



Marknadsföring av livsmedel till barn - hur gick det sen?

– en undersökning maj/juni 2006

För ytterligare information

Louise Ungerth, chef för konsumentfrågor, tel. 08-714 39 71, 070-341 55 30

Ulrika Lamberth, informatör, tel. 08-714 39 72, 070-341 55 31

www.konsumentforeningenstockholm.se

Sammanfattning

Konsumentföreningen Stockholm (KfS) har sedan 2004 undersökt vilka livsmedel som marknadsförs till barn i livsmedelsbutikerna, undantaget godis, läsk, chips, saft och glass. Syftet är att få kännedom om hur marknaden ser ut, dels när det gäller näringsinnehåll i livsmedel riktade till barn, dels hur dessa livsmedel marknadsförs. 2005 återfanns 55 livsmedel med barn som målgrupp, varav en stor majoritet var söta och/eller feta med lågt kostfiberinnehåll. De marknadsfördes ofta med leksaker och samlarsaker i förpackningarna och/eller med reklam för olika barnfilmer. Utifrån detta resultat har samtal förts med berörda företag där KfS ställt krav om bättre näringsinnehåll och mindre aggressiv marknadsföring.

Sommaren 2006 gjorde vi en uppföljning för att se om det skett några förändringar på marknaden och om företagen gjort några förändringar av produkternas näringsvärde och/eller förpackningar. I år har vi också undersökt innehållet av salt samt tittat på så kallad säkerhetsmärkning av allergener i frukostflingorna.

Resultat

- Näringsinnehållet har förbättrats i några produkter jämfört med 2005 och marknadsföringen är mindre aggressiv än tidigare.
- Endast två helt nya produkter som riktar sig specifikt till barn har lanserats under året; **Kiviks Fruktstund** samt **Del Montes Fruitini Squeezie**, båda en slags fruktmos.
- Quaker har kommit med osötade Kalas Puffar.
- 24 frukostflingor av 31 (77 %) innehåller 20 procent sockerarter eller mer. 2005 var det fallet för 25 av 28 (89 %) frukostflingor. De flesta innehåller mellan 30-43 procent sockerarter. Två produkter har över 40 procent sockerarter – ICA: s och Eldorados honungspuffar. Det motsvarar tio teskedar socker per 100 gram eller tre teskedar per portion. 2005 var det fyra produkter som hade över 40 procent sockerarter.
- Två frukostflingor (Weetos och Coops Honey Bees) har sänkt sockerhalten med en tredjedel och en (Quakers Kalas Puffar) med en fjärdedel.
- Kostfiberhalten är fortsatt låg i en majoritet av produkterna.
- Nästan en tredjedel av flingorna innehåller mer än 1,25 gram salt per 100 gram.
- Nestlé och Lidl märker samtliga frukostflingor som riktar sig till barn med ”kan innehålla spår av (allergener)”
- Åtta flingförpackningar innehåller någon form av leksak. 2005 förekom det i elva förpackningar.
- En av de undersökta produkterna har reklam för barnfilm på förpackningen.
- Ingen större förändring av näringsinnehållet i mejerivaror och kex har skett under året.
- Bäst 2006 är Quaker för sin lansering av osötade Kalas Puffar. Kelloggs får ett plus i kanten för att de tonat ned marknadsföringen på paketen och istället satsat på information om sport och motion.
- Sämst 2006 är Nestlé eftersom alla deras barnflingor innebär risk för allergener, Göteborgs kex som anger ”kex med fullkorn” med stora bokstäver på paketet när kexen endast innehåller 12 procent fullkorn och ICA som trots löften om att sluta tillverka sina honungspuffar i september 2005, fortfarande hade dem på hyllorna när årets undersökning genomfördes.

Stora försäljningsförändringar

Försäljningen av frukostflingor som riktar sig till barn har rasat de senaste åren. Enligt siffror från AC Nielsen minskade försäljningen med 37 procent mellan juli 2004 och juli 2006. Försäljningen av fruktyoghurt minskade med 14 procent samma period. Det står helt klart att debatten om bland annat sockerhalten i livsmedel har påverkat konsumenternas inköp.

