

Riv matpyramiden!

Vi behöver mer fokus på hälsa och hållbar mat.

I din hand håller du kort information om Coops initiativ "Riv Matpyramiden" samt färsk fakta om våra matvanor i Sverige och hur de förhåller sig till rekommendationer och den matpyramid som presenterades av KF redan 1974. Dåvarande pyramid visade inte bara vad, utan också hur mycket av baslivsmedlen, d.v.s. kolhydratlika livsmedel som potatis och mejeriprodukter, man skulle äta för att få balans i kosten till priser som alla hade råd med. Matpyramiden togs fram för att skapa en enklare modell för VAD man skulle äta, då tydliga myndighetsråd och vägledning var bristfällig.

Resultatet av hur vi äter idag är tydligt, tyvärr följer inte svenska folket matpyramidens rekommendationer. Dessutom har det tillkommit en helt ny pyramid för tomma kalorier som står för hela 30%, som inte ens fanns med för 40 år sedan! Därför måste vi ta nya tag. Coop vill göra det tillsammans med dig, med hälsa och hållbar mat i fokus.

Coop samlar som en början några ledande experter och myndigheter till ett samtal om vad som kommer krävas av matbranschen i framtiden och vad som kommer efter 1974 års matpyramid. Vad detta nya fokus innebär och den aktuella undersökningen kan du ta del av på de kommande sidorna.

Varför hälsa och hållbarhet

Det svenska samhället har stora utmaningar vad gäller matkonsumtion. Vi är ett av de länder där fetma ökar mest. Hälften av alla svenskar är feta eller överviktiga. Vi sitter för mycket, sittande kan liknas vid vår tids rökning. Svenskar äter dubbelt så mycket salt som rekommenderas och vi har en överkonsumtion av socker och fel sorts fett.

Vi ser samtidigt att konsumenter blir allt mer medvetna om sin konsumtion och vill göra förändringar utifrån såväl hälso- som numera även ur klimatperspektiv. Trots detta ser vi att omställningen tar tid och är svår att omsätta i praktiken. Konsumenter vill ha råd för att lyckas i praktiken. Coop vill, i linje med konsumenternas önskemål, påverka och bidra till en mer hållbar konsumtion.

Bakgrund: KF lanserar matpyramiden 1974

I det tidiga 70-talet var ekonomin i världen och även Sverige i gungning och priserna på mat steg. Skärholmsupproret 1972 för billigare mat ledde till att Socialstyrelsen började undersöka om det gick att äta näringsriktigt till en rimlig kostnad. Gruppen lanserade begrepp som basmat (bröd, potatis, pasta och mjölk) och tillägg (frukt, grönsaker, kött och fisk).

1973 skapade KF och Socialstyrelsen tillsammans kampanjen "Välj rätt" där konceptet basmat och tillägg presenterades för svenska folket. Budskapet var revolutionerande. KF och provköket gav ut broschyrer och påstod att basmaten utgjorde närmare $\frac{3}{4}$ av det dagliga proteinbehovet och hälften av järn- och C-vitaminbehovet för en kostnad av tre kronor. Kritikerna reagerade snabbt och menade att intagandet av allt för mycket bröd och potatis ledde till osund fetma.

Som stridbar chef för KF Provkök kom Anna-Britt Agnsäter på kant med Socialstyrelsen om hur kostinformationen skulle utformas. På Socialstyrelsen ryckte man på axlarna. Men Ann-Britt var tydlig, *"Det är på tiden att Socialstyrelsen och andra institutioner översätter de näringsfysiologiska sanningarna till ett begripligt och lättfattligt språk, så att massmedia och informatörer kan föra ut och sprida angelägna budskap om bättre matvanor."* Anna-Britt Agnsäter fortsatte att utveckla "kostpyramiden" till det som slutligen skulle bli matpyramiden.

Coops Engagemang

KF och Coop etablerades som en reaktion mot matfusk och ledstjärnan var "ren oförfalskad mat till rimliga priser". I Coops nuvarande ägardirektiv är det tydligt att verksamheten ska bidra med ekonomisk, medlems- och samhällsnytta. Coops hållbarhetsstrategi inkluderar mat, hälsa och hållbarhet med tydliga målsättningar.

Under 2015-16 har Coop stämt av sin verksamhet mot FNs nya hållbarhetsmål, Social Development Goals, (SDG) 2030, där mål tre, "God hälsa och välmående", och mål 12, "Ansvarsfull konsumtion och produktion", är extra relevanta för Coop. Coop har även under året gjort en planetanalys av sitt livsmedelssortiment och dess påverkan på klimat, vatten, biologisk mångfald, mark- och kemikalieanvändning samt social påverkan. I denna har inte hälsa inkluderats, men i flertal studier så finns tydliga paralleller. Det som är ohälsosamt för kroppen, är inte hållbart för planeten.

Som ett exempel kan nämnas att allra störst påverkan - både på klimatutsläpp, användning av bekämpningsmedel och konstgödning samt vatten och mark - kommer från det animaliska sortimentet d.v.s. kött, chark, mejeri, ägg och färdigmat. Rött kött påverkar såväl vatten som klimatet samt i för stora portioner även hälsan. World Cancer Research Fund International (WCRFI) har tidigare rekommenderat max 500 gram i veckan. Det blir 26 kg per person och år. Svenskens medelkonsumtion ligger på mer än det dubbla.

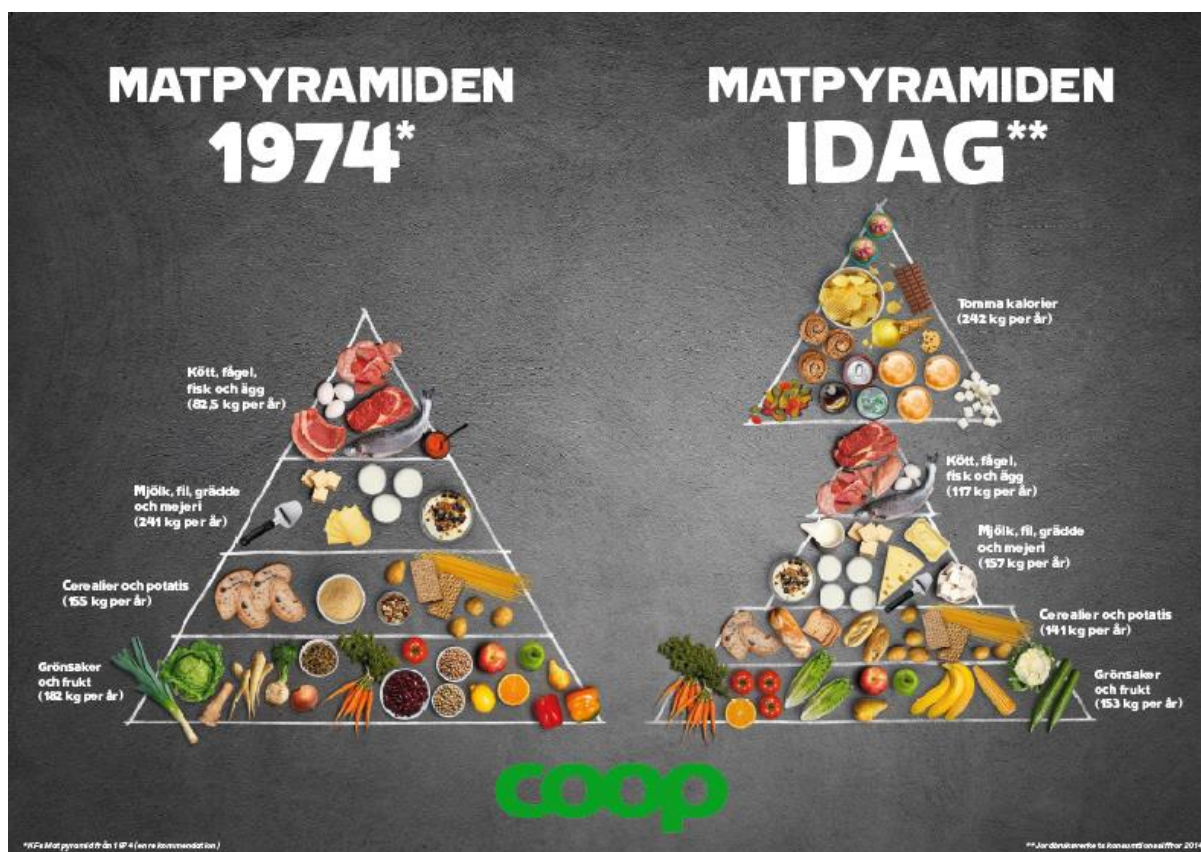
Så vad har då Coop gjort den senaste tiden för att adressera mat, hälsa och hållbarhet? Detta är några av de initiativ som vi har tagit:

- Vi har gått med i Hållbar Livsmedelskedja i samarbete med WWF, för att lära mer om hur vi kan minska vår hållbarhetspåverkan inom olika kategorier
- Vi har gjort en egen "Planetanalys av våra livsmedels hållbarhetspåverkan"
- Vi har sänkt salthalten i våra egna varumärkesprodukter
- Vi har sänkt socker i våra EVM produkter, med fokus på barnflingor, sylt
- Vi har fortsatt vår satsning på ekologi och idag är var tionde vara Coop säljer ekologisk
- Vi har satsat än mer på frukt och grönt i våra butiker och erbjudanden
- Vi har utvecklat vår djurvälferdsstrategi med tydliga krav på bättre kött, mer svenskt, skarpa krav på import och tydliga krav kring antibiotika användning
- Vi har introducerat och utvecklar fler vegetariska rätter
- Vi arbetar aktivt med matinspiration med fokus på frukt och grönt och vegetariska bilagor.

Men helt klart finns mer att göra. Coop har en strategi för detta, men vill samverka med flertal intressenter för att få större effekt på de insatser som krävs för sundare matvanor på en hållbar planet.

Vi äter mer och sämre! Riv matpyramiden! Mer fokus på hälsa och hållbar mat!

Dagens pyramid har fått en extrapyramid på toppen som består huvudsakligen av tomma kalorier och för mycket rött kött – den måste rivas.



När matpyramiden togs fram 1974 skapade den stor uppmärksamhet, både i Sverige och internationellt. I toppen fanns den minsta delen på 13 procent som utgjordes av kött, fisk, fågel och ägg. Siffror på kg i KFs matpyramid från 1974 utgår från uppgifter för basmaten och måltidsförslag som KFs Provkök gav ut. Framför allt definierades mängder för kolhydratrika livsmedel med fokus på fullkornsrika produkter och mejeriprodukter för att täcka upp de näringsmässiga basbehoven och samtidigt guida till mat som klarade en smal budget. Till höger syns dagens läge, baserat på siffror från Jordbruksverkets konsumtionssiffror för 2014. Nulägespyramiden välter, då tomma kalorier* representerar så mycket som 30 procent eller 242 kg. Därutöver konsumerar vi mer än dubbelt så mycket kött och chark per år än vad WCRFI rekommenderar.

*tomma kalorier definieras här som godis, choklad, kakor, läsk, söta drycker och sportdrycker, snacks men också öl och vin.

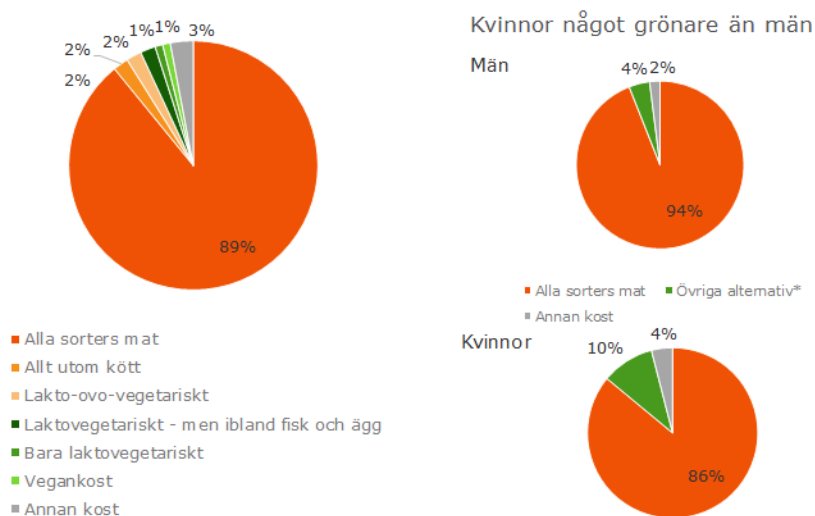
Matvanor 2016 – en ohållbar affär

Förutom att starta byggandet en ny matpyramid utifrån den senaste statistiken från Jordbruksverket har Coop låtit Sifo undersöka svenskarnas matvanor. Undersökningen genomfördes i juni 2016 och 2000 intervjuer genomfördes i en webbpanel. Urvalet är representativt från 15 år och äldre.

Undersökningen visar att kostråden från matpyramiden inte biter på befolkningen. Till exempel äter mer än var fjärde man kött mer än fyra gånger per vecka, medan bara 15 procent av männen äter frukt dagligen. En annan negativ utveckling är att var tredje under 30 dricker sockersötad dryck minst en gång i veckan. Bland äldre är det bara var tionde som har samma höga konsumtion.

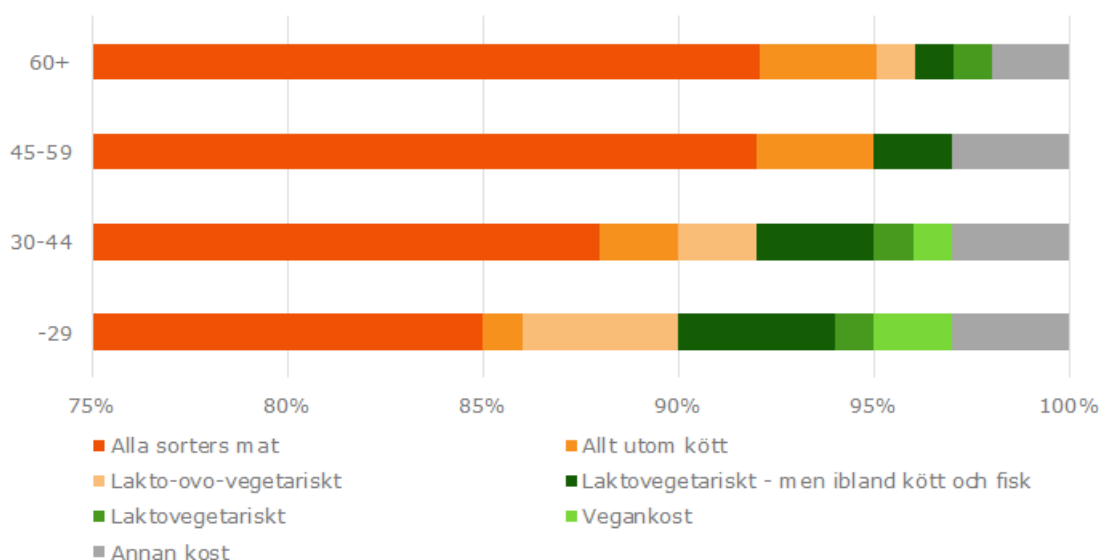
Merparten av svenskarna är allätare

Vilken typ av kost äter du?



Mer grön kost i yngre åldrar

Vilken typ av kost äter du?



Köttätarna är flest!

Hur ofta äter du nöt- eller fläskkött som huvudrätt?

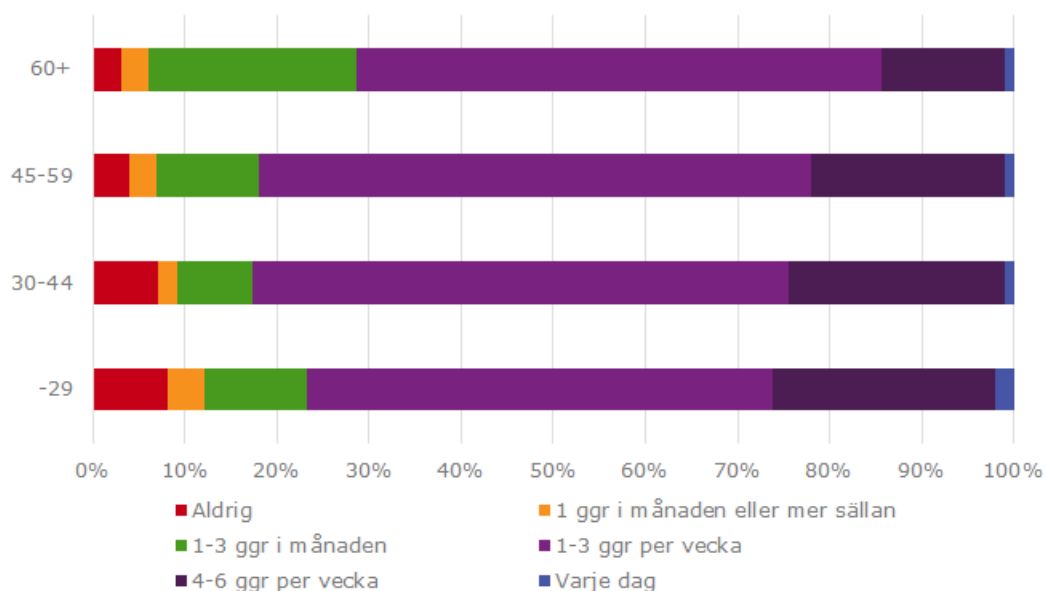
Köttätarna är flest!

- Nästan **sex av tio** (56%) äter kött 1-3 gånger i veckan
- Två av tio** äter kött 4-6 gånger i veckan
- 14 procent** äter kött 1 – 3 gånger i månaden
- Åtta procent** äter kött aldrig eller sällan (en gång i månaden eller mindre)

- Män äter mer kött än kvinnor –
 - Åtta av tio män (82%) äter kött minst en gång i veckan. Motsvarande siffra för kvinnor är något fler än sju av tio (74%).
 - 27 procent av männen äter kött mer än fyra gånger per vecka. Motsvarande siffra för kvinnor är 16 procent.
- Äldsta och yngsta äter minst kött
 - Nästan en fjärdedel av de under 29 (23%) äter tre gånger i månaden eller mindre.* Av de som är över 60 äter tre av tio sällan kött.*
- Hur ofta äter du korv eller annan charkuteri som huvudrätt?**
 - Nästan hälften av männen (47%) svarar att de äter korv/charkuterier minst en gång i veckan. Motsvarande siffra för kvinnorna är strax över en tredjedel (32%).
 - Av de yngsta (29 år och yngre) äter tre av tio (29%) korv en gång i veckan eller mer. I övriga åldersgrupper ligger siffran på strax över fyra av tio.

Äldsta och yngsta äter minst kött

Hur ofta äter du nöt- eller fläskkött som huvudrätt?



Kyckling mer sällan på äldres matbord

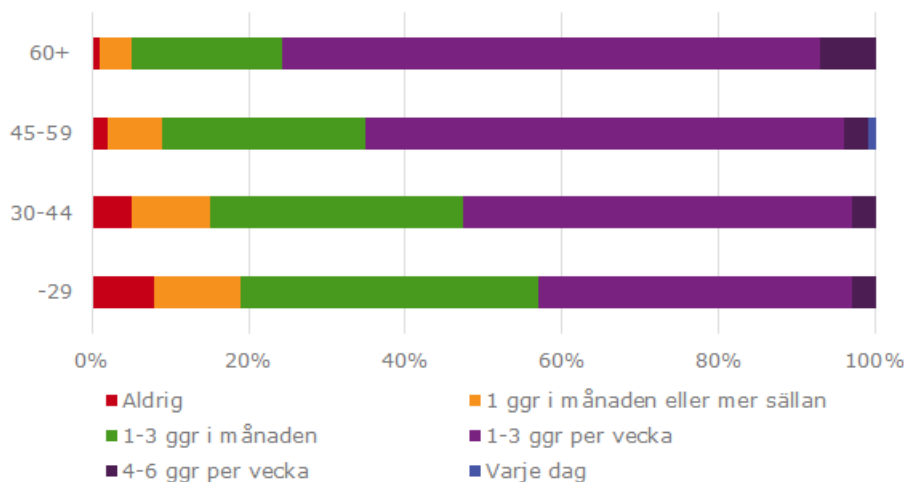
Hur ofta äter du kyckling som huvudrätt?

- Nästan **sex av tio** (59%) äter kyckling 1-3 gånger i veckan eller mer.
- Men endast **fyra procent** äter kyckling mer 4 gånger eller fler per vecka. Motsvarande siffra för kött var två av tio.
- 28 procent** äter kyckling 1 – 3 gånger i månaden
- Tolv procent** äter aldrig eller sällan* kyckling
- Äldre äter mer sällan kyckling
 - Mer än hälften av de över 60+ (54%) äter kyckling högst tre gånger i månaden. Motsvarande siffra för de yngsta grupperna (under 29) ligger på 39 procent. I åldrarna 30 – 59 år ligger motsvarande siffra på runt en tredjedel.
 - I de äldre målgrupperna (60+) äter mindre än hälften på kyckling minst en gång i veckan (47%). Det kan jämföras med övriga åldersgrupper, där mellan 60 till 67 procent äter kyckling minst en gång i veckan eller mer.

Mer fisk och skaldjur ju äldre du blir!

Hur ofta äter du fisk/skaldjur som huvudrätt?

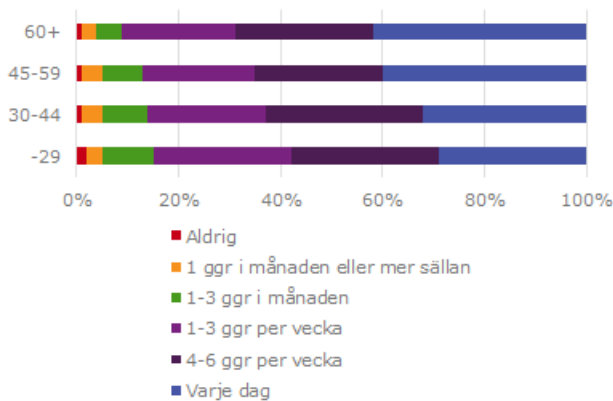
- Sex av tio** (60%) äter fisk eller skaldjur 1-3 gånger i veckan eller mer. I grupper över 60+ är motsvarande siffra **75 procent**.



De flesta av oss äter grönsaker ofta

Hur ofta äter du grönsaker, rotfrukter, bönor och linser

- Nästan **nio av tio** (87%) äter grönsaker 1-3 gånger i veckan eller mer.
- 12 procent** äter grönsaker tre gånger per månad eller färre.

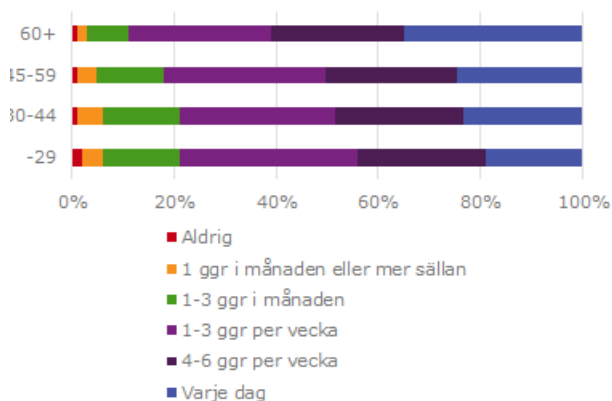


- Kvinnor äter mer grönt än män
 - Kvinnor är flitigare grönsaksätare än män. 91 procent av kvinnor uppger att de äter grönsaker 1-3 gånger per vecka eller mer. Motsvarande siffra för män är 83 procent.
- Lite mer grönt på tallriken, ju äldre vi blir
 - Ju äldre vi blir, desto oftare tycks vi stoppa grönsaker, rotfrukter, bönor och linser på tallriken. Bland gruppen 29 år eller yngre uppger sex av tio (58%) att de äter grönsaker fyra gånger i veckan eller mer. I gruppen 60+ är motsvarande siffra nästan sju av tio (69%).

Nästan tre av tio äter en frukt om dagen

Hur ofta äter du frukt eller bär?

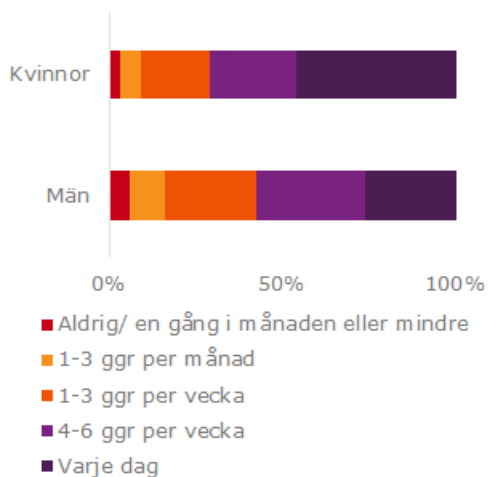
- 26 procent** uppger att de äter frukt eller bär dagligen.
- 17 procent** äter frukt tre gånger i månaden eller mindre.



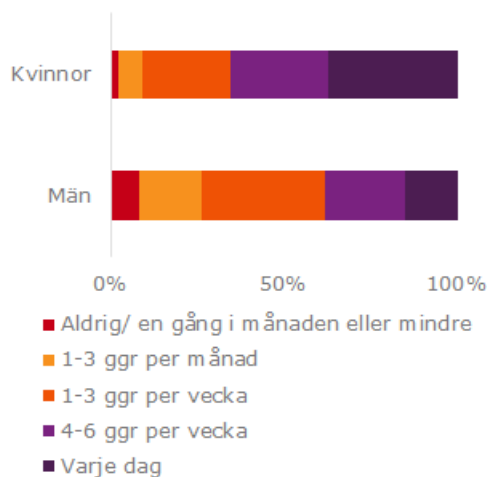
- Kvinnor äter mer frukt och bär än män
 - Nästan fyra av tio kvinnor (37%) uppger att de äter frukt och bär dagligen. Det gör endast 15 procent av männen.
- Mer frukt och bär, ju äldre vi blir
 - Mer än en tredjedel (35%) av de äldre (60+) uppger att de äter frukt och bär dagligen. Det gör endast två av tio (19%) i den yngsta målgruppen (under 29).
 - Mest frukt och bär äter kvinnor över 60+. Nästan hälften (46%) uppger att de äter frukt eller bär dagligen.

Kvinnor äter mer grönsaker, frukt och bär än män

Hur ofta äter du grönsaker, rotfrukter, bönor och linser?



Hur ofta äter du frukt eller bär?

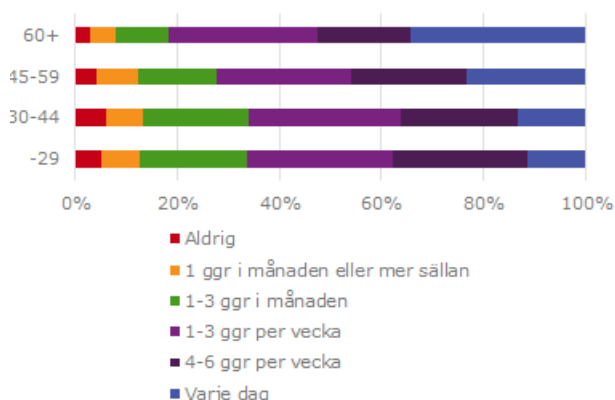


Två av tio äter fullkornsprodukter dagligen

Hur ofta äter du fullkornsprodukter?

- **21 procent** uppger att de äter fullkornsprodukter dagligen.
- **10 procent** äter fullkorn en gång i månaden eller mindre.

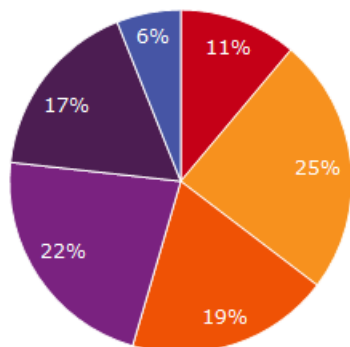
- Kvinnor äter mer fullkorn än män
 - Nästan hälften av kvinnorna (47%) uppger att de äter fullkornsprodukter fyra gånger i veckan eller mer. Motsvarande siffra för männen är knappt fyra av tio (38%).



- Mer fullkorn, ju äldre vi blir
 - Mer än hälften av de tillfrågade över 60 (52%) äter fullkornsprodukter fyra gånger i veckan eller mer. I den yngsta gruppen, de som är 29 eller yngre, är motsvarande siffra 36 procent.
- Mest fullkorn äter kvinnor över 60. I den gruppen uppger nästan fyra av tio (37%) att de äter fullkorn dagligen.

Nästan två av tio köper/äter det mesta ekologiskt

Ungefär hur stor andel av de frukter och grönsaker du äter/köper uppskattar du är ekologiska?



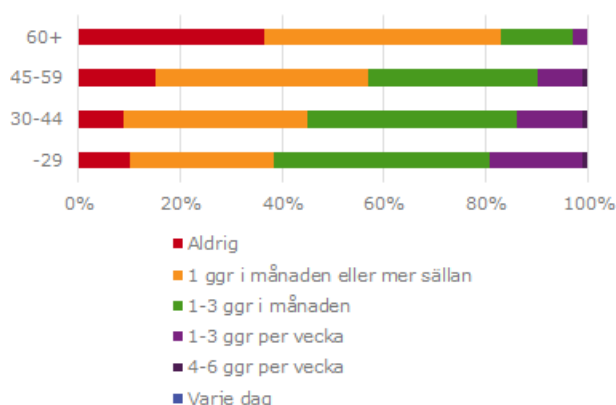
- Inga/mycket liten andel
- En liten andel (10-20%)
- Ungefär en fjärdedel
- Ungefär hälften
- Det mesta (ca 75% eller mer)
- Tveksam/vet ej

- Nästan **sex av tio** (58%) äter/köper minst en fjärdedel ekologiskt eller mer. Något mer än **en tredjedel** (35%) äter/handlar en liten eller mycket liten andel ekologiskt.
- Siffran är **högre hos kvinnor** (63%) än hos män (55%).
- Mest ekologiskt handlar/äter **åldersgruppen 30-44 år**. Mer än sex av tio tillfrågade i den gruppen (63%) köper/äter minst en fjärdedel ekologiskt.
- Strax under **20 procent** (17%) handlar/äter det mesta ekologiskt. Den siffran är högre i åldersgruppen 30-44 (22%) och något högre hos kvinnor än hos män.
- **Hushåll med barn** köper/äter mer ekologiskt än hushåll utan. Där handlar/äter två av tio hushåll det mesta ekologiskt.

De unga står för chipsätandet

Hur ofta äter du chips?

- **Nästan sex av tio** (58%) uppger att de äter chips en gång i månaden eller mer sällan än så. Endast 11 procent äter chips en gång i veckan eller oftare.

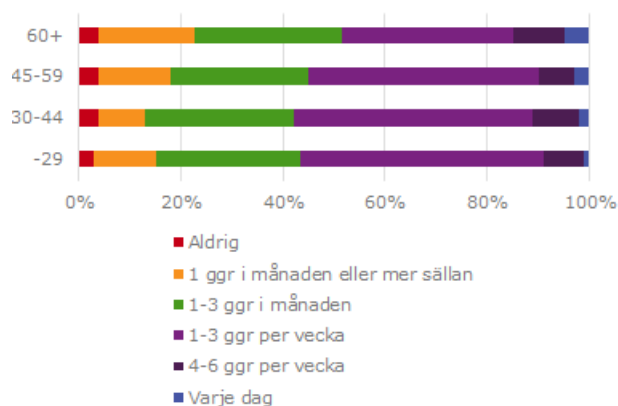


- Unga äter mest chips
 - Nästan två av tio (19%) i den yngsta målgruppen (29 år och yngre) uppger att de äter chips en gång i veckan eller oftare. Det är mer än övriga åldersgrupper. Unga män äter chips oftast.
 - Chipsätandet avtar med åldern. I gruppen 60+ är det bara tre procent som uppger att de äter chips en gång i veckan eller oftare.
 - Däremot är det mindre skillnader mellan könen.

Kvinnor äter mer choklad eller godis

Hur ofta äter du choklad eller godis?

- Något **mer än hälften** (54%) uppger att de äter choklad eller godis minst en gång i veckan eller mer.

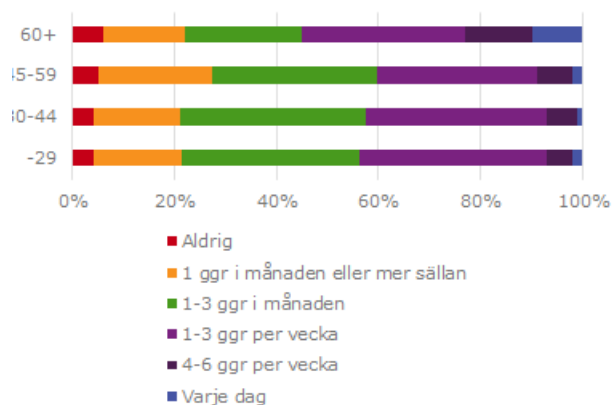


- Kvinnor äter mest
 - Kvinnor äter mer choklad än männen. Mer än hälften av kvinnorna (57%) äter choklad en gång i veckan eller mer. Bland männen svarar knappt hälften likadant (50%).
 - Äldre äter mindre choklad och godis än de yngre. I åldersgruppen 60+ uppger nästan hälften (49%) att de äter choklad och godis en gång i veckan eller mer. I övriga åldersgrupper är siffran närmare sex av tio (55 - 58%).

De äldre äter bullar, kakor, kex eller liknande

Hur ofta äter du bullar, kakor, kex eller liknande?

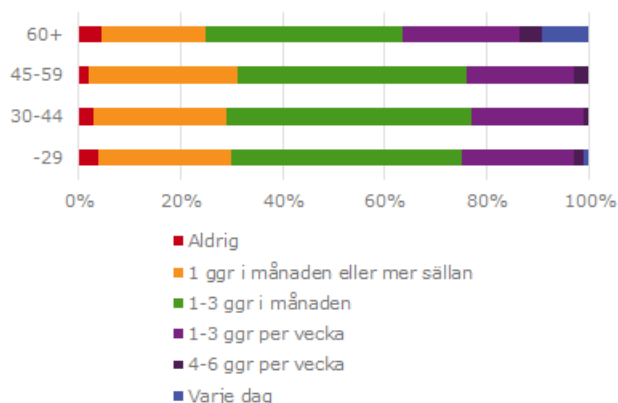
- Något mindre än **hälften** (46%) uppger att de äter bullar, kakor, kex eller liknande minst en gång i veckan eller mer.



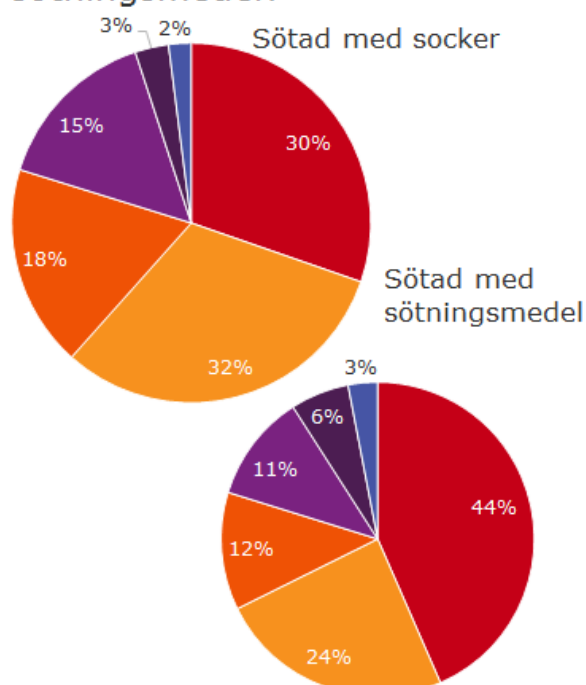
- Äldre fikar mest
 - Äldre fikar mer än de yngre. 10 procent av åldersgruppen 60+ uppger att de äter kakor, bullar, kex eller liknande dagligen. En fjärdedel av de äldre uppger att de fikar 4-6 ggr per veckan eller mer. I övriga åldersgrupper är den siffran under 10 procent.
 - Mest fikar äldre män. Sex av tio män (58%) äter bullar, kakor, kex eller liknande en gång i veckan eller mer. Därefter följer äldre kvinnor, där 53% fikar en gång i veckan eller mer.

Glass äter vi mer sällan Hur ofta äter du glass?

- **Tre fjärdedelar** (74%) uppger att de äter glass tre gånger i månaden eller mindre. Nästan tre av tio (27%) äter glass en gång i veckan eller mer.



Yngre målgrupper dricker mest läsk/soft Hur ofta dricker du läsk/soft sötad med socker – respektive med sötningsmedel?

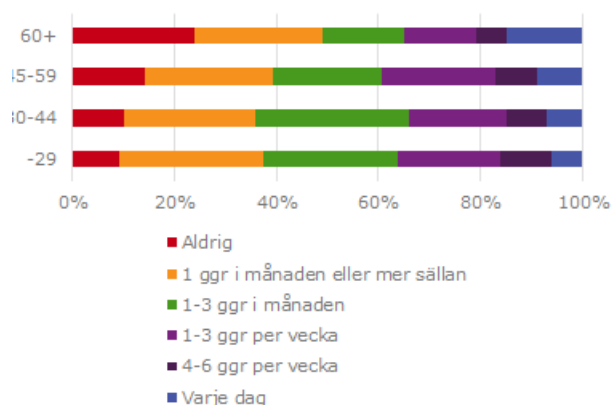


- **Två av tio** (20%) uppger att de dricker läsk/soft sötad med socker en gång i veckan eller mer. Andelen är densamma för läsk/soft med sötningsmedel.
- Det är fler som säger sig aldrig dricka läsk/soft med sötningsmedel (43%) än med socker (30%).
- Yngre dricker oftare sött än äldre. Bland de yngsta (29 år och yngre) uppger en tredjedel (34%) att de dricker läsk/soft en gång i veckan eller mer. I den äldsta gruppen är siffran under tio procent. Mönstret är detsamma vare sig det är med socker eller sötningsmedel.



10 procent dricker juice dagligen Hur ofta dricker du juice?

- **Tio procent** uppger att de juice dagligen. Siffran är högre i äldre grupper än hos yngre och högre hos män än hos kvinnor. Nästan **fyra av tio** (36%) dricker juice en gång i veckan eller mer.

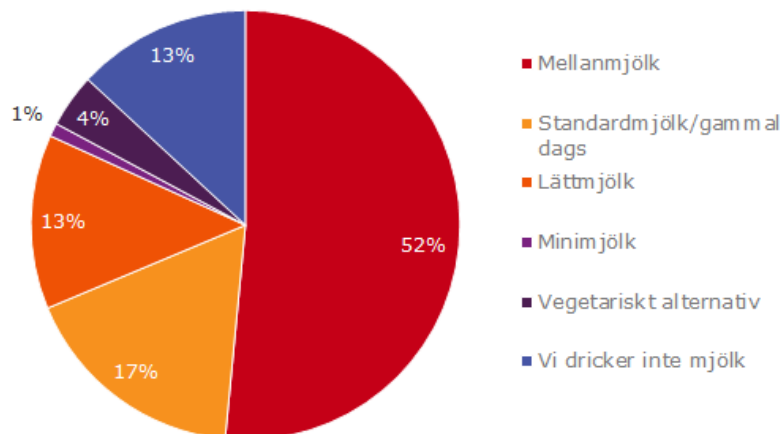


- Äldre dricker mest och minst juice
 - Det är framför allt äldre som uppger att de dricker juice till dagligdags. 15 procent av de tillfrågade i åldern 60+ tillhör den gruppen.
 - Men det är också de äldre som dricker minst juice. Hela 28 procent av de äldre kvinnorna sig säger aldrig dricka juice. Motsvarande siffra hos äldre män är 19 procent.

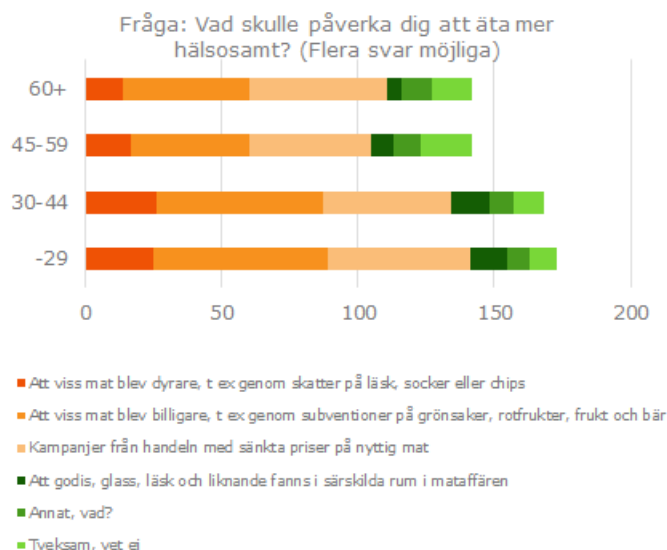
I mellanmjölkens land!

Vilken typ av mjölk dricks oftast i ditt hushåll?

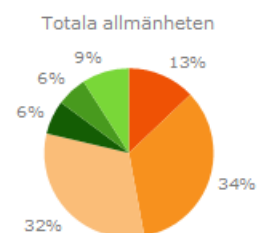
- I samtliga åldersgrupper och oavsett kön står **mellanmjölken starkast**. Den utgör hälften av allt mjölkdrickande.



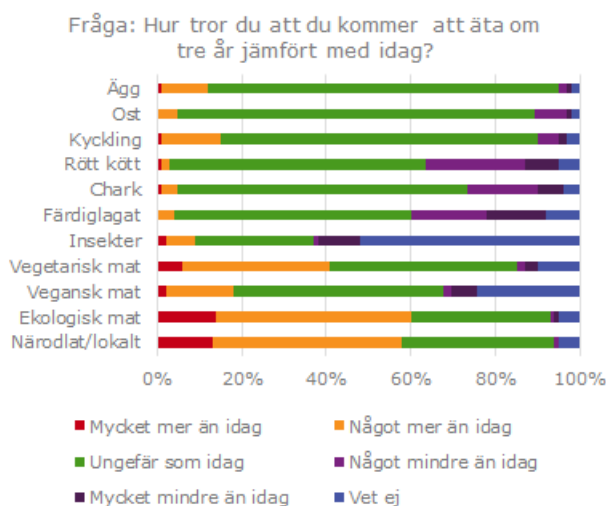
Yngre tror mest på billigare mat Vad skulle påverka dig att äta mer hälsosamt?



- Matsubventioner och kampanjer skulle få flest att handla mer hälsosamt.
- De yngre tror mest på att lägre priser på nyttig mat skulle göra att de åt mer hälsosamt.



Mer närodlad och ekologiskt – mindre rött kött och färdiglagat



- Över 50 procent av de svarande säger att de om tre år kommer att äta både **mer ekologisk och mer närodlad mat**.
- Rött kött, färdiglagat och charkuterier** står fram bland det som allmänheten tror att de kommer att äta mindre av.
- En stor andel av de tillfrågade vet inte om de kommer att äta insekter.

Vägen framåt

Coops strategi för god hälsa, är en delstrategi i strategin förhållbar utveckling 2017/2020 och ett sätt att bidra till förändring. Det är helt avgörande att kombinera mat, hälsa och hållbarhet i allt vi gör. Hälsa och effekterna av ohälsa är en aktuell samhällsfråga som engagerar många. Ohälsa skapar långsiktiga problem och driver skatteutgifter. Myndigheter, verk m.fl. behöver därför hjälp i hur hälsa och välmående ska öka. Nu bygger vi vidare på KF och Coops historiska arbete för folkhälsa, motion, bättre matkvalitet och välbefinnande med fokus på rörelse såväl som mat. Det som är bra för kroppen är ofta det som är bra för planeten. Vi ska helt enkelt infria vårt kundlöfte "Bättre för dig och din familj".

Coop inleder nu ett samtal med flertal intressenter för att definiera en ersättning till matpyramiden 1974. Vi ska bli vägledande i vad man ska äta för en bra hälsa och en hållbar planet. Vi vill inkludera matglädje, rörelse och samvaro kring maten. Vi måste även tänka längre kring hur vi kan arbeta mer med butikens inspiration, hur vi driver mera hållbara varor i hyllan, utveckla våra leverantörssamarbeten, fortsätta vår marknadsföring med tydlig hållbarhetsprofil samt verka för branschöverenskommelser som gynnar hälsa och planet.

Coop river Matpyramiden!

Vi ska förvalta konsumenternas förväