspelare i landslagsströja | Logga för Svenska ishockeyförbundet, "med arlamjölk 90 %" |
| Kinder Milk-Slice | Ferrero | Nej | | |
| Cheez Dippers, ost & grissini | Bel-group | Nej | Tecknade ko-karaktärer varav en är en ninja | "Roligt och gott som mellanmål eller till utflykten". Anger produkten som en källa till kalcium och mjölkprotein. Uppmanar till balanserad kost och regelbunden träning |
| Eggypalay, svenska ägg | Svenska Lantägg | Ja | Förpackningen är en färgglad "lego"-kloss | Tvättade svenska ägg. QR-kod |
| Innocent kids smoothies apelsin-mango-ananas & jordgubb björnbär-hallon | Innocent | Nej | Bilder på barn och illustrationer, olika spel och rit-leksaker på baksidan av varje förpackning | 100 % ren frukt, inget tillsatt socker eller tillsätsämnen, inga juicekoncentrat, inga sötningsmedel eller färgämnen |
| Småfolk Squeezy päron-kiwi-banan | Semper | Nej | "No junk", "1 squeeze = en fruktmåltid" | Krav-märkt. Inga aromer, tillsatt socker eller konserveringsmedel |
| Småfolk Squeezy päron-jordgubb-banan | Semper | Nej | "No junk", "1 squeeze = en fruktmåltid" | Krav-märkt. Inga aromer, tillsatt socker eller konserveringsmedel |
| Småfolk Djungelsmoothie äpple-banan-mango-passionfrukt | Semper | Nej | "No junk" | Krav-märkt. Inga aromer eller konserveringsmedel |
| Klämmis päron/banan/jordgubb | Änglamark/Coop | Nej | Utan tillsatt socker, "Det perfekta mellanmålet", innehåller naturligt förekommande sockerarter | Krav-märkt |
| Klämmis päron/kiwi/banan | Änglamark/Coop | Nej | Utan tillsatt socker, "Det perfekta mellanmålet", innehåller naturligt förekommande sockerarter | Krav-märkt |
| Kramis äpple/banan/mango | Änglamark/Coop | Nej | Utan tillsatt socker, "Det perfekta mellanmålet", innehåller naturligt förekommande sockerarter | Krav-märkt |

Marknadsföring på och i produkternas förpackningar

Kex och mellanmål

| Produkt | Företag | "Leksak" | Marknadsföring | Märkning |
|---------------------------------------|--------------|----------|---|---|
| Tom & Jerry | Göteborgskex | Ja | Plastfigur "Finn två lika" | "Samla på olika Tom & Jerry-figurer!" |
| Brago Bokstavskex Rosa/Grön | Göteborgskex | Nej | "Rimkonster för kexmonster", "Stava med Sture" | 58% fullkorn. 30% mindre socker |
| Brago Sifferkex | Göteborgskex | Nej | "Räkna med Doris" | |
| Brago Bondgårdskex | Göteborgskex | Nej | Labyrint, "Bräk med Inez", "Vad heter djurens ungar?" | Innehåller fruktjuice |
| Junior Smurfs | McVities | Nej | Smurfarna, Memoryspel på baksidan | "No artificial colours" |
| Spongebob chocolate biscuit | McVities | Ja | Spongebob, samla alla de 12 klisternärkena, memoryspel | Säkerhetsvarning för barn under 3 år, inga artificiella smaker eller färgämnen |
| Zoo smörkex | Bahlsen | Nej | "Butter biscuits for children" | |
| Zoo Jungle Animals cocoa biscuits | Bahlsen | Nej | Djungel djur | UTZ-märkt. Utan konserveringsmedel, färgämnen och härdade fetter |
| Choco Marie | Bisca | Nej | "med extra kul", glada smileys | |
| Choc & Milk | Griesson | Nej | Glad och blinkande kexgubbe | UTZ-certifierad |
| Junior Teenage Mutant Ninja Turtles | McVities | Nej | Ninja Turtles, bild att färglägga, Nickelodeon | www.nickelodeon.tv, turtles.nick.tv |
| Junior Superman/Batman Justice League | McVities | Nej | Superman/Batman Justice League, "finn-fel"-lek på baksidan, "dra streck mellan punkterna"-lek, labyrint | Ger mellanmåstips på en frukt, två kakor och ett glas mjölk, inga artificiella smakämnen eller färgämnen. "Kan innehålla nötter och soja" |
| Choco Wild | Marabou | Nej | Djurmotiv på chokladkexen | "Nyhet": "Kan innehålla spår av ägg och sesamfrö". Har markerat allergener i fetstil. |
| Goodies Organic Alphabet | Organix | Nej | "No junk promise", sötdad med druvjuice (27% druvjuicekoncentrat) | Fullkorn, för barn från och med 12 månaders ålder |
| Goodies Organic Animals | Organix | Nej | "No junk promise", sötdad med druvjuice (27% druvjuicekoncentrat) | Fullkorn, för barn från och med 12 månaders ålder |

Marknadsföring på och i produkternas förpackningar

Övriga livsmedel

| Produkt | Företag | "Leksak" | Marknadsföring | Märkning |
|---|-----------------------------|----------|------------------------------------|--|
| Dennis hotdogs | Scan | Nej | Dennis | Svenskt kött. Fri från gluten, laktos, ägg, soja, mjölk och ärtprotein |
| Dennis snabbburgare original | Scan | Nej | Dennis | Svenskt kött. Köttmängd 60% |
| Disney barnpasta Cars | Dalla Costa | Nej | Cars | Bronsvalsad (ger pastan en strävare yta som absorberar sås bättre) |
| Disney barnpasta Princess | Dalla Costa | Nej | Prinsessor | Bronsvalsad (ger pastan en strävare yta som absorberar sås bättre) |
| Quick Milk Magic sipper choklad | Felföldi Confectionary | Nej | Animerad ko | Inga artificiella smakämnen, färgämnen, gluten eller konserveringsämnen. Ej lämplig för barn under 3 år |
| Billys pan pizza limited edition | Dafgård | Nej | Gladiatorn Hero, känd från tv | "Limited edition pizza speciale ", logga för tv-programmet Gladiatorerna pga sponsoraftal |
| Nicke Nyfiken/Hello Kitty fruktmix (torkad) | Haugen-gruppen | Nej | Nicke Nyfiken | Krävmärkt. "Barnsligt gott". |
| Ekologiska plättar | ICA | Nej | "Plättutballonger" | |
| Panerad f*sk | Astrid och aporna/Goodtrade | Nej | Sjöman och blåval | 100% vego. Innehåller soja och vete. Kan innehålla spår av senap |
| Göttbullar | Astrid och aporna/Goodtrade | Nej | Pojke,jättegöttulle och hund | 100% vego. Innehåller soja. Kan innehålla spår av vete och senap |
| Cheezly pizza sk*nka & ananas | Astrid och aporna/Goodtrade | Nej | Pojke som sväljer en pizza | 100% vego. Mjölkfri. innehåller soja, vetegluten,vete. Kan innehålla spår av senap |
| Cheezly pizza pepperoni,sk*nka & kryddfärs | Astrid och aporna/Goodtrade | Nej | Två barn och en apa som äter pizza | 100% vego. Mjölkfri. Innehåller soja, vetegluten,vete. Kan innehålla spår av senap |
| Barnens Grillkorv | Lithells | Nej | "Kalasgod korvbrödskompis..." | Fri från: gluten, laktos,ägg,ärt-,soja- & mjölkprotein. Köttmängd 56%. |
| Byggare Bob pasta glutenfri | Funfoodsfall | Nej | Byggare Bob | Fri från: gluten, vete, ägg, mjölk. Ekologisk |
| Pannkakor | Margrethill | Nej | Barnkalas | "Helt naturligt! Med nykäncka svenska ägg från frigående höns" |
| Thomas & vännerna pasta | Funfoodsfall | Nej | Thomas & vännerna | Certifierad ekologisk produkt. Hänvisar till www.thomasandfriends.com för spel och lekar |
| Disney Cars Multifruktdryck | Magic brands S,A | Ja | Cars | "Innehåll av juice min. 30 % |
| Goodies Organic Californian Raisins | Organix | Nej | "No junk promise" | Utan tillsatt socker och tillsatser, 100 % ekologisk frukt |