KfS anser att:

- Livsmedel som riktar sig till barn ska vara av god näringsmässig standard med högt innehåll av fullkorn och kostfiber och låg mängd fett, salt och socker. Livsmedelsindustrin bör förbättra näringsinnehållet ytterligare.
- Saltmängder över 0,8 gram per 100 gram inte ska accepteras i livsmedel som riktar sig till barn.
- En minimigräns för innehåll av fullkorn bör införas för att förpackningarna ska få märkas med ”fullkorn” på framsidan.
- Märkning med ”kan innehålla spår av” endast får tillgripas då alla andra åtgärder har vidtagits för att rensa linjerna från allergener.
- Livsmedelsindustrin ska sluta marknadsföra frukostflingor med 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 på dem som behöver informationen bäst.

Innehållsförteckning

Bakgrund	5
Sommaren 2006- vad har hänt sedan förra sommaren?	5
<i>Nya produkter och gamla som försvinner</i>	5
<i>Förändringar i näringsinnehåll</i>	6
<i>Säkerhetsmärkning - "kan innehålla spår av"</i>	7
<i>Fullkorn</i>	8
<i>Salt</i>	8
<i>Mejerivaror och kex</i>	9
Marknadsföring	9
<i>Frukostflingor</i>	9
<i>Mejerivaror och kex</i>	9
KfS korar bäst och sämst 2006	10
Konsumentföreningen Stockholm anser att	10
Bilaga 1 Näringsvärden för undersökta frukostflingor riktade till barn 2006	11
Bilaga 2 Frukostflingor: Marknadsföring på förpackningarna 2006	12
Bilaga 3 Mejeriprodukter, kex och fruktmellanmål riktade till barn 2006	13

Bakgrund

Sommaren 2005 presenterade KfS en rapport där vi granskade vilka livsmedel som marknadsfördes till barn i butik under maj/juni 2005. Undantagna var godis, läsk, chips, saft och glass. Totalt förekom 55 produkter 2005, i huvudsak frukostflingor, mejerivaror och kex.

Trots att det under 2004/2005 hade gjorts en del förbättringar av näringsinnehållet i vissa produkter visade undersökningen förra sommaren att de allra flesta livsmedel som marknadsfördes till barn var söta och/eller feta och med lågt kostfiberinnehåll.

”Förbättra näringsinnehållet i livsmedlen, och sluta med samlarleksaker i och reklam för barnfilmer och dylikt på förpackningarna” krävde Konsumentföreningen Stockholm, mot bakgrund av undersökningen och önskemål från KfS Föräldrajury.



KfS föräldrajury består i dag av drygt 1 100 föräldrar som lämnar synpunkter på frågor kring barn och konsumtion via enkäter på nätet.

Sommaren 2006 – vad har hänt sedan förra sommaren?

KfS har återigen granskat produkter som finns på butikshyllorna i Sverige när det gäller näringsinnehåll och marknadsföring för att ta reda på om det har skett förändringar under det gångna året.

Nya produkter – och gamla som försvinner

Under 2006 har endast två helt nya produkter som riktar sig specifikt till barn lanserats; **Kiviks Fruktstund** samt **Del Montes Fruitini Squeezie**, båda en slags fruktmos.



Kiviks fruktstund, en liten förpackning med 92 procent fruktmos och äppelsirap (reducerad äpplejuice) med mera.



Fruitini Squeezie, innehåller bland annat äpplepuré (67 %), päronpurékoncentrat, äpplejuicekoncentrat och äpplejuice. På förpackningen lyfts ”99 procent frukt och fruktjuice” fram. Marknadsförs med ett plastarmband med texten ”Jag hatar frukt, men älskar Fruitini”.

Havrefras från Quaker, som vi utnämnde till den bästa frukostflingan bland dem vi granskade förra året, har fått tre efterföljare från Axa, Frebaco och Hemköp. Havrekuddar vänder sig inte specifikt till barn men vi har ändå tagit med dem i undersökningen eftersom de, liksom Cheerios från Nestlé, marknadsförs till hela familjen.

Kelloggs har upphört med tillverkningen av en mycket söt ”bar”, **Coco Pop cereal & milk bar** och Nestlé har lagt ner produktionen av två lågprisflingor som såldes på Willys, **Kangus** och **Frost Flakes**. Vidare har någon yoghurtvariant försvunnit och Valio har döpt om sin barnyoghurt från **YoY** till **Kidius**.

