



## NYHETSBREV - SALTPARTNERSKAPET 1/2017

---

Dette brevet går til Saltpartnerskapets partnere og inneholder informasjon om partnerskapets fremdrift og annet relevant fagstoff. Kategorier og temaer i nyhetsbrevene vil variere. Nyhetsbrevet publiseres to ganger i halvåret.

### Saltseminar 16. november 2016



Helsedirektoratet, «En sunnere matpakke» og SaltNett inviterte til felles høstseminar om salt og saltreduksjon på Gamle Museet, Oslo. Takk til alle partnere som bidro med inspirerende foredrag og appeller. Programmet besto av norske og internasjonale erfaringer med saltpartnerskap, merking og analyse, erfaringer med saltreduksjon i praksis, og veien videre. Santa Maria, Nestlé, Mesterbakeren og Kavli tilbød smaksprøver på saltreduerte produkter.

Leo Nederveen representerte WHO og fortalte om internasjonalt saltreduksjonsarbeid gjennom [Shake the salt habit](http://who.int) (who.int). Han ble imponert over Norges arbeid med saltpartnerskap. Myndighetene fra Danmark og Sverige var til stede for å høre om vårt arbeid.

Artikkelen *Bredt engasjement for saltreduksjon*, publisert i Go' mornning nr. 4 2016 (s. 6-7), gir en oppsummering av dagen: [animalia.no/saltreduksjon](http://animalia.no/saltreduksjon). Deltakerne har fått tilgang på presentasjonene fra dagen via Dropbox. Ta kontakt per e-post ved behov for alternativ tilgang ([anna.naume.solem@helsedir.no](mailto:anna.naume.solem@helsedir.no)).

### Siste nytt fra partnerne

62 aktører har nå signert intensjonsavtalen om 15 prosent reduksjon av saltinntaket i befolkningen innen 2018. Bedrift nr. 62 signerte i november 2016. Vi ønsker Slåtto Marketing AS velkommen som partner!

Det er fremdeles anledning til å bli medlem av Saltpartnerskapet. Les mer om partnerskapet på [saltpartnerskapets nettsider](http://saltpartnerskapets.nettsider).

**Kontaktperson:** Anna Naume Solem, e-post: [anna.naume.solem@helsedir.no](mailto:anna.naume.solem@helsedir.no)

## Ny logo

Ny logo for Saltpartnerskapet ble ferdigstilt høsten 2016. Logoen kan brukes av alle partnerne i Saltpartnerskapet for å illustrere at de er en del av arbeidet for å redusere saltinntaket. Den kan brukes på web, trykk, i mailsignatur og på powerpointpresentasjoner. Logoen kan ikke kobles til enkeltprodukter i kommersiell kommunikasjon.

Få logo og mal for powerpointpresentasjon tilsendt per e-post fra Helsedirektoratet.

**Kontaktperson:** Anna Naume Solem, e-post: [anna.naume.solem@helsedir.no](mailto:anna.naume.solem@helsedir.no)



## Saltskolen

Serveringsbransjen utgjør en viktig del av Saltpartnerskapet ved å tilby forbrukere smaksrik og spennende mat med mindre salt. Som ledd i arbeidet har Serveringsgruppen utviklet Saltskolen. Saltskolen er til bruk for alle aktører i serveringsbransjens saltreduksjonsarbeid og består av:

- en powerpoint-presentasjon med fakta, ideer og lenker om saltreduksjon.
- «salttesten», som er et enkelt opplegg for å teste ulike saltkonsentrasjoner. Den er utviklet i samarbeid forskningsmiljøer.

Saltskolen kan gjennomgås i sin helhet, eller enkeltvis, ut ifra hva som passer inn i interne opplæringsrutiner og – systemer. Dere finner Saltskolen under Saltpartnerskapet på [helsedirektoratet.no](http://helsedirektoratet.no). Sjekklistene for bruk av salt i ulike serveringssteder er også viktige verktøy i saltreduksjonsarbeidet.

**Kontaktperson:** Hanne Kristin Larsen, e-post: [hanne.kristin.larsen@helsedir.no](mailto:hanne.kristin.larsen@helsedir.no)

## Kommunikasjon om salt, Helsedirektoratet

Kommunikasjonen har som mål å øke kunnskapen om helsekonsekvenser og saltkilder i befolkningen, samt å synliggjøre hvilke grep folk selv kan gjøre for å redusere eget saltinntak når de handler, er hjemme og ute. Den skal også bidra til at befolkningen bruker forbrukermakten og etterspør produkter med mindre salt.

I 2017 legger Helsedirektoratet opp til sesongrelevante kommunikasjonstopper og kontinuerlig tilstedeværelse gjennom PR og sosiale medier. I tillegg er de nordiske landene i gang med å planlegge felles kommunikasjon.

20. – 26. mars arrangeres [World Salt Awareness Week 2017](#). Temaet er 'Salt: The Forgotten Killer'. Helsedirektoratet vil koble seg på denne PR-knaggen i sosiale medier og gjennom PR, og oppfordrer flere til å gjøre det samme.

Helsedirektoratets kanaler i sosiale medier er [www.facebook.com/smaagrep](http://www.facebook.com/smaagrep) og Instagram: @kosthold. I år var *Små grep, stor forskjell* finalist i kategorien Årets Facebook page i Social Media Awards!

## Kampanje Nøkkelhullet

**4. februar** startet ny Nøkkelhullkampanje. Kampanjen har, som i 2016, mål om å styrke forbrukernes tillit til Nøkkelhullet gjennom å fokusere på at kriteriene for nøkkelhullsmerkede matvarer er skjerpet. Kampanjen varer i to uker.

