

HANDLINGSPLAN FÖR HÄLSOSAMMA MATVANOR

EN RAPPORT FRÅN FOLKHÄLSA FÖR ALLA

FOLKHÄLSA
FÖR  ALLA

INNEHÅLL

Inledning	3
Bakgrund	5
Våra förslag för mer hälsosamma matvanor	6
Förslag 1: Anta målen för en hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion och ta fram en handlingsplan för hur de ska nås	8
Förslag 2: Förbjud reklam för ohälsosamma livsmedel till barn	12
Förslag 3: Ta bort moms på frukt och grönsaker	17
Förslag 4: Inför en producentavgift på sockersötad dryck	21
Förslag 5: Inför obligatorisk märkning av hälsosam och ohälsosam mat.....	25
Förslag 6: Inför ett saltsänkingsprogram	29
Förslag 7: Inför upphandlingsregler för försäljning av mat i skattefinansierade lokaler för barn och unga.....	32
Förslag 8: Förbjud flerköpserbudanden av ohälsosamma livsmedel och främja kampanjer på hälsosam mat	36
Noter.....	41

INLEDNING

O hälsosamma matvanor är en av de största riskfaktorerna för ohälsa och förtida död i till exempel diabetes, cancer och hjärt-kärlsjukdom.⁰¹ I Sverige är 46 procent av alla fall av kranskärlssjukdom (ischemisk hjärtsjukdom) och 15 procent av alla fall av stroke kopplade till ohälsosam matvanor.⁰² Av cancerfallen beräknas fem procent vara kopplade till ohälsosamma matvanor och högt BMI och siffran befaras öka de kommande åren.⁰³ Enligt WHO riskerar övervikt och obesitas att gå om rökning som den viktigaste påverkbara riskfaktorn för cancer.

Den totala samhällskostnaden för cancer uppgick till 36 miljarder kronor 2013 och beräknas dubbleras fram till 2040.⁰⁴ Motsvarande siffra för hjärt-kärlsjukdom beräknades under 2019 uppgå till 60 miljarder kronor. 35 procent av kostnaderna för hjärt-kärlsjukdom orsakades av våra levnadsvanor.⁰⁵

Att äta ohälsosamt har aldrig varit så enkelt som det är idag. Men att bryta ett invariant mönster är lättare sagt än gjort och idag lämnas alltför stor del av ansvaret till varje enskild individ. Individen kan göra mycket, men inte allt. Vår matmiljö, det vill säga den sociala och



Att äta ohälsosamt har aldrig varit så enkelt som det är idag. Men att bryta ett invariant mönster är lättare sagt än gjort.

fysiska miljö som vi lever i, påverkar våra attityder och preferenser. Tillgänglighet, pris, socioekonomi och sociala normer är några av de faktorer som påverkar våra val.

Om vi ska förbättra våra matvanor måste det bli lättare att välja rätt. För att det ska bli möjligt behöver vi skapa förutsättningar och miljöer som underlättar hälsosamma matvanor, oberoende av vem du är, var du bor och vilka förutsättningar du har.

År 2021 startade Hjärt-Lungfonden och Cancerfonden initiativet "Folkhälsa för alla" för att visa att det finns ett brett stöd för politiska insatser som kan vända trenden med ohälsosamma levnadsvanor. I samband med detta ställde sig över 90 organisationer, universitet, företag och stiftelser bakom initiativet.

I början av februari 2024 lämnade Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket över förslag till mål och delmål för en hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion till regeringen. Där föreslår myndigheterna bland annat att livsmedelskonsumtionen fram till år 2035 ska ha bidragit till en bättre och mer jämlik hälsa⁰⁶. Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden välkomnar dessa mål. Men vi ser också att det kommer krävas en storsatsning från politiken för att nå målen. I den här rapporten lyfter vi därför fram förslag på några av de åtgärder som kommer behöva vidtas på nationell nivå. Samtliga förslag har stöd av såväl forskningen som av Sveriges befolkning.



Ulrika Årehed Kågström
generalsekreterare för Cancerfonden



Kristina Sparreljung
generalsekreterare för Hjärt-Lungfonden

OM RAPPORTEN

Förutom Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden står även följande organisationer bakom förslagen i denna rapport:

- Mamma United
- Sveriges Tandhygienistförening
- Svensk sjuksköterskeförening
- Riksföreningen för skolsköterskor
- Generation Pep
- Dietisternas Riksförbund
- Riksförbundet HOBS
- Reformaten
- 1,6 miljonerklubben
- Svenska Orienteringsförbundet
- Riksföreningen Äldres Hälsa
- En Frisk Generation
- Sparks Generation
- Brain Athletics
- Göteborgs Universitet, Institutionen för kost- och idrottsvetenskap
- Yrkesföreningar för Fysisk Aktivitet
- Neuro Stockholms Regionförbund
- Friskvården i Värmland
- Korpen Linköping
- Korpen Motala
- Korpen Norrköping

Om opinionsundersökningen

För att undersöka allmänhetens attityder till förslagen i rapporten har Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden gett Verian (f.d. Kantar Sifo) i uppdrag att intervjua 1 000 svenskar i åldrarna 18-79 år.

Intervjuerna gjordes online under perioden 4 september till den 15 september 2023.

Rapporten har tagits fram av Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden för att främja hälsosamma matvanor.

Författare: Anette Jansson, Beatrice Schönning, Mattias Areskog

Form och grafik: Pelle Asplund

Kontaktperson Hjärt-Lungfonden: Anette Jansson, anette.jansson@hjärt-lungfonden.se

Kontaktperson Cancerfonden: Beatrice Schönning, beatrice.schonning@cancerfonden.se

© Cancerfonden och Hjärt-Lungfonden 2024

VÅRA FÖRSLAG FÖR MER HÄLSOSAMMA MATVANOR

FÖRSLAG 1



Anta målen för en hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion och ta fram en handlingsplan för hur de ska nås.

FÖRSLAG 2



Förbjud reklam för ohälsosamma livsmedel till barn.

FÖRSLAG 3



Ta bort momsen på frukt och grönsaker.

FÖRSLAG 4



Inför en producentavgift på sockersötad dryck.

FÖRSLAG 5



Inför obligatorisk märkning av hälsosam och ohälsosam mat.

FÖRSLAG 6



Inför ett salt-sänkingsprogram.

FÖRSLAG 7



Inför upphandlingsregler för försäljning av mat i skattefinansierade lokaler för barn och unga.

FÖRSLAG 8



Förbjud flerköps-erbjudanden av ohälsosamma livsmedel och främja kampanjer och priserbjudanden på hälsosam mat.



På samhällsnivå behöver ett större ansvar tas för att ge möjlighet till hälsosamma levnadsvanor och en god hälsa genom hela livet. Strukturella förändringar behövs, som individen inte kan styra över, i allt från matmiljö till stadsplanering.

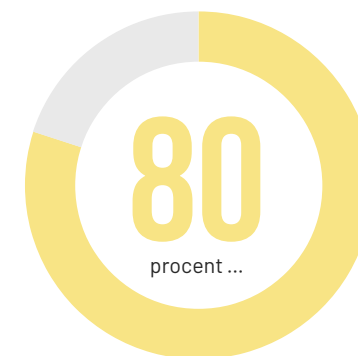
Många faktorer i vår matmiljö, såsom utbud, pris, marknadsföring och tillgänglighet, men även kultur, socioekonomi och sociala normer, påverkar vad vi äter.

ILLUSTRATION: JENS MAGNUSSON

Förslag 1: Anta målen för en hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion och ta fram en handlingsplan för hur de ska nås

Livsmedelsverket och Folkhälsomyndigheten har på regeringens uppdrag tagit fram förslag till nationella mål för en hälsosam och hållbar livsmedelskonsumtion.⁰⁷ Vi välkomnar myndigheternas förslag och uppmanar regering och riksdag att anta dem. För att nå målen bör regeringen ta fram en handlingsplan för en hälsosam och hållbar livsmedelskonsumtion.

Så tycker svenskarna



... vill att regeringen tar fram en handlingsplan för mer hälsosamma matvanor.

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

Trots all forskning om hur viktig maten är för vår hälsa kommer ständigt nya undersökningar som visar att vi fortsätter äta ohälsosamt: Alltför mycket salt, ohälsosamt fett, rött och processat kött och socker – och alltför lite frukt, grönsaker, fullkorn, fisk och skaldjur. Konsumtionen av ultraprocessad mat har sedan 1960-talet ökat med 142 procent.⁰⁸ Såväl konsumtionen av grönsaker, rotfrukter, frukt och bär som fisk och skaldjur minskade under perioden 2016–2022. Samtidigt ökade konsumtionen av sockersötad dryck – och allra mest bland unga.

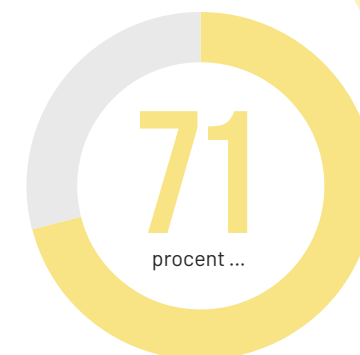
Barn och unga äter i genomsnitt enbart 250 gram frukt och grönsaker per dag. De nordiska näringsrekommendationerna från 2023, som är vägledande för kostråden, förespråkar 500–800 gram per dag.⁰⁹ Endast var tionde barn följer kostråden och vart fjärde barn i lågstadieåldern lever idag med övervikt eller obesitas. Förekomsten av övervikt och obesitas bland skolbarn har femdubblats de senaste 30 åren och fortsätter öka.¹⁰

Dessutom växer hälsoklyftorna mellan olika socioekonomiska grupper. Barn till föräldrar med kortare utbildning äter mindre frukt och grönsaker och dricker mer läsk än de som har föräldrar med längre utbildning.¹¹ Vi ser också att skillnaden i förväntad livslängd mellan olika socioekonomiska grupper ökar. För kvinnor med förgymnasial utbildningsnivå sjunker till och med medellivslängden sedan 2018, vilket går tvärs emot målsättningen i folkhälsopolitiken.¹²

Våra matvanor är avgörande

Att förbättra våra matvanor är avgörande om vi ska kunna nå det folkhälsopolitiska målet om att skapa en god och jämlik hälsa och sluta hälsoklyftorna inom en generation. Samhället är en del av orsaken, men också en del av lösningen. För att främja hälsosamma matvanor och förebygga sjukdomar som till exempel cancer och hjärt- och kärlsjukdomar krävs tydliga och övergripande mål. Det behövs även insatser som spänner över flera politiska områden och samhällssektorer, samordning och koordinering från högsta nivå, samt insatser som når barn och unga.

Så tycker svenskarna



71 procent av svenskarna vill äta hälsosammare än de gör idag.

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

Den främsta orsaken till övervikt och obesitas är överkonsumtion av energi i förhållande till kroppens energibehov. Att vi konsumerar för mycket och för ohälsosamt kan i sin tur bero på både externa faktorer, som omgivning, kultur och social kontext. Men även interna faktorer, som individuella beteendemönster och genetik. Samlat påverkar det risken för övervikt och obesitas. För att ge alla samma möjlighet till hälsosamma levnadsvanor och god hälsa genom livet behövs ett större ansvar tas på samhällsnivå.