I övrigt är produktutbudet, vad vi kan se, i stort sett detsamma. Troligen har de senaste årens debatt fått företagen att avvakta med att lansera fler livsmedel med barn som tydlig målgrupp.

Förändringar i näringsinnehåll

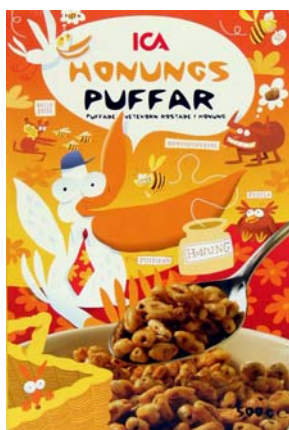
Flera produkter har fått små justeringar av näringsinnehållet. Ibland något gram upp, ibland ner, av fett, socker och kostfiber.

Värt att notera:

Två produkter, **ICAs** och **Eldorados honungspuffar**, innehåller över fyrtio procent sockerarter. År 2005 innehöll fyra frukostflingor över fyrtio procent socker.



Quaker: Förutom att lansera helt osötade Kalas Puffar sänkte företaget sockerhalten förra året med en fjärdedel i de vanliga Kalas Puffarna, från 47 till 35 gram. Fortfarande sött, men ett helt osötat alternativ finns.



ICA: s Honungspuffar är fortfarande kvar på hyllorna trots att företaget i september 2005 lovade att sluta tillverka dem efter kritik från bland andra KfS för hälsopåståendet ” Börja dagen pigg”, för en frukostflinga med 43 procent socker. Vi har funnit paket med ”bäst före datum” 2007-06-30, som visar att produkten fortsatt att tillverkas långt efter ICA:s utfästelse.

Coops Honey bees har sänkt sockerhalten från 49 till 33 gram.

Weetos från Weetabix har sänkt sockerhalten med en tredjedel från 36,3 till 23,5 gram. Företaget anger mättat fett och ”lösliga” resp ”ej lösliga” fettsyror.

Mellis från Norrmejerier, en yoghurt med godis i locket, hade högst fetthalt av alla mejeriprodukter i undersökningen 2005. Norrmejerier har nu sänkt fetthalten från 2,7 till 0,5 procent i yoghurten. Den totala fetthalten, inklusive godiset blir 2,5 procent.

Säkerhetsmärkning ”Kan innehålla spår av”

Nestlé och Lidl har inte en enda flinga som marknadsförs till barn utan så kallad säkerhetsmärkning (”kan innehålla spår av...”) för allergener.

Samtliga Nestlés frukostflingor har märkning med ”kan innehålla spår av” med flera allergener angivna. Dessutom har företaget utökat säkerhetsmärkningen sedan förra året enligt följande:

- **Honey Nut:** ”Kan innehålla spår av mjölk och nötter.”
- **Cheerios:** ”Kan innehålla spår av nötter, mandel och mjölk.”

Övrig säkerhetsmärkning som vi har hittat:

- **Kelloggs Frosties:** Kan innehålla spår av jordnötter
- **ICA: s Frostiga flingor:** Kan innehålla spår av hasselnötter och jordnötter
- **Hemköp Crunchy Naturell:** Kan innehålla spår av mjölkprotein, laktos, nötter och jordnötter.
- **Lidls samtliga ”barnfrukostflingor”:** Kan innehålla spår av jordnötter och andra nötter.
- **Norrmejerier Mellis:** Kan innehålla spår av nötter

Konsumentföreningen Stockholm är starkt kritisk till att företagen i så stor utsträckning märker med ”kan innehålla spår av”. Märkningen begränsar starkt allergiska personers valfrihet. Enligt livsmedelsbranschens riktlinjer ska märkning med ”kan innehålla spår av” endast användas som den absolut sista möjligheten. Det är när risken för kontamination av varje allergen vid en specifik tillverkningslinje är:

1. Okontrollerbar, det vill säga möjligheten att kontrollera hela processen anses obefintlig, till exempel genom att tillverkningen delvis sker i system som inte kan rengöras med vatten.
2. Sporadiskt förekommande, till exempel om allergenet har detekterats sporadiskt när produktbyten genomförs.
3. Dokumenterad genom rengöringskontroll, testresultat eller säkerställd konsumentreaktion.

Endast då samtliga dessa villkor är uppfyllda kan märkning med ”kan innehålla spår av” användas. KfS ifrågasätter om företagen håller sig till ovanstående riktlinjer eller om företagen märker i onödan, för att gardera sig.

Fullkorn



Nestlé lyfter fram ”Fullkorn” på förpackningarna med varierande procenttal och räknar med även majs och rismjöl till fullkorn. Något som kan verka förvillande för konsumenterna då ”fullkorn” oftast associeras med de fyra olika sädesslagen; vete, havre, råg och korn.

Fiberinnehållet i produkterna har inte ökat nämnvärt sedan förra året. **Nesquicks söta puffar** (36,2 g sockerarter) märks med ”25 % fullkorn”. Kostfiberhalten är dock något högre än 2005, 4,8 g mot tidigare 3 g.

”Fullkorn” signalerar hälsa till konsumenterna enligt flera undersökningar. Vi anser att flingproducenterna ska göra som bagerinäringen har gjort, nämligen frivilligt komma överens om en lägsta halt där ordet fullkorn får användas på förpackningen. Inom bagerinäringen ska bröd innehålla minst 50 % procent fullkorn för att ordet ”fullkorn” ska få lyftas fram på förpackningen.

Salt

I år har vi även tittat på natriumhalt/saltmängd. Saltmängden i frukostflingorna ligger mellan 0 och 1,8 gram per 100 gram.

Cornflakes (Kelloggs) är saltast med 1,8 g per 100 gram. Det är en mycket hög saltmängd.

Saltligan

1. Cornflakes	Kelloggs	1,80 g /100 g
2. Flakers Honey and Peanuts	Lidl	1,75g
3. Honey Nut	Nestlé	1,75 g
4. Rice Krispies	Kelloggs	1,65 g
5. Frosted Flakes	Coop	1,50 g
6. Frostiga Flingor	ICA	1,50 g
7. Frost Flakes	Eldorado	1,50 g
8. Frosties (1/3 mindre socker)	Kelloggs	1,40 g
9. Multigrain Loops	Kelloggs	1,40 g

Ett högt intag av salt ökar risken för högt blodtryck och därmed hjärt- och kärlsjukdomar och stroke. Det mesta saltet får vi i oss genom färdigberedda livsmedel. Dagsintaget per person ligger på 8-12 gram att jämföra med de nordiska näringsrekommendationerna som rekommenderar att vi inte äter mer än 6 -7 gram salt per dag. Små barn ska helst inte äta mer än 3 gram per dag.

Ett litet barn som äter en portion Corn Flakes får således redan vid dagens första måltid i sig en femtedel av det rekommenderade maxintaget för salt för små barn. Coop, ICA och Eldorados

frostiga flingor ger ett halvt gram salt per portion vilket är alldeles för mycket, inte minst för små barn. De flesta tillverkare behöver arbeta aktivt med att få ner salthalten i frukostflingorna.

Nyckelhålmärkta frukostflingor får innehålla max 1,25 gram salt per 100 gram. I KfS undersökning ligger cirka en tredjedel av frukostflingorna över den gränsen. Storbritanniens livsmedelsverk anser att frukostflingor ska innehålla max 0,8 gram salt i genomsnitt.

Lägst saltmängd har både osötade och sötade Kalas Puffar med 0,05 respektive 0 gram, Eldorados Honungspuffar med 0 gram, ICA:s Honungspuffar med 0 gram, Coop Honey Bees med 0,25 och Rice Krispies Multi Grain med 0,4 gram salt.

Mejerivaror och kex

När det gäller mejerivaror och kex ser vi inga stora förändringar i näringsinnehåll eller märkning förutom dem vi nämnt ovan.



Göteborgs Kex har fortfarande inga näringsdeklarationer på sina kexförpackningar och märker fortfarande Nalle Puh kexen med "kex med fullkorn" på framsidan för att ge ett intryck av nyttighet, trots att kexen bara innehåller 12 procent fullkorn.

Marknadsföring

Frukostflingor

Åtta, mot elva förpackningar år 2005, har någon leksak i paketet som en CD skiva, glassformar eller klistermärken. Fem av dessa är samlarprodukter (typ "saml hela serien"). En av Kelloggs produkter marknadsför filmen "Ice Age 2".

Vårt intryck är att de flesta företag har tonat ner marknadsföringen sedan vår första kartläggning 2004 och även jämfört med 2005. Detta kan förstås vara en tillfällighet. Men, sommaren 2006 är det endast en produkt som samarbetar med ett filmbolag. Tidigare hade Kelloggs samtidigt reklam för Spindelmannen, Star Wars, Robotsmovie och Nestlé för filmerna Shrek och Thunderbird.



Kelloggs tycks ha bestämt sig för att slå ett slag för rörelse, motion och sport genom information om streetfotboll, BMXcykling och skateboard på paket och webbsajter. Leksakerna i paketen är färre än tidigare år och de "inserts" som finns är "bondgårdsspel till hela familjen" och ett PC spel om fotboll i stället för Star Wars figurer och "vattensplattrar" som tidigare. Endast en samlarsak förekommer hos Kelloggs sommaren 2006, glassformar med motiv från filmen "Ice Age 2".

Fler förpackningar än tidigare har rebusar, pussel, spel och liknande på baksidan av förpackningen.

Mejerivaror och kex

Inga påtagliga förändringar av marknadsföringen.

KfS korar bäst och sämst 2006!

Bäst

Bäst är Quaker för att de lanserade helt osötade Kalas Puffar i höstas. Möjligen kan produkten vinna smakmässigt på en aning tillsatt socker. Kelloggs får ett plus i kanten för att de tonat ner sin marknadsföring på paketen väsentligt de senaste två åren och bland annat satsar på information om sport och motion.

Sämst

Sämst är Nestlé som till och med har utökat sin märkning med nya allergener. Samtliga flingor som riktar sig till barn märks med ”kan innehålla spår av”, vilket starkt begränsar valfriheten för barn med födoämnesintolerans. Ett ytterligare minus är att Nestlé lyfter fram texten ”fullkorn” på Nesquick flingorna. De har en låg kostfiberhalt, innehåller endast 25 % fullkorn och mycket socker.

Näst sämst är Göteborgs kex med Nalle Puh kexen som anger ”kex med fullkorn” med stora bokstäver på paketet när kexen endast innehåller 12 procent fullkorn. De har inte heller, trots påpekande förra året, någon näringsdeklaration på sina kexpaket som vänder sig till barn.

Tredje sämst är ICA som trots löften, efter förra årets undersökning, om att sluta tillverka sina honungspuffar i september 2005, fortfarande hade dem på hyllorna när årets undersökning genomfördes. Enligt uppgift från företaget ska produkten sluta tillverkas under juli 2006.

KfS anser att:

- Livsmedel som riktar sig till barn ska vara av god näringsmässig standard med högt innehåll av fullkorn och kostfiber och låg mängd fett, salt och socker. Livsmedelsindustrin bör förbättra näringsinnehållet.
- Saltmängder över 0,8 gram per 100 gram inte ska accepteras i livsmedel som riktar sig till barn.
- En minimigräns för innehåll av fullkorn bör införas för att förpackningarna ska få märkas med ”fullkorn” på framsidan.
- Märkning med ”kan innehålla spår av” endast får tillgripas då alla andra åtgärder har vidtagits för att rensa linjerna från allergener.
- Livsmedelsindustrin ska sluta marknadsföra frukostflingor med 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 på dem som behöver informationen bäst.

Bilaga 1

Näringsvärden för undersökta frukostflingor riktade till barn 2006*

Produkt	Företag	Energi (kcal/100g)	Kolhydrater (g/100 g)	Varav sockerarter (g/100 g)	Fett (g/100 g)	Kostfiber (g/100 g)	Salt (g/100g)
FLINGOR							
Havre Ringar	Frebaco	370	71	1,5	4	8	1
Kalas Puffar osötade	Quaker	365	74	2	2,5	8	0,05
Corn Flakes	Kelloggs	372	84	8	0,9	3	1,8
Harmoni,fullkornskuddar	AXA	360	67	9,5	5	11	0,5
Rice Krispies	Kelloggs	381	87	10	1	1	1,65
Havrefras	Quaker	347	60,5	13	7	14,5	1,25
Havrekuddar	Hemköp	340	62	14	5	16	0,75
Rice Krispies Multi Grain	Kelloggs	370	77	20	2,5	8	0,4
Cheerios	Nestlé	370	76	21,7	4	7,0	1,25
Weetos	Weetabix	378	75,1	23,5	4,9	5,8	0,67
Crunchy Naturell	Hemköp	450	64	24	18	6,6	0,75
Choco Spooks	Coop	360	73	25	3	2	1
Frosties (1/3 mindre socker)	Kelloggs	369	85	25	0,6	2	1,4
Frosted Flakes	Coop	360	83	30	0,1	3	1,5
Frostiga Flingor	Ica	375	86	30,1	0,8	3,1	1,5
Flakers Honey and Peanuts	Lidl	372	83	33	1,7	3,2	1,75
Honey bees	Coop	370	76	33	3	5	0,25
Choco Moon	Lidl	390	80,7	33,4	4,4	4,7	0,5
Frost Flakes	Eldorado	370	85	34	1	2,5	1,5
Flakers Sugar	Lidl	371	86,4	34	0,5	2	1,25
Coco Pop Crunchers	Kelloggs	375	80	34	2,5	4,5	0,9
Honey Nut	Nestlé	378	79	35	3,7	5,3	1,75
Kalas Puffar	Quaker	379	85,8	35	1,6	3,7	0
Multigrain Loops	Kelloggs	370	77	34	3	6	1,4
Flakers Choco	Lidl	374	79,6	35,1	2,1	4,6	1,25
Coco Pops	Kelloggs	387	85	36	3	2	1,15
Nesquik Puffar	Nestlé	386	79,7	36,2	4,2	4,8	0,5
Frosties	Kelloggs	371	87	37	0,6	2	1,15
Lion	Nestlé	422	78	39,1	9,6	1,7	0,75
Honungspuffar	Ica	383	80,3	42,9	3,3	4,3	0
Honungs Puffar	Eldorado	380	80	43	3	4,3	0

- Uppgifterna har inhämtats från förpackningarna, företagens webbplatser eller via kundkontakt.

Bilaga 2

Frukostflingor: Marknadsföring på förpackningarna 2006

Produkt	Företag	"Leksak"	Marknadsföring	Övrigt
FLINGOR				
Havre ringar	Frebaco	Nej	"Utan tillsatt socker"	Fullkornsmärkning
Kalas Puffar osötade	Quaker	Ja	CD Keeperz , CD fodral	Hitta 1 i paketet, 5 olika att samla"
Corn Flakes	Kelloggs	Nej	Bl a Hälsoråd om sömn	"Hoppa upp på cykeln och kom igång!"
Harmoni fullkornskuddar	Axa	Nej	"Av fem sorters spannmål	"Fiberrik,låg socker, fett och salthalt"
Rice Krispies	Kelloggs	Nej	Teckning "Finn fem fel"	
Havrefras	Quaker	Nej	Ingen info till barn	
Havrekuddar	Hemköp	Nej	"utan tillsatt socker	"riktiga havreeringar behöver inget socker"
Rice Krispies Multi Grain	Kelloggs	Ja	Bondgårdsspel i paketet	"Minnesspel för hela familjen"
Cheerios	Nestlé	Nej	Fullkornsinformation	
Weetos	Weetabix	Ja	Familjen Flinta klisterkort	Fyra kort i en förpackning, 6 olika serier
Crunchy Naturell	Hemköp	Nej	Ingen info	
Choco Spooks	Coop	Nej	"Använd din fantasi "	Skriv mitt äventyr (bild på spöke)
Frosties (1/3 mindre socker)	Kelloggs	Ja	PC spel+	info streetfotboll på frosties.se
Frosted Flakes	Coop	Nej	"Dra sträck mellan siffrorna"	
Frostiga Flingor	Ica	Nej		"Börja dagen pigg"
Flakers Honey and Peanuts	Lidl	Nej	Färglägg stjärna + Kostcirkel	
Honey bees	Coop	Nej	"Hjälp biet att hitta bikupan"	
Choco Moon	Lidl	Nej	Pussel + kostcirkel	
Frost Flakes	Eldorado	Nej	Ingen info	Ingen info
Flakers Sugar	Lidl	Nej	Rebus + kostcirkel	
Coco Pop Crunchers	Kelloggs	Ja	Samla ICE age, glassformar, 4 olika	
Honey Nut	Nestlé	Nej	Fullkornsinformation	"Fullkorn mer än fibrer" osv
Kalas Puffar	Quaker	Ja	CD Keeperz, CD fodral	"5 olika att samla"
Multigrain Loops	Kelloggs	Nej	Lekar och rebusar	
Flakers Choco	Lidl	Nej	Rebus + kostcirkel	
Coco Pops	Kelloggs	Nej	Spel på baksidan av förp	
Nesquik Puffar	Nestlé	Ja	1 Klistermärken FIFA world cup 2 Knäpp kroppsdel	"Samla alla de 5 fräcka färgerna" Plasthjärta i förpackningen + "knäpp fakta"
Frosties	Kelloggs	Ja	PC spel "Football Tigers	Info om streetfoboll på frosties.se
Lion	Nestlé	Nej		"Välkommen till toppen av näringskedjan"
Honungs Puffar	Eldorado	Nej	Ingen info	Ingen info
Honungspuffar	Ica	Nej		"Börja dagen pigg..."

Bilaga 3

Mejeriprodukter riktade till barn – näringsvärden 2006*

MEJERIPRODUKTER	Företag	Energi (kcal/100g)	Kolhydrater (g/100 g)	Tillsatt socker (g/100 g)	Fett (g/100 g)
Safari Drickyoghurt (jordgubb)	Yoplait	77	13,2	Uppgift saknas	1,3
Tiger mellanmjölk	Milko	45	5	Osötad	1,5
Kalvin chokladmjölk	Skånemejerier	65	10	Uppgift saknas	1,5
Danonino yoghurtdryck (jordgubb)	Danone	83	14,4	Uppgift saknas	1,6
Kidius (blåbär)	Valio	80	13	6	2,1
Kalvin yoghurt ((blåbär)	Skånemejerier	85	12	6	2,5
Jacky Chokladpudding	Ekströms/Procordia Food AB	120	20	Uppgift saknas	2,5
Mellis (Kolakulor & vaniljyoghurt)	Norr Mejerier	120	17	12 (inkl. godis)	2,5
Tiger yoghurt (vanilj)	Milko	85	13	7,8	2,6
Safari yoghurt (jordgubb)	Yoplait	94	13,5	9	2,9
Petit Yoplait fruktkvarg	Yoplait	103	12,7	7	2,9
Safari Portion kvarg	Yoplait	106	13,3	10,4	2,9
Yangster (jordgubb)	Arla	95	13	7	3
Danonino kvarg, portion	Danone	116	14,6	Sötas med druvextrakt	3,5
Fruit King färskostdessert	YoFrutta	114	14,1	Uppgift saknas	3,5

* Uppgifterna har inhämtats från förpackningarna, företagens webbplatser eller via kundkontakt.

Kex riktade till barn - näringsvärden 2006*

Produkt	Företag	Energi (kcal/100g)	Kolhydrater (g/100 g)	Varav sockerarter (g/100 g)	Fett (g/100 g)	Kostfiber (g/100 g)
Kex						
Ekologiska Basic Kids	Biobis	449	73	24,9	13,8	1
Nalle Puh**	Göteborgskex	450	74	Uppgift saknas	14	12
Bob the Builder biscuits**	LU	450	75	Uppgift saknas	14	Uppgift saknas
Mumin kexfigurer	LU	450	66	23	18	2,2
Dinkel kekse bio	Bols Muhle	459	62	Uppgift saknas	20,2	
Tom & Jerry (choklad)**	Göteborgskex	460	78	Uppgift saknas	13	Uppgift saknas
Tom & Jerry**	Göteborgskex	470	77	Uppgift saknas	14	Uppgift saknas
Kalle Anka & Co**	Göteborgskex	490	67	Uppgift saknas	20	Uppgift saknas

* Uppgifterna har inhämtats från förpackningarna, företagens webbplatser eller via kundkontakt.

***) Näringsvärdesdeklaration saknas på paketen. Uppgifterna finns på webbsida.

Fruktmellanmål riktade till barn - näringsvärden 2006*

FRUKTMELLANMÅL	Företag	Energi (kcal/100g)	Kolhydrater (g/100 g)	Varav sockerarter (g/100 g)	Tillsatt socker (g/100 g)	Fett (g/100 g)
Kiviks fruktstund	Kiviks Musteri AB	50	13		Nej	Mindre än 0,5
Frutini squeeze apple	Del Monte	70	16,1	16,1	Nej	0,3

* Uppgifterna har inhämtats från förpackningarna, företagens webbplatser eller via kundkontakt.