**Kampanjen kjøres på** TV, web, søk, sosiale medier, utendørs boards og PR. I tillegg rettes kommunikasjon mot helsetjenester og frisklivssentraler.

**Kampanjesider:** [helsenorge.no/nøkkelhullet](http://helsenorge.no/nøkkelhullet)

**Kampanjefilmer:** <https://fil.email/tikkT> - del gjerne i egne kanaler!

**Innsikt:** Nye tall på Nøkkelhullet fra årlige forbrukerundersøkelser viser at 97 prosent kjenner til Nøkkelhullet, og siden 2014 har tilliten til merket økt. 2 av 3 opplever Nøkkelhullet som en god merkeordning. Andelen som vet at det er myndighetene som står bak merket, har økt fra 50 prosent til 60 prosent siden 2014. Nye tall på kjennskap og tillit til kostrådene ventes i løpet av februar.

**Kontaktperson kampanjer:** Anita Thorolvsen Munch, e-post: [Anita.Thorolvsen.Munch@helsedir.no](mailto:Anita.Thorolvsen.Munch@helsedir.no)

**Kontaktperson presse:** Live Bøe Henriksen, e-post: [Live.Boe.Johannessen@helsedir.no](mailto:Live.Boe.Johannessen@helsedir.no)

## Saltreduksjon i praksis – ikke så vanskelig

De siste ukene har Matkontrollen lagt opp til saltreduksjon i praksis:

[Så lett halverte TV 2–Solveig saltforbruket](#) (tv2.no).

Bent Høie ble utfordret til [å gå en hel uke nesten uten salt](#) (tv2.no).

## Signert intensjonsavtale for sunnere mat

**6. desember 2016** ble intensjonsavtale om tilrettelegging for et sunnere kosthold mellom matbransjen og helsemyndighetene signert av helse- og omsorgsminister Bent Høie, NHO Mat og drikke, NHO Handel, Virke Dagligvare, Coop Norge SA, Sjømat Norge og Norges Frukt- og Grønnsak-Grossisters Forbund.

Mange bedrifter forpliktet seg til målene i intensjonsavtalen ved å signere en tilslutningsavtale. Til nå har disse aktørene signert tilslutningsavtalen: BAMA, Grilstad, Kolonial.no, Mills, Rema 1000, Nestlé, Norgesgruppen, Norgesmøllene, Nortura, Orkla TINE, Lerøy Seafood, Marked.no, Germann

Vervik Eftf., Meum Frukt og Grønt og T.L. Måkestad. I avtalen forplikter partene seg til å arbeide mot følgende felles mål:

- Gjennomsnittlig inntak av tilsatt sukker skal reduseres med minst 12,5 prosent per person innen 2021. Det betyr en reduksjon til nærmere 11 energiprosent innen 2021. Inntaket var på 13 energiprosent i 2013.
- Gjennomsnittlig inntak av mettet fett skal ned til 13 energiprosent innen 2018. Inntaket var på 14 energiprosent i 2015.
- Gjennomsnittlig inntak av salt skal ned til 8 gram per person per dag innen 2021. Inntaket var på 10 gram i 2010.
- At inntaket av sunne matvarer som frukt grønnsaker og fisk øker.

Les mer på [regjeringen.no](http://regjeringen.no).

**Kontaktperson:** Anniken Owren Aarum, e-post: [Anniken.Owren.Aarum@helsedir.no](mailto:Anniken.Owren.Aarum@helsedir.no)

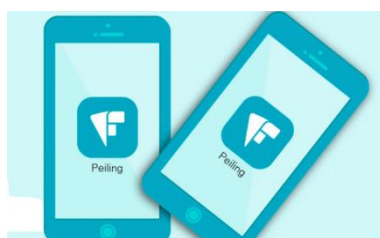
## Lansering av ny handlingsplan for bedre kosthold

Handlingsplanen (2017 – 2021) lanseres 7. mars 2017 på Måltidets hus i Stavanger, av helseminister Bent Høie. For mer informasjon og påmelding: [maaltidetshus.no](http://maaltidetshus.no).

## «Peiling» - ny dagligvareapp fra Forbrukerrådet

Forbrukerrådets nye app, «Peiling», skal gjøre det enklere å handle og å få oversikt over hva handlekurven faktisk inneholder.

Forbrukeren krysser av på innhold, det være seg sukker, fett, energi, protein, salt eller karbohydrater. Appen holder så oversikt over inntaket og gjør det lettere å leve litt sunnere. Det kan også krysses av for allergener og ulike merkeordninger, slik som Fairtrade, Ø-merket, Nøkkelhullet og Nyt Norge. Ved å søke opp produktet eller skanne strekkoden, gir appen forbrukeren beskjed om produktet inneholder noe man ikke kan eller vil spise.



«Peiling» kan brukes både før og under handleturen: I butikken skanner man matvaren, og får fullt næringsinnhold og allergeninformasjon opp på skjermen. I forkant kan man søke opp konkrete matvarer man er på utkikk etter, f.eks. varer med sjeldne ingredienser, gluten- eller laktosefrie. Appen finner hvilken butikk i nærområdet som fører den aktuelle matvaren.

«Peiling» gratis og reklamefri. Den kan lastes ned i Apple Store eller Google Play. Gå inn på [forbrukerradet.no/peiling](http://forbrukerradet.no/peiling) for mer informasjon.

**Har du saker til neste nyhetsbrev?** Ta kontakt med redaksjonen ved Ellen Hovland, Kaja Lund-Iversen, Helle Christensen og Anna N. Solem. **Kontaktadresse:** [anna.naume.solem@helsedir.no](mailto:anna.naume.solem@helsedir.no).