Det genetiska arvet laddar pistolen, men det är miljön som håller i avtryckaren

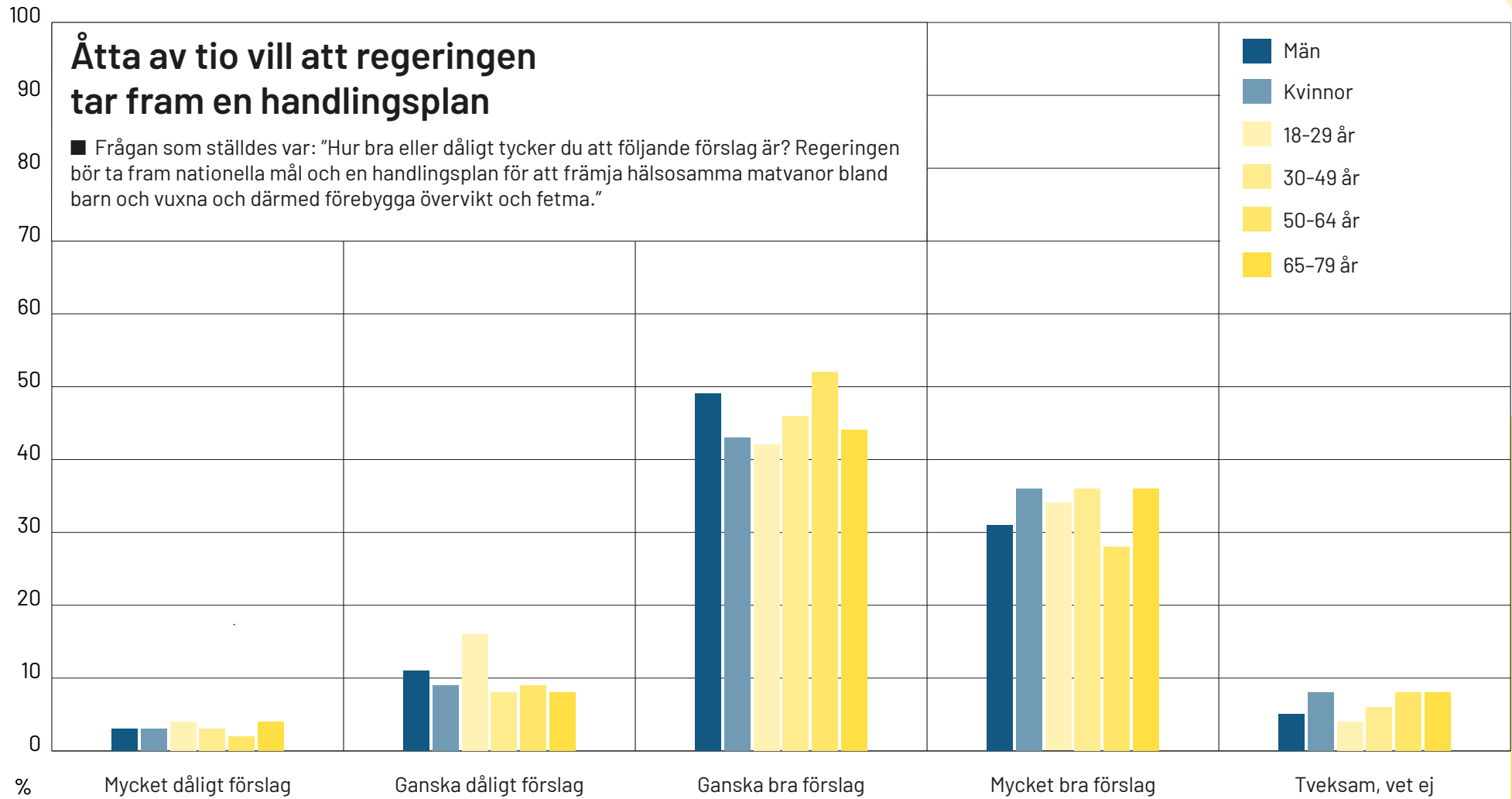
Swinburn m.fl. (2011) "The global obesity pandemic: shaped by global drivers and local environments"

En handlingsplan som har stöd av befolkningen

Bättre matvanor skulle få stor effekt på folkhälsan, men för att lyckas krävs insatser på samhällsnivå. Om vi vill sluta hälsoklyftorna och skapa en god och jämlik hälsa måste vi börja med att vända utvecklingen bland barn och unga – och det kommer att krävas krafttag.

Vi välkomnar därför att Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket nu lämnat förslag till mål och delmål för en hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion till regeringen. Att nå dessa mål kräver en storsatsning och engagemang från politiken.

Vår opinionsundersökning visar att sju av tio svenskar (71 procent) vill äta hälsosammare än de gör idag. Undersökningen visar också att en överväldigande majoritet av svenskarna (80 procent) vill att regeringen tar fram en handlingsplan för mer hälsosamma matvanor.

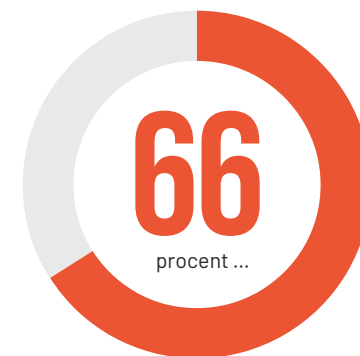


Förslag 2: Förbjud reklam för ohälsosamma livsmedel till barn

Antalet barn som lever med obesitas eller övervikt blir allt fler. Samtidigt visar undersökningar att barn och unga bombarderas av reklam för godis, snacks och snabbmat. För att skapa mer hälsosamma matvanor bland barn och unga bör regeringen tillsätta en utredning som får i uppdrag att ta fram förslag på hur marknadsföring för ohälsosamma livsmedel som barn och unga exponeras för kan förbjudas.

Vart fjärde barn i lågstadieåldern lever med obesitas eller övervikt och andelen ökar ju äldre barnen blir.¹³ Av alla vuxna har 51 procent obesitas eller övervikt. Majoriteten av barn med övervikt eller obesitas lever med övervikt och obesitas även som vuxna. Dessa barn löper större risk att utveckla allvarliga sjukdomar som till exempel cancer och hjärt-kärlsjukdomar, längre fram i livet.

Så tycker svenskarna



... vill ha förbud mot reklam för ohälsosam mat som når unga

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

Att skydda barn och unga från marknadsföring för ohälsosam mat har en avgörande betydelse för deras matvanor. Politiska beslut som begränsar marknadsföring av ohälsosamma livsmedel kan därmed ha en direkt effekt på folkhälsan.

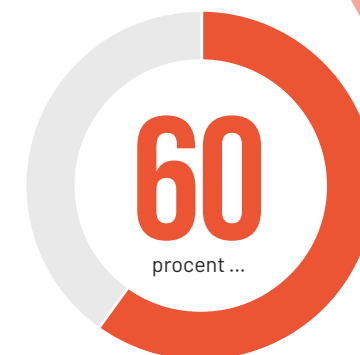
Forskning visar att marknadsföring påverkar barns och ungas matvanor, preferenser, önskemål och näringsintag. Det finns också studier som visar att avsikten med reklam inte förstås förrän i tidiga tonåren. Forskning visar att barn och unga är mycket mottagliga för reklamkampanjer för ohälsosam mat. Kampanjerna kan också ha stark påverkan på förekomsten av övervikt och obesitas över tid, speciellt bland de yngre generationerna. Reklamen tycks också ha större effekt på barn med övervikt och obesitas jämfört med barn med normalvikt.¹⁴

Ohälsosam mat dominerar reklamen som unga möter

Karolinska Institutet har på uppdrag av Hjärt-Lungfonden och UNICEF Sverige undersökt skolelevers matmiljö genom att be elever kartlägga vilka budskap kopplat till mat som de möts av i sin fysiska miljö. Resultaten visar att svenska barns matmiljö domineras av reklam för ohälsosamma livsmedel. 80 procent av de annonser och budskap barnen mötte rörde livsmedel som godis, snacks och snabbmat.¹⁵ En undersökning genomförd i Danmark visar på liknande siffror vad det gäller reklamen i sociala medier. Av reklamen i sociala medier var 79 procent om ohälsosamma livsmedel. Av det material som marknadsfördes av influencers handlade 76 procent om ohälsosamma livsmedel.¹⁶

I Norge pågår just nu en utredning om ett förbud mot marknadsföring av ohälsosam mat och dryck till barn under 18 år.¹⁷ Det finns redan flera städer runtom i världen som infört någon typ av reglering av marknadsföring av ohälsosam mat och dryck, vissa specifikt riktade mot marknadsföring till barn och unga.¹⁸ Exempelvis har London, Amsterdam och Canberra implementerat regleringar som förbjuder reklam för ohälsosam mat och dryck i kollektivtrafiken. Att reglera reklamen i Londons lokaltrafik visade i en utvärdering ge en minskning av energiintag från inköpta livsmedel med högt fett, socker och salt med sju procent per

Så tycker svenskarna




... vill ha förbud mot reklam för ohälsosam mat runt till exempel kollektivtrafik och/eller skolor

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

vecka. Det största minskningen per vecka var energi från choklad och godis, vilket föll med 19 procent. Utvärderingen visade också att det fanns indikationer på att effekten var större i hushåll där det fanns personer som levde med obesitas.¹⁹

Sveriges lagstiftning är föråldrad

I Sverige finns en lagstiftning som ska skydda barn från reklam, men lagstiftningen har inte uppdaterats utifrån samhällsutvecklingen. Nuvarande lag infördes 1991 och reglerar enbart radio- och tv-reklam riktad till barn upp till tolv år. Motsvarande skrivningar för fysiska och digitala miljöer saknas i lagen. Lagen har inte heller setts över ur ljuset av Barnkonventionen, som numera är svensk lag. Barnkonventionen slår fast att alla barn har rätt till god hälsa samt rätt att få näringsrik och hälsosam mat, och att barn ska skyddas ifrån skadlig marknadsföring.²⁰ Vidare räknas man, enligt Barnkonventionen, som barn upp till 18 års ålder.

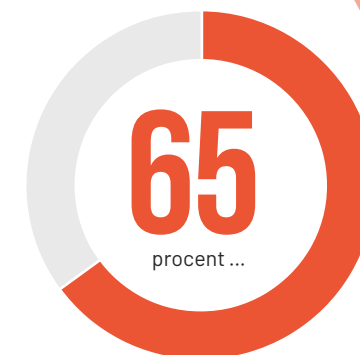
 *Det är dåligt med reklam för dålig mat, godis, energidryck och sånt där. Och det är alltid att det är såhär in your face. /.../ Som den här kampanjen för halva priset på glass. Det var överallt, alla hade sett den. Det var på media, allting. Och det blev att alla köpte glass hela tiden.*

Barn, Stockholm, från rapporten "In Your Face" från UNICEF Sverige och Hjärt-Lungfonden, 2022

WHO rekommenderar stater att införa begränsningar av marknadsföring riktad till barn av mat som innehåller mycket mättat fett, socker och salt.²¹ Enligt WHO ska regelverket vara ...

- ... tvingande,
- ... skydda barn i alla åldrar upp till 18 år
- ... det ska tas fram en nationell nutritionsprofil för att identifiera livsmedel som inte får marknadsföras.

Så tycker svenskarna



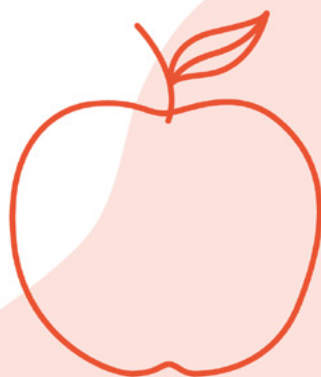
... vill ha förbud mot reklam för ohälsosam mat på sociala medier

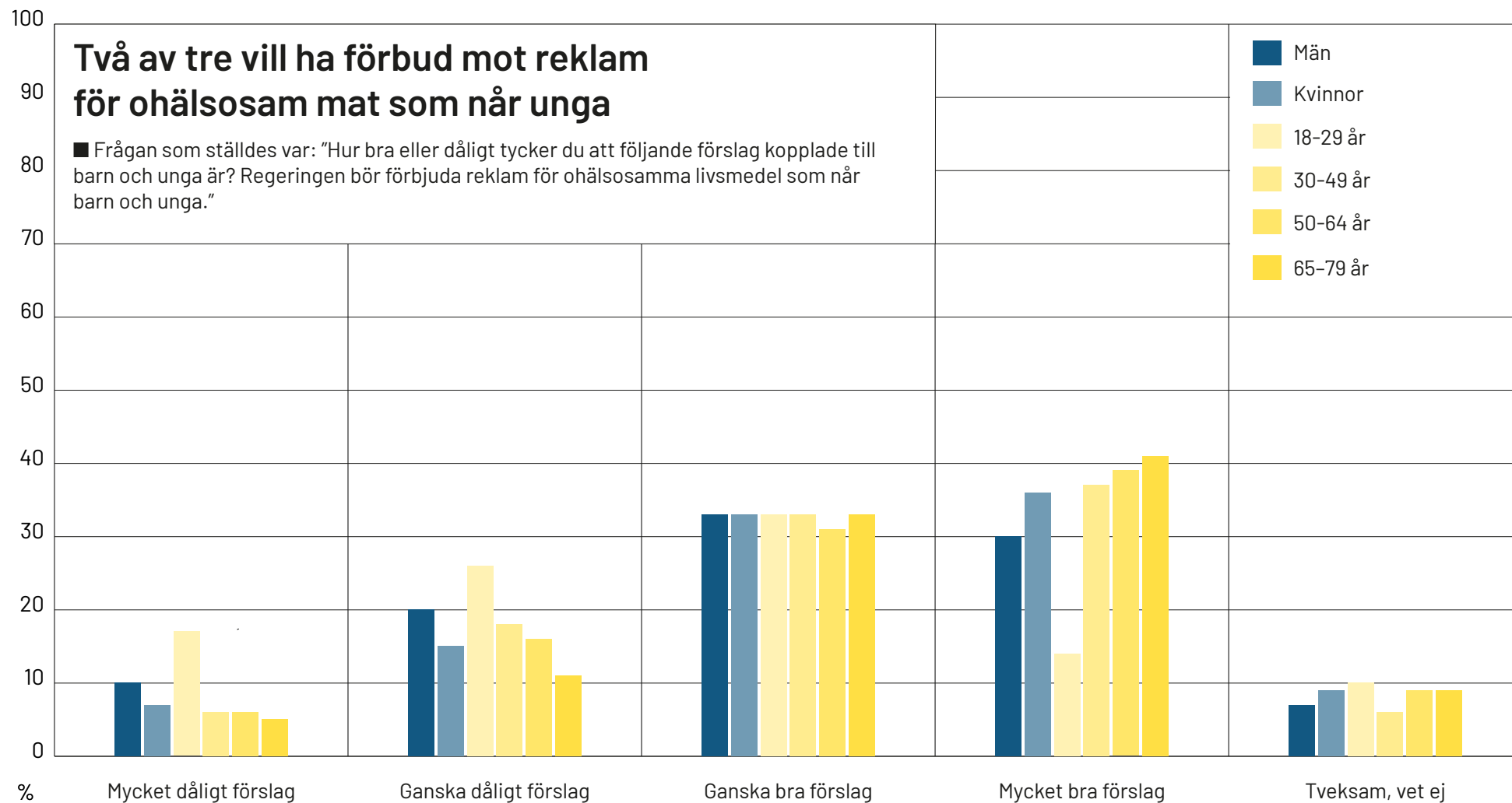
Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

En rapport från Statskontoret visar att det skulle vara möjligt att införa ett nationellt förbud mot marknadsföring av ohälsosamma livsmedel till barn i Sverige.²² Det skulle krävas att ett sådant förbud motiveras av hälsoskäl samt går i linje med EU-lagstiftning. Att begränsa marknadsföring av ohälsosamma livsmedel till barn och unga var en av de prioriterade policy-interventionerna i EU:s plan för att tackla obesitasepidemin hos barn.²³

Vad tycker svenskarna?

Vår opinionsundersökning visar att två av tre svenskar (66 procent) vill införa ett förbud mot reklam för ohälsosam mat som når barn och unga. Nästan lika många (65 procent) vill se ett förbud mot reklam för ohälsosam mat som når barn och unga i sociala medier och på nätet. Sex av tio ställer sig bakom ett förbud mot reklam för ohälsosamma livsmedel på offentliga platser, till exempel i kollektivtrafiken, eller runt skolor och andra platser där barn och unga vistas.



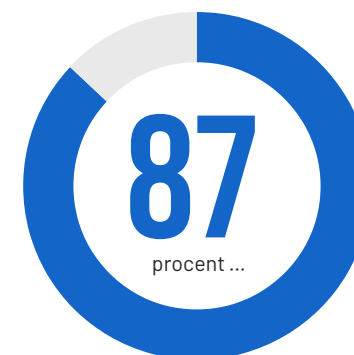


Förslag 3: Ta bort momsen på frukt och grönsaker

Forskning visar att skatter kan minska efterfrågan på ohälsosamma livsmedel. På samma sätt kan subventioner öka konsumtionen av mer hälsosam mat. För att göra det enklare för alla att göra hälsosamma val bör regeringen slopa momsen på frukt och grönsaker.

Att äta mycket grönsaker och frukt minskar risken för bland annat övervikt och obesitas, hjärt-kärlsjukdom och vissa typer av cancer. Enligt de nordiska näringsrekommendationerna, som är vägledande för kostråden, minskar ett intag av 500–800 gram frukt och grönsaker per dag risken för ohälsa. Men endast två av tio vuxna kommer upp till den nedre gränsen 500 gram. Unga äter i genomsnitt endast 250 gram frukt och grönsaker per dag. En stor andel barn har istället ett högt kaloriintag från snacks, såsom godis, kakor, chips och sockersötade drycker.²⁴


Så tycker svenskarna



... vill ta bort moms på frukt och grönsaker

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

Våra matvanor sätts tidigt och styrs av många faktorer i vår matmiljö. Pris och tillgänglighet är två viktiga faktorer. Forskning visar att grupper med sämre socioekonomiska förutsättningar äter mindre hälsosamt och är mer drabbade av hjärt-kärlsjukdom, typ 2-diabetes, cancer och obesitas.²⁵

 *Allt som har mycket socker i sig borde vara mycket dyrare och sedan borde nyttiga saker vara billigare. För det finns ju folk som dör av för mycket dålig mat och sånt. Sedan finns det barn som får hål i tänderna av socker. Så det hade varit bättre om det hade varit dyrare.*

Barn, Stockholm, från rapporten "In Your Face" från UNICEF Sverige och Hjärt-Lungfonden, 2022

Skatter och subventioner kan förändra efterfrågan

Det finns starka bevis för att subventioner av frukt, grönsaker, snacks med låg fetthalt och mjölk med låg fetthalt bidrar till ökad konsumtion av dessa varor. Det finns också bevis för att subventioner av hälsosam mat i kombination med en skatt på ohälsosamma varor är den mest effektiva och kostnadseffektiva interventionen för att förbättra folkhälsan.²⁶

Undersökningar visar också att skatter på livsmedel som bidrar till ohälsosamma matvanor kan minska både efterfrågan och konsumtion av dessa livsmedel. Dessutom kan de uppmuntra produktomformulering, generera intäkter som kan användas för hälsoändamål, öka medvetenheten om hälsosam kost och ändra beteendemönster.²⁷

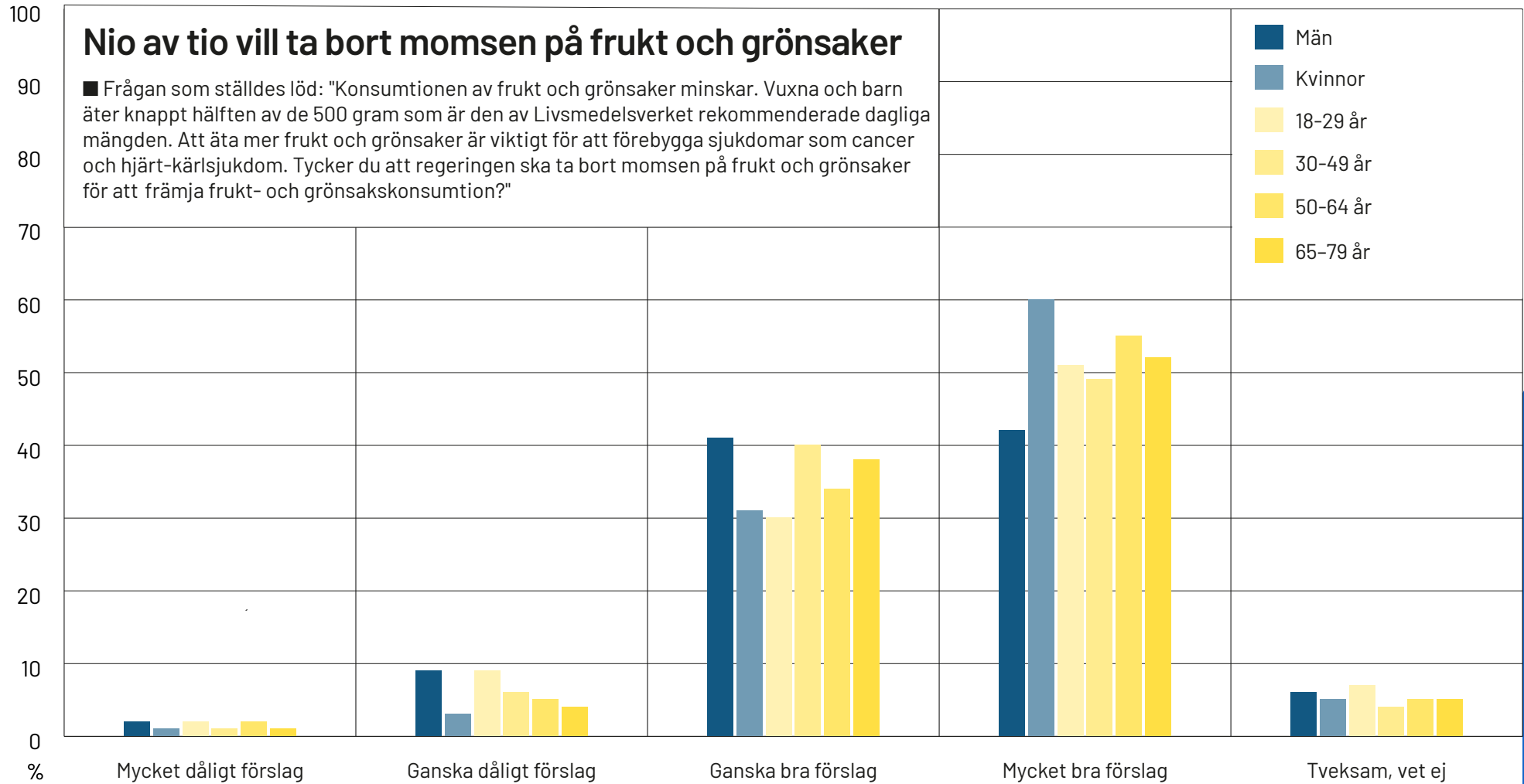
Forskningen indikerar att priskänsligheten är hög. Ju högre skatt eller subvention, desto mer påverkas konsumtionen, medan alltför låga skatter kan leda till en ineffektiv insats.^{28 29} Forskare som studerat sambandet rekommenderar att skatten är minst 10–15 procent och att skatter kombineras med subventioner för att få bäst effekt.³⁰ Att reglera med skatter

och subventioner har bäst effekt bland människor med lägre inkomster, som är mer pris-känsliga.³¹ Detta är positivt, då skatter och subventioner därför ger bäst effekt hos en mål-grupp som också är överrepresenterad när det kommer till övervikt och obesitas.

Vad tycker svenskarna?

Nästan nio av tio svenskar (87 procent) vill ta bort momsen på frukt och grönsaker för att öka konsumtionen av nyttigare livsmedel. Endast sju procent ställer sig negativa till förslaget. Ett liknande resultat syns även i Livsmedelsverkets referenspanel, som visar att befolkningen är positiva till ekonomiska styrmedel.³²



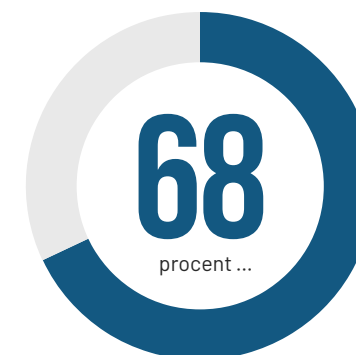


Förslag 4: Inför en producentavgift på sockersötad dryck

Ett högt intag av sockersötade drycker har en stark koppling till övervikt. Trots det dricker en del pojkar i gymnasiet upp till en liter sockersötad dryck om dagen. Över hundra länder i världen har infört en skatt på sockersötad dryck. Det är dags för Sverige att ta efter och regeringen bör införa en producentavgift.

Ett högt intag av socker är en bidragande orsak till att övervikt och obesitas ökar i stora delar av världen. I Sverige äter vi drygt 40 kilo socker per person och år.³³ Den allra största delen av sockermängden får vi i oss via livsmedel där socker är den dominerande ingrediensen, exempelvis choklad, glass, bakverk, godis eller sockersötade drycker, som till exempel läsk. Dessa livsmedel står för 17 procent av unga personers energiintag och just hos unga är sockersötad dryck en av de största energikällorna.³⁴

Så tycker svenskarna



... är för en avgift på socker i dryck

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

Det finns stora skillnader mellan olika grupper. Vissa pojkar i årskurs två på gymnasiet dricker upp till en liter läsk och saft dagligen.³⁵ Unga personer i hushåll där föräldrarna hade en kortare utbildning dricker söttad dryck oftare. Detta överensstämmer med tidigare forskning som visar att högre socioekonomisk status är förenat med hälsosammare matvanor.³⁶ Även övervikt och obesitas är vanligare inom befolkning med lägre socioekonomisk status.

Den europeiska livsmedelssäkerhetsmyndigheten (EFSA) har funnit ett samband mellan socker i olika former och sjukdomar som obesitas, typ 2-diabetes och högt blodtryck. Studien slår fast att sockersötad dryck har den i särklass starkaste kopplingen till övervikt och obesitas. Myndigheten kunde också konstatera att det är personer med hög konsumtion av sockersötad dryck som också har den högsta totala konsumtionen av socker.³⁷ Övervikt och obesitas är i sin tur kopplat till 13 olika cancerformer.³⁸

En välbeprövad metod som rekommenderas av WHO


Skatt på sockersötad dryck finns i 119 länder och är därför en väl studerad insats³⁹. WHO rekommenderar en avgift eller skatt på mängden tillsatt socker eftersom en avgift, förutom att hämma konsumtionen, också ger ett incitament till bryggeriindustrin att sänka andelen socker i sina produkter. En avgift kan därmed göra det enklare för konsumenten att göra hälsosammare val.

Metoden har visat sig effektiv för att påverka konsumtion, pris, efterfrågan och har lett till positiva förändringar av matvanor.⁴⁰ Inte minst i kombination med subventioner av hälsosamma livsmedel.⁴¹ En producentavgift innebär att staten inför en punktskatt som skapar ett incitament för producenterna av läsk och annan söttad dryck att minska mängden socker. Flera länder har frivilliga initiativ, men de har inte haft effekt i den omfattning man önskar.⁴² Forskning visar att producentavgiften är särskilt effektiv för att minska konsumtionen hos barn från mindre resursstarka familjer.⁴³ Det gör insatsen välriktad i Sverige, där vi ser stora skillnader i konsumtion av sockersötad dryck beroende på socioekonomiska faktorer.⁴⁴

I Europa har flera länder infört styrmedel för att begränsa sockerkonsumtionen de senaste åren. Frankrike, Portugal, Norge och Ungern har sedan länge olika varianter av regleringar på socker i dryck. Storbritannien införde 2018 en producentavgift på drycker med mer än 5 gram socker per 100 ml. Genom avgiften har landet lyckats sänka mängden socker i läsk som konsumeras. Innan skatten infördes hade nästan hälften (49 procent) av utbudet i butikerna över 5 gram socker per 100 ml. Efter att skatten införts hade den andelen sjunkit till 15 procent, enligt en omfattande studie.⁴⁵ En mindre studie fann att producenterna i genomsnitt hade minskat sockerhalten i sockersötade drycker med 42 procent i samband med att skatten infördes.⁴⁶

Vad tycker svenskarna?

Två tredjedelar av befolkningen (68 procent) vill införa en avgift på socker i dryck, så att producenter med hög sockerhalt i sina drycker måste sänka sockerhalten eller betala en avgift. Mindre än en fjärdedel av svenskarna (24 procent) tycker att det är en dålig idé att införa en avgift på socker i dryck.

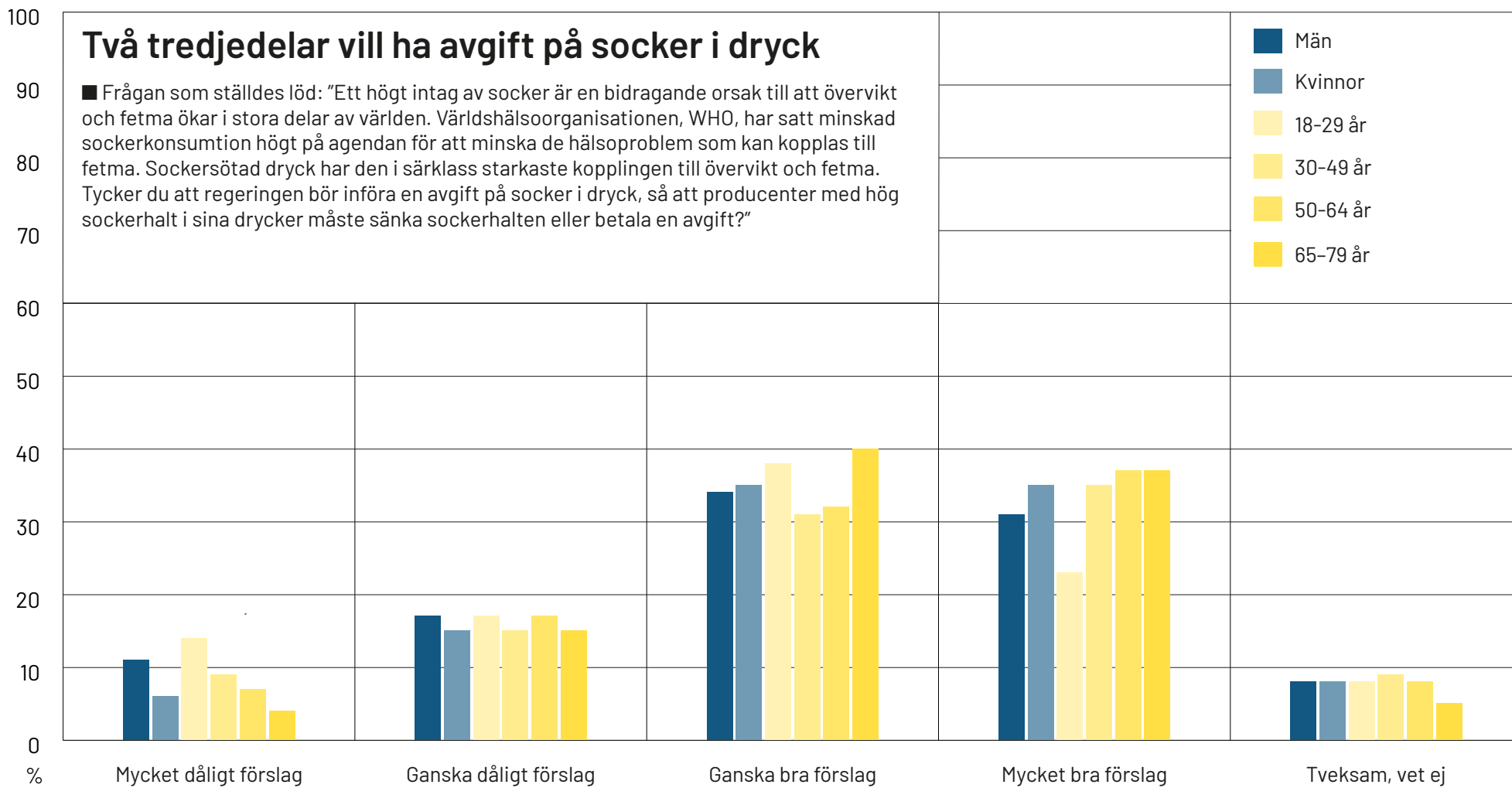
 **Skatt är en kostnadseffektiv policy som kan förbättra hälsan på nationell nivå. Genom att introducera skatt på sockersötad dryck kan länder minska konsumtionen av dessa drycker och minska risken för övervikt, obesitas, diabetes och andra relaterade sjukdomar**

Dr Kremlin Wickramasinghe, chef på WHO:s europeiska avdelning för förebyggande och kontroll av icke smittsamma sjukdomar



Producentavgiften har varit framgångsrik i Storbritannien. Den har lett till att producenter sänker sockermängden i sina drycker. Idag innehåller en Sprite i Storbritannien 6 sockerbitar. Samma läsk innehåller fortfarande 14 sockerbitar i Sverige.

Foto: Unsplash(montage)



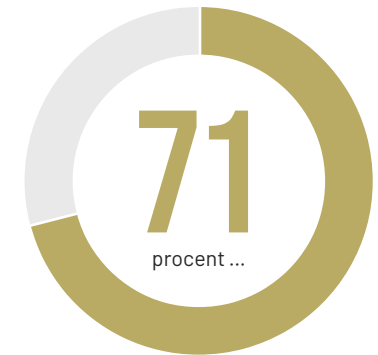
Förslag 5: Inför obligatorisk märkning av hälsosam och ohälsosam mat

Sedan 1960-talet har försäljningen av ohälsosam mat mer än fördubblats. Genom att använda mer märkning kan vi göra det lättare för konsumenterna att välja rätt. Därför bör regeringen ge Livsmedelsverket i uppdrag att ta fram förslag på obligatorisk märkning av både hälsosam och ohälsosam mat.

Livsmedelsbutiker står för 72 procent av den mat som konsumeras i Sverige. Butikerna erbjuder ett urval av både hälsosamma och ohälsosamma livsmedel. Forskning har visat att butikens utformning har en betydande påverkan på vilka varor vi väljer.

Försäljningen av ohälsosam mat har ökat dramatiskt de senaste årtiondena (med 142 procent sedan 1960-talet). Den ohälsosamma maten får i regel mer utrymme i butikerna än de mer hälsosamma alternativen.⁴⁷ I en tidigare rapport inom ramen för Folkhälsa för alla, gjordes målgruppsintervjuer med småbarnsföräldrar. Många upplevde att det är svårt att avgöra vilka varor som är nyttiga och inte när de ska handla.⁴⁸

Så tycker svenskarna



... tycker att regeringen bör införa obligatorisk märkning av hälsosamma livsmedel.

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

Forskningen stöder märkning

Tydliga och etablerade märkningar av hälsosam och ohälsosam mat på framsidan av produkter kan förse konsumenter med fakta som leder till att de kan ta informerade beslut om vilka livsmedel de vill köpa. Enligt WHO exponeras konsumenter generellt för kraftfull marknadsföring, framförallt av livsmedel som missgynnar en hälsosam konsumtion. Konsumenter exponeras även för inkonsekvent och vilseledande näringsinformation.

Utöver att möjliggöra för konsumenter att göra ett informerat val så kan regler för märkning också förebygga märkning som är falsk, vilseledande eller som kan skapa ett felaktigt intryck av livsmedlets egenskaper. För att fungera behöver märkningarna vara enkla, tydliga och inte för detaljerade, visar en systematisk översikt av studier på området.⁴⁹ Det primära målet med märkningarna är att hjälpa konsumenterna att göra ett medvetet val. Men en större effekt kan ligga i att producenterna ändrar sammansättningen i livsmedlet för att undvika den negativa märkningen.⁵⁰

Nyckelhålet ett steg på vägen

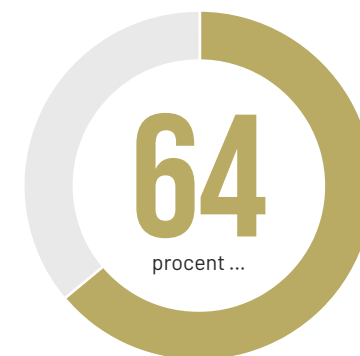
Sverige har sedan länge Nyckelhålet, en etablerad märkning för nyttigare val inom olika varukategorier med mindre socker och salt, mer fullkorn och fibrer samt nyttigare fett. Livsmedelsverkets undersökning visar att Nyckelhålet är en välkänd märkning som många uppger att de använder som ett verktyg för att välja mer hälsosamt.

En undersökning från 2023 visar att branschen är positiv till märkningen och att det finns potential för branschen att bidra, både i form av produktutveckling och i form av synliggörande och närvaro i butikerna.⁵¹ Även om Nyckelhålet har många positiva effekter finns utrymme till förbättring. Dels är märkningen inte obligatorisk och många hälsosamma val är därför inte märkta. Dessutom saknas en märkning som varnar för ohälsosamma produkter.

Enkel och tydlig märkning ger effekt

År 2016 införde Chile en obligatorisk varningsmärkning för mat med mycket socker, fett och salt. Utvärderingar har visat att märkningen lett till betydande minskningar i köpen av pro-

Så tycker svenskarna



... tycker att regeringen bör införa obligatorisk märkning av ohälsosamma livsmedel

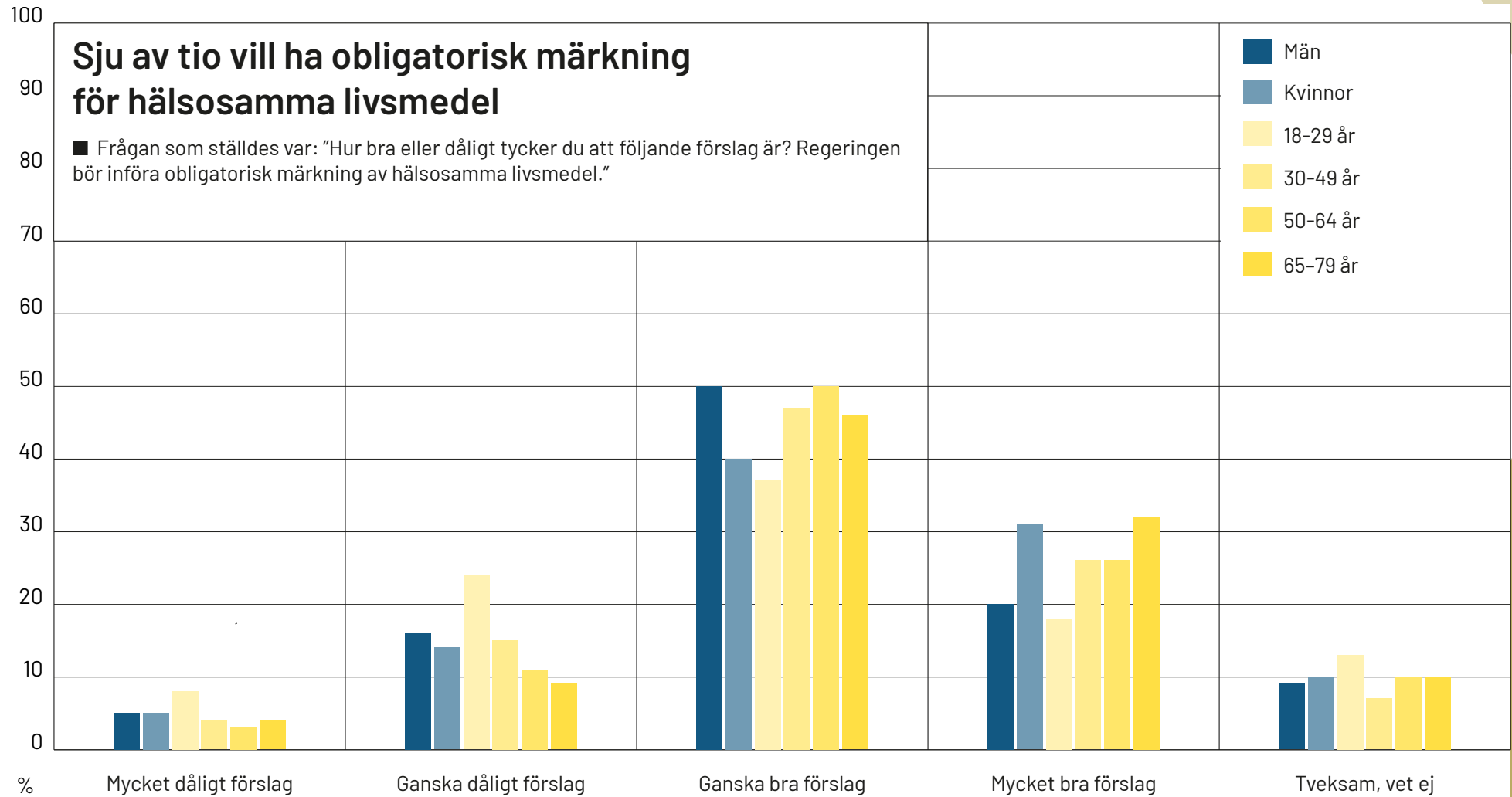
Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

dukter med varningsmärkningarna. För produkter med mycket salt sjönk konsumtionen 37 procent under perioden 2015–2017. För produkter med mättat fett sjönk den 16 procent och för produkter med socker 27 procent.⁵²

Vad tycker svenskarna?

Det finns ett starkt stöd bland svenskarna för märkning av livsmedel – både när det gäller att varna för ohälsosamma livsmedel och lyfta fram bra och hälsosam mat. Sju av tio svenskar (71 procent) tycker att regeringen bör införa en obligatorisk märkning av hälsosamma livsmedel. Endast var femte person är emot en märkning av hälsosamma livsmedel. Knappt två tredjedelar (64 procent) tycker även att regeringen bör införa en obligatorisk märkning för ohälsosamma livsmedel.





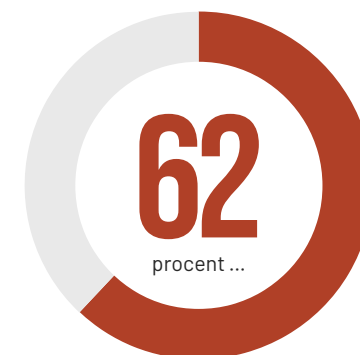
Förslag 6: Inför ett saltsänkingsprogram

Svenskarna äter i genomsnitt nästan dubbelt så mycket salt som rekommenderas, vilket ökar risken för hjärt-kärlsjukdom. Regeringen bör därför ge Livsmedelsverket i uppdrag att genomföra ett saltsänkingsprogram som ska få livsmedelsproducenter och restaurangbranschen att sänka salthalten i maten.

Sverige får vi i oss nästan dubbelt så mycket salt som de rekommenderade maximalt 6 gram per dag. En hög konsumtion av salt ökar risken för högt blodtryck, vilket i sin tur ökar risken för hjärt-kärlsjukdom och stroke. Ett för högt saltintag ligger bakom 10 procent av alla fall av stroke och 22 procent av ischemisk hjärtsjukdom i Sverige.⁵³

Omkring 70 procent av det salt vi konsumerar kommer från mat vi köper i butiken.⁵⁴ Saltet kommer från livsmedel som bröd, ost, kött och charkprodukter, färdigmat som soppa och såser och färdiga rätter. Även restaurangmat innehåller mycket salt. För att minska intaget av salt behöver livsmedelsproducenter och restauranger sänka salthalten, något som

Så tycker svenskarna



... av svenskarna vill att regeringen inför saltsänkingsprogram.

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

redan skett i många länder genom frivilliga saltsänkningsprogram. Dessa program sker i samarbete med livsmedelsbranschen, genom så kallade saltpartnerskap, som ofta leds av de ansvariga myndigheterna. I Sverige har vi ännu inte något saltsänkningsprogram.

Saltintaget i England minskade med 15 procent

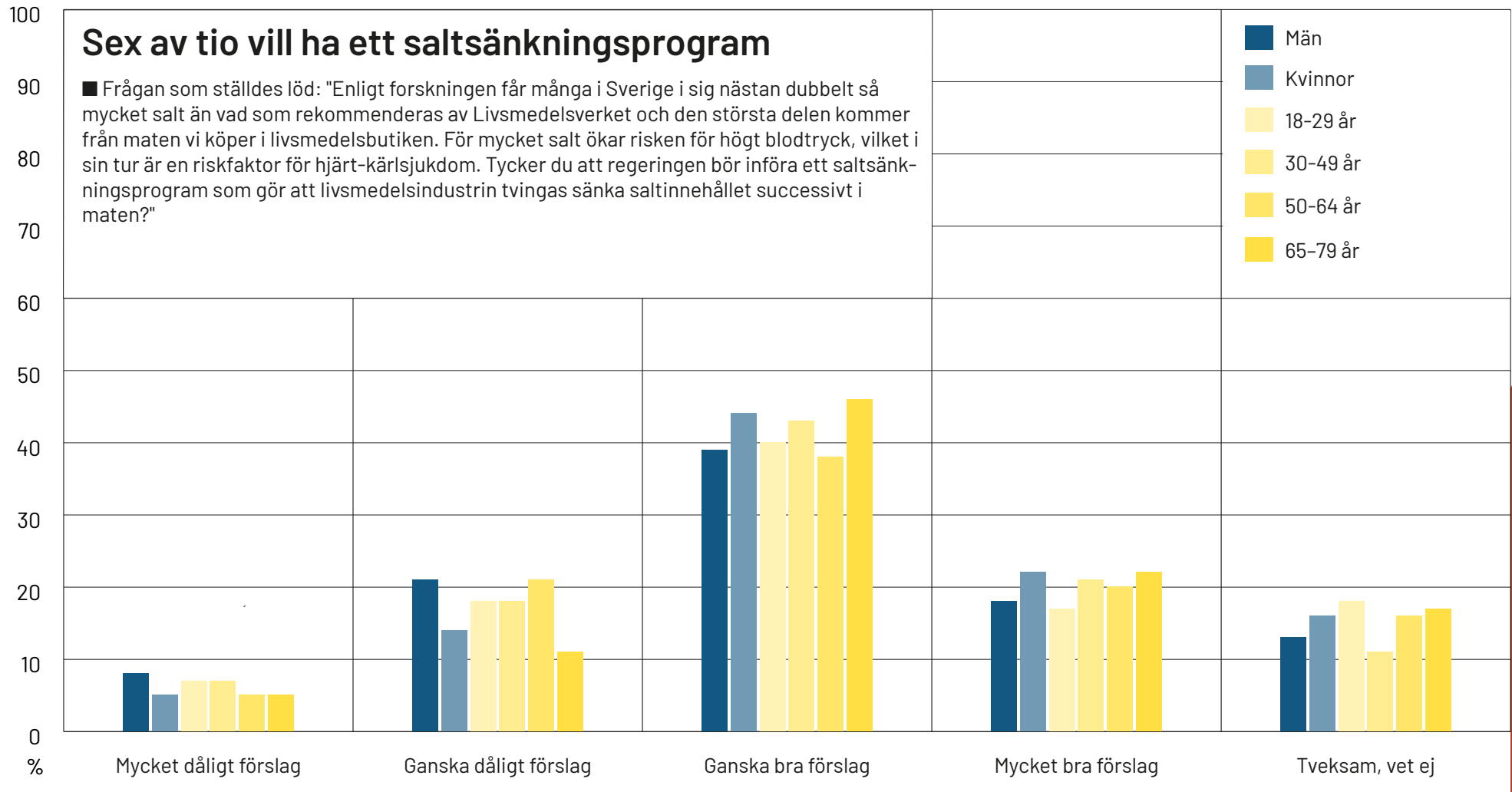
England blev 2003 ett av de första länder att införa ett saltsänkningsprogram, i syfte att motverka hjärt-kärlsjukdom.⁵⁵ Det genomsnittliga intaget av salt bland engelsmännen minskade med 15 procent under perioden 2000–2011, till följd av att livsmedelsföretagen sänkte saltinnehållet i olika livsmedel. Ett annat exempel på ambitiöst saltmål är Norges, där man siktar på att minska saltintaget hos befolkningen med 30 procent till 2025. I Finland använder man varningsmärkningar för höga salthalter.⁵⁶

WHO har i sin globala plan för att stoppa icke smittsamma sjukdomar med ett mål om att saltintaget ska minska med 30 procent till år 2025.⁵⁷ WHO har även identifierat ett antal effektiva strategier:

- **Att företag sänker saltinnehållet i livsmedel, så kallad reformulering, samt sätter upp mål för mängden salt i livsmedel och måltider.**
- **Krav på begränsat saltinnehåll vid upphandlingar inom offentliga måltider, som skola, sjukvård och äldreboenden.**
- **Märkning av livsmedel för att guida konsumenter till att välja produkter med mindre salt.**
- **Genomföra kommunikationsinsatser som medel för beteendeförändring.⁵⁸**

Vad tycker svenskarna?

Sex av tio svenskar (62 procent) vill att regeringen ska införa ett saltsänkningsprogram som gör att livsmedelsindustrin tvingas sänka saltinnehållet successivt i maten. Endast en fjärdedel (24 procent) tycker att förslaget om ett saltsänkningsprogram är ett dåligt förslag.

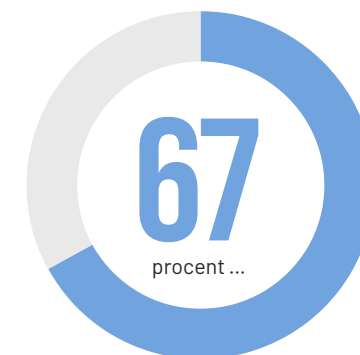


Förslag 7: Inför upphandlingsregler för försäljning av mat i skattefinansierade lokaler för barn och unga

I skolan måste maten enligt lag vara näringsriktig. Men i andra skattefinansierade lokaler, som exempelvis simhallar eller fritidsgårdar, finns inte motsvarande krav. Regeringen bör därför ge Livsmedelsverket i uppdrag att ta fram nationella riktlinjer för kommunal och regional upphandling för försäljning av mat i skattefinansierade lokaler där barn och unga vistas.

Det finns lagkrav på att måltiderna som serveras i skolan ska vara näringsriktiga. För skolmat finns även nationella riktlinjer som ska vägleda skolorna att erbjuda elever näringsriktig mat. I andra offentliga verksamheter där barn vistas, till exempel idrottshallar, simhallar, fritidsgårdar, bibliotek, science centres och kulturhus, saknas liknande riktlinjer. Utbudet i dessa lokaler består ofta av ohälsosamma alternativ som

Så tycker svenskarna




... vill att regeringen inför upphandlingsregler som främjar hälsosam mat i offentliga verksamheter.

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

innehåller mycket energi, socker och mättade fetter, såsom godis, bakverk, glass, läsk och chips.

Barn och ungas näringsintag formas i hög grad av matmiljön omkring dem. Tillgänglighet och utbud är två av faktorerna som formar matmiljön. Det innebär att utbudet i offentliga verksamheter har en direkt påverkan på barn och ungas preferenser och näringsintag. Genom att primärt sälja ohälsosamma livsmedel i offentliga verksamheter får både barn och föräldrar signaler om att detta är fullgoda mellanmål.⁵⁹

Offentlig upphandling används för att nå en mängd olika mål i Sverige, men hälsoperspektivet får inte tillräckligt med utrymme. I regeringens livsmedelsstrategi lyfts exempelvis hur offentlig upphandling kan bidra till att nå mål om djurskydd och miljö, men hälsa nämns överhuvudtaget inte.⁶⁰ Om regeringen vill nå målet med att sluta hälsoklyftorna inom en generation är därför upphandlingsregler för hälsosammare utbud ett viktigt område att se över.

 *Jag brukar köpa en kaffe på kaféet i simhallen så vi kan sitta där och jag smusslar med lite medhavd fika. Det finns bara slush, glass och onyttiga alternativ att köpa*

Citat förälder ur Växa med hälsa - VG Regionen

Utbudet gör det svårt att välja rätt

En kandidatuppsats från Karolinska Institutet undersökte utbudet i åtta simhallar i Stockholmsområdet. Resultaten visade att ingen produkt på caféerna i simhallarna var Nyckelhålmärkt och endast två maträtter kunde klassas som hälsosamma enligt protokollet. Endast fem av åtta simhallar i Stockholm sålde frukt. Av godis och choklad fanns däremot ett stort utbud i samtliga undersökta simhallar. Styrande dokument för utbudet i de undersökta simhallarna saknades.⁶¹

Politiken har stora möjligheter att styra utbudet

En kartläggning från Livsmedelsverket 2018 visade att strax över 80 procent av kommunerna hade en måltidspolicy för måltiderna i förskolan, grundskolan och på äldreboenden och ungefär 90 procent av dessa var politiskt beslutade.⁶² WHO rekommenderar stater att använda policy för hälsosam offentlig upphandling av måltider och mellanmål i fler verksamheter. En sådan policy ska fastställa näringskriterier för att öka tillgängligheten till mat och dryck som främjar en hälsosam konsumtion, eller begränsar tillgängligheten till ohälsosam mat och dryck. Enligt WHO skulle sådana policys kunna bidra till att öka jämlikheten i hälsa hos befolkningen.⁶³

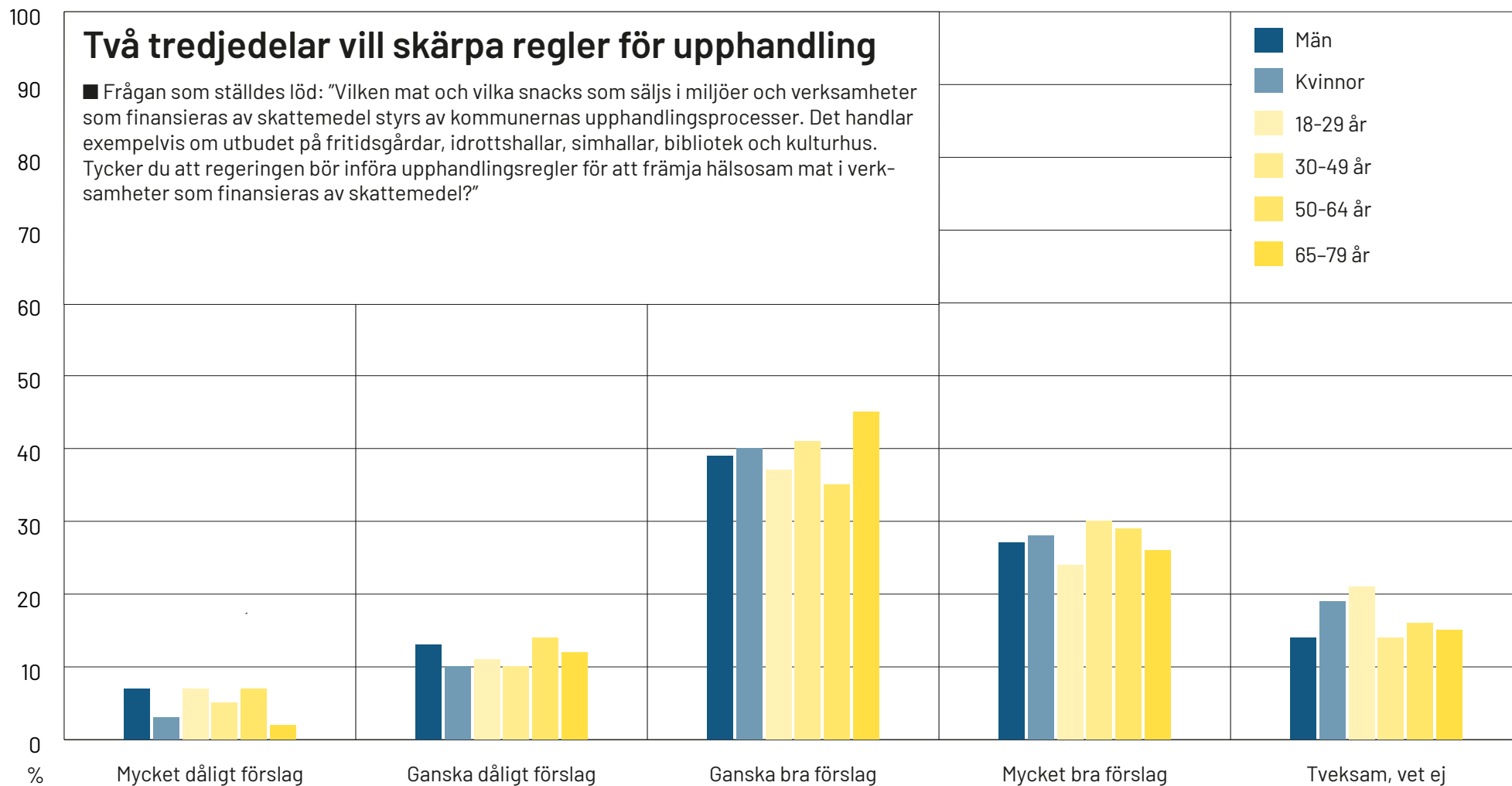
Det offentliga har goda möjligheter att styra utbudet i miljöer och verksamheter som finansieras av skattemedel. Denna möjlighet utnyttjas idag inte fullt ut, och det saknas nationella målsättningar för hur skattefinansierade verksamheter för barn och unga kan bidra till hållbar konsumtion. Dessa miljöer är också viktiga i att förskjuta normer av vad som är lämpligt att äta till mellanmål eller middag.

Livsmedelsverket bör därför få i uppdrag att utfärda nationella riktlinjer samt upprätta ett uppföljningsprogram för utbudet av mat i skattefinansierade miljöer för barn och unga.

Vad tycker svenskarna?

Drygt två tredjedelar av svenskarna (67 procent) vill att regeringen inför upphandlingsregler som främjar hälsosam mat i offentliga verksamheter. Endast var sjätte svensk (17 procent) tycker att förslaget om upphandlingsregler för hälsosam mat i offentliga verksamheter är en dålig idé.





Förslag 8: Förbjud flerköpserbudanden av ohälsosamma livsmedel och främja kampanjer för hälsosam mat

Genom lockpriser och mängdrabatter luras vi att köpa ohälsosam mat. Samtidigt visar undersökningar att det går att öka försäljningen av hälsosamma livsmedel i dagligvaruhandeln genom att öka marknadsföringen av nyttiga alternativ. Regeringen bör utreda hur flerköpserbudanden av ohälsosamma livsmedel kan förbjudas för att främja kampanjer på hälsosam mat.

Vi möter dem i mataffären, i kiosken och i reklamblad – erbjudanden av typen: "Ta tre, betala för två". Dessa erbjudanden rör sällan frukt och grönsaker, utan oftare godis, choklad, snacks eller läsk. Runt hälften av matvarorna som är på erbjudande hos livsmedelskedjorna är ohälsosamma, med högt innehåll av fett, socker och salt.⁶⁴


Så tycker svenskarna



... vill förbjuda flerköpserbudanden för ohälsosamma livsmedel, tex "ta 3, betala för 2".

Källa: Verian (fd Kantar Sifo)

Av dessa erbjudanden för ohälsosamma livsmedel var fyra av fem flerköpserbjudanden. En studie från Göteborgs universitet visar att två tredjedelar av mataffärernas veckoblad upptogs av ohälsosam mat.⁶⁵ Vilka varor som marknadsförs har stor inverkan på vilka varor vi väljer och vad vi konsumerar, och barn är särskilt mottagliga.⁶⁶

 *Det finns ju erbjudanden. Och så kan man ju vara sugen på en påse chips ibland. Och om det finns "2 för 49" eller vad det är, och då köper man två påsar istället för en. För att spara."*

/Barn i Gävle, från rapporten In Your Face från UNICEF Sverige och Hjärt-Lungfonden 2022

En undersökning som genomförts av Karolinska Institutet på uppdrag av Hjärt-Lungfonden och Unicef Sverige visar att cirka 80 procent av de annonser och budskap om mat som möter unga rör ohälsosamma livsmedel.⁶⁷ Undersökningen visade att en av fyra av dessa annonser illustrerade rabatter eller erbjudanden av typen "köp 3 betala för 2". Dessa typer av säljstrategier kopplas till impulsköp, som kan leda till överkonsumtion av ohälsosam mat.⁶⁸ Av alla specialerbjudanden i undersökningen var 74 procent för ohälsosamma livsmedel såsom energidrycker, sockersötade drycker, godis och glass. Observationen är i linje med annan aktuell forskning på området och bekräftar effektiviteten av denna typ av marknadsföringsstrategier mot barn och unga.⁶⁹ I Livsmedelsverkets rapport⁷⁰ där man analyserat förslaget om priskampanjer som multiköp konstateras att det är troligt att en reglering skulle leda till lägre konsumtion av livsmedel som är ohälsosamma. Därför behöver mer fokus läggas på dessa typer av erbjudanden i framtida lagförändringar och forskningsinsatser kring matreklam.

Reklam och erbjudanden har stor påverkan

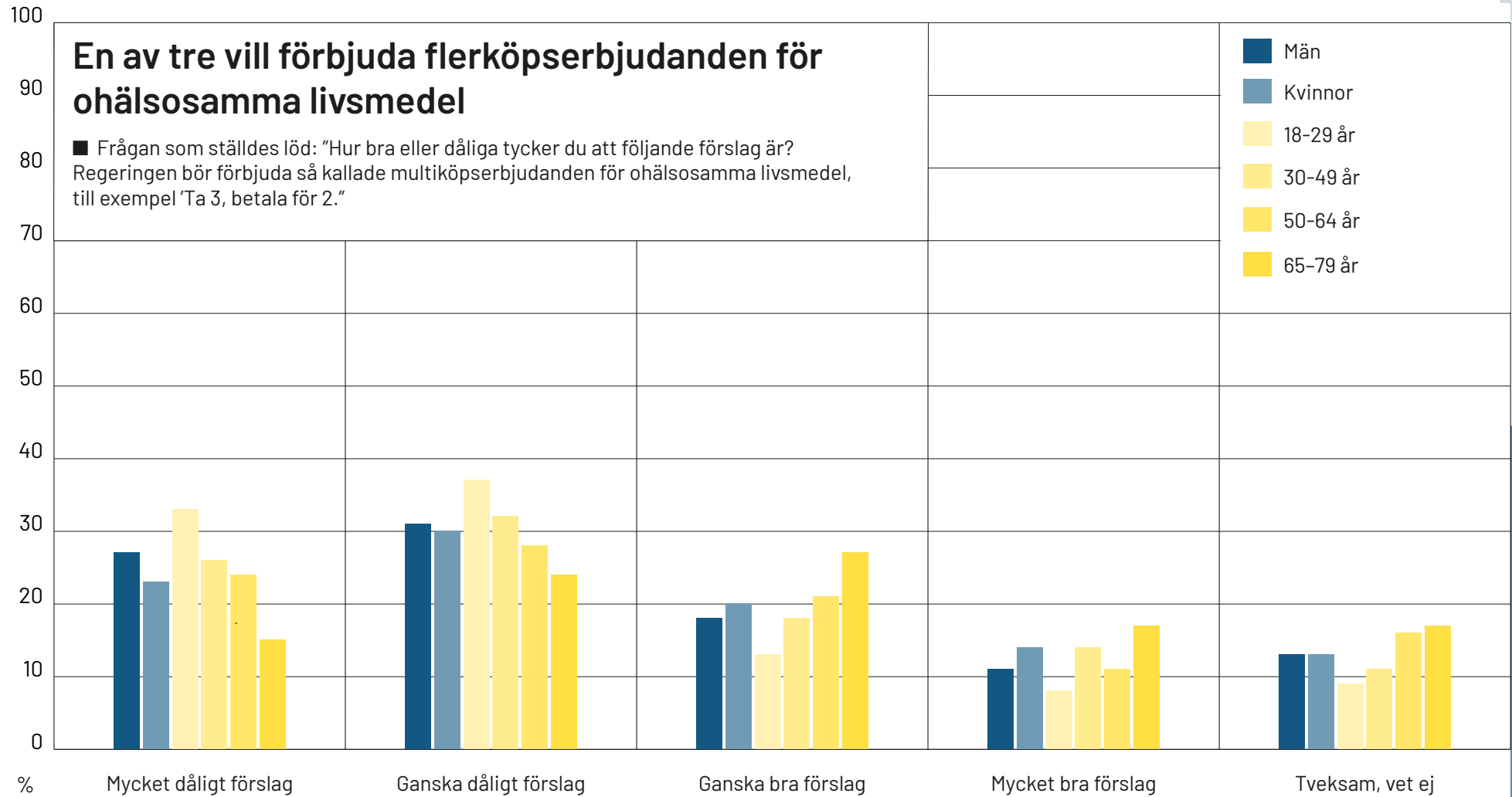
Storbritannien har föreslagit en lagstiftning mot lockpriser och attraktiv varuplacering för ohälsosamma livsmedel. Regleringen innebär exempelvis att flerköpserbjudanden inte

kommer att tillåtas för produkter med högt innehåll av socker, fett och salt. Dessutom ska dessa varor inte få placeras vid butiksingångar, vid kassor eller vid gångarnas kortsidor. Motivet är att underlätta för konsumenter att göra mer hälsosamma val när de handlar, eftersom butiker i dagsläget ofta lockar till köp som går rakt emot nationella kostråd.⁷¹

För att ta reda på hur butiksmiljön kan påverka barnfamiljer att göra mer hälsosamma val i matbutiken har Hjärt-Lungfonden och Cancerfonden gett Nordic Behaviour Group i uppdrag att göra en undersökning med beteendeförändrande insatser i tre livsmedelsbutiker. Undersökningen testade flera olika tekniker för att öka försäljningen av nyttigare bröd, bland annat placering, skyltning och sänkt pris. Resultaten av undersökningen visade att försäljningen av ett hälsosamt Nyckelhålmärkt bröd ökade med 198 procent genom att framhäva produkten och ge rabatt.⁷²

Vad tycker svenskarna?

Vår opinionsundersökning visar att ungefär en tredjedel av svenskarna (32 procent) vill förbjuda flerköpserbudanden för ohälsosamma livsmedel av typen "ta 3, betala för 2". Drygt hälften, 55 procent, tycker att ett förbud mot flerköpserbudanden är ett dåligt förslag.





Varje dag exponeras vi för en mängd olika erbjudanden och matriklam på olika platser, direkt och indirekt, både online och offline. Detta har stor påverkan både på vår syn på mat och på våra matvanor.

ILLUSTRATION: JENS MAGNUSSON

NOTER

- 01 [Folkhälsoguiden, Region Stockholm](#)
- 02 [Kopplingen mellan levnadsvanor och hjärt-kärlsjukdom i Sverige, IHE Rapport 2021:5](#)
- 03 [Cancer i Sverige – hur mycket beror på påverkbara riskfaktorer, IHE Rapport 202:9](#)
- 04 [Kostnader för cancer idag och år 2060, IHE Rapport 2016:1](#)
- 05 [Kopplingen mellan levnadsvanor och hjärt-kärlsjukdom i Sverige, IHE Rapport 2021:5](#)
- 06 ["En hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion – Återredovisning av regeringsuppdrag". Folkhälsomyndigheten och Livsmedelsverket, 2024](#)
- 07 [Uppdrag om insatser för hållbar och hälsosam livsmedelskonsumtion](#)
- 08 Juul F, Hemmingsson E. Trends in consumption of ultra-processed foods and obesity in Sweden between 1960 and 2010. *Public Health Nutr.* 2015 Dec;18(17):3096-107
- 09 [Nordic Nutrition Recommendations 2023, Nordiska rådet och Nordiska ministerrådet](#)
- 10 [Folkhälsomyndigheten, Negativ utveckling av övervikt och fetma i 40 år bland både barn och vuxna – Folkhälsomyndigheten](#)
- 11 [Riksmaten Ungdom, Livsmedelsverket](#)
- 12 [Hälsa – Resultat för uppföljningen av övergripande indikatorer på hälsa, Folkhälsomyndigheten 2023](#)
- 13 [Statistik om övervikt och fetma hos barn 6–10 år, Folkhälsomyndigheten 2023](#)
- 14 Russell SJ, Croker H, Viner RM. The effect of screen advertising on children's dietary intake: A systematic review and meta-analysis. *Obes Rev Off J Int Assoc Study Obes.* 2019 Apr;20(4):554–68.
- 15 [In Your Face, rapport från UNICEF Sverige och Hjärt-Lungfonden 2022](#)
- 16 [Usunde fødevarer i hobetæl på sociale medier, Hjerteforeningen 2023](#)
- 17 [Nasjonal strategi for utjamning av sosiale helseforskjellar, Helse- og omsorgsdepartementet 2023](#)
- 18 Chung A, Zorbas C, Riesenber D, Sartori A, Kennington K, Ananthapavan J, Backholer K. Policies to restrict unhealthy food and beverage advertising in outdoor spaces and on publicly owned assets: A scoping review of the literature. *Obesity reviews* 2022;23e13386. doi:10.1111/obr.13386.
- 19 [Changes in household food and drink purchases following restrictions on the advertisement of high fat, salt, and sugar products across the Transport for London network: A controlled interrupted time series analysis, Plos Medicine 2022](#)
- 20 [Barnkonventionen, FN](#)
- 21 [Policies to protect children from the harmful impact of food marketing: WHO guideline, 2023](#)
- 22 [En analys av några offentliga styrmedel för bättre matvanor, Statskontoret 2019:10](#)
- 23 [EU \(2014\), EU Action Plan on Childhood Obesity 2014–2020](#)
- 24 Riksmaten 2010/11 och Riksmaten ungdom 2016/17
- 25 [Uppdrag om att förbättra barns och ungas livsmedelskonsumtion med särskilt fokus på socioekonomiska skillnader, Regeringsbeslut S2022/02969](#)
- 26 [Policies and interventions to improve the nutritional intake and physical activity levels of Europeans, European Commission 2018](#)
- 27 [Fiscal policies to promote healthy diets: policy brief, WHO 2022](#)
- 28 Itria A, Borges SS, Rinaldi AEM, Nucci LB, Enes CC. 2021. "Taxing sugar-sweetened beverages as a policy to reduce overweight and obesity in countries of different income classifications: A systematic review." *Public Health Nutrition* 24(16), 5550-5560. DOI: 10.1017/S1368980021002901.
- 29 Torre SBD, Moullet C, Chaparro CJ. 2022. "Impact of Measures Aiming to Reduce Sugar Intake in the General Population and their Implementation in Europe: A Scoping Review." *International Journal of Public Health.* Volume 66.
- 30 Niebyski ML, Redburn KA, Duhaney T, Campbell NR. 2015. "Healthy food subsidies and unhealthy food taxation: A systematic review of the evidence. *Nutrition*

- 31 [Fiscal policies to promote healthy diets: policy brief, WHO 2022](#)
- 32 [Medborgarpanel Hållbar Livsmedelskonsumtion, Livsmedelsverket 2023.](#)
- 33 [Livsmedelskonsumtion och näringsinnehåll. Uppgifter till och med 2021, Jordbruksverket](#)
- 34 [Matutbudet i ungdomars vardag, Livsmedelsverket 2021:07](#)
- 35 [Riksmaten Ungdom 2017-2017, Livsmedelsverket](#)
- 36 [Socioekonomiska skillnader i matvanor i Sverige, Livsmedelsverket 2016:9](#)
- 37 [Tolerable upper intake level for dietary sugars, EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens \(NDA\), 2021](#)
- 38 [Övervikt och obesitas, Cancerfonden](#)
- 39 [The Global SSB Tax Database, The World Bank 2023](#)
- 40 [WHO manual on sugar-sweetened beverage taxation policies to promote healthy diets, WHO 2022](#)
- 41 [Policies and interventions to improve the nutrition intake and physical activity levels of Europeans, European Commission 2018](#)
- 42 [Effective policies to promote sugar reduction in soft drinks: lessons from a comparison of six European countries, European Journal of Public Health 2023](#)
- 43 Backholer K, Sarink D, Beauchamp A, Keating C, Loh V, Ball K, Martin J, Peeters A. 2016, "The impact of tax on sugar-sweetened beverages according to socio-economic position: a systematic review of the evidence." Public Health Nutrition 19(17), 3070-3084. DOI: 10.1017/S136898001600104X
- 44 [Socioekonomiska skillnader i matvanor i Sverige, Livsmedelsverket Rapport 9-2016](#)
- 45 [Impact of the announcement and implementation of the UK Soft Drinks Industry Levy on sugar content, price, product size and number of available soft drinks in the UK, 2015-19: A controlled interrupted time series analysis, Plos Medicine 2020](#)
- 46 [Labelling changes in response to a tax on sugar-sweetened beverages, United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, Bull World Health Organ 2019](#)
- 47 [Nutrition Labelling Policy Brief, WHO 2022](#)
- 48 [Lättare val för folkhälsan, Folkhälsa för alla 2023](#)
- 49 [That's My Cue to Eat: A Systematic Review of the Persuasiveness of Front-of-Pack Cues on Food Packages for Children vs. Adults, Nutrients 2020](#)
- 50 [A Meta-Analysis of Food Labeling Effects on Consumer Diet Behaviors and Industry Practices, American Journal of Preventive Medicine 2018](#)
- 51 [Nyckelhålets potential - En utvärdering av Ipsos, Livsmedelsverket 2023](#)
- 52 [Changes in food purchases after the Chilean policies on food labelling, marketing, and sales in schools: a before and after study, The Lancet Planetary Health 2021](#)
- 53 [Kopplingen mellan levnadsvanor och hjärt-kärlsjukdom i Sverige, IHE Rapport 2021:5](#)
- 54 [Syna saltet!, Livsmedelsverket 2023](#)
- 55 [Impact of the 2003 to 2018 Population Salt Intake Reduction Program in England A Modeling Study, Hypertension 2021](#)
- 56 [Andra länders insatser för att minska befolkningens intag av salt, Livsmedelsverkets rapport L 2022 nr 02](#)
- 57 [Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases 2013-2020, WHO 2013](#)
- 58 [WHO global report on sodium intake reduction, WHO 2023](#)
- 59 [Styrmedel för en hälsosam livsmedelskonsumtion, Livsmedelsverket rapport L-2022 nr 19](#)
- 60 [En livsmedelsstrategi för Sverige - fler jobb och hållbar tillväxt i hela landet, Proposition 2016/17:104](#)
- 61 [Simhallar främjar hälsan - men inte hela vägen, Livsmedelsverket 2023](#)
- 62 [Styrmedel för en hälsosam livsmedelskonsumtion, Livsmedelsverket rapport L-2022 nr 19](#)
- 63 [Healthy public food procurement and service policies, WHO 2022](#)
- 64 [Swedish Supermarkets and the Promotion of Unhealthy Food, Reformaten 2022](#)
- 65 [Onyttig mat dominerade matbutikens reklamblad, Göteborgs universitet 2023](#)
- 66 [Matmiljöns betydelse för vår hälsa, Folkhälsomyndigheten 2021](#)
- 67 [In Your Face, rapport från UNICEF Sverige och Hjärt-Lungfonden 2022](#)
- 68 Furey S. Food promotions and the cost of a healthy diet. Proc Nutr Soc. 2022 May;81(2):126-33
- 69 Boyland E, McGale L, Maden M, Hounsome J, Boland A, Angus K, et al. Association of Food and Nonalcoholic Beverage Marketing With Children and Adolescents' Eating Behaviors and Health: A Systematic Review and Meta-analysis. JAMA Pediatr. 2022 Jul 1;176(7):e221037.
- 70 [En nationalekonomisk analys av ett urval av styrmedel för en hälsosam livsmedelskonsumtion](#)
- 71 [Restricting promotions of products high in fat, sugar or salt by location and by volume price: implementation guidance, Department of Health and Social Care 2023](#)
- 72 [Lättare val för folkhälsan, Folkhälsa för alla 2023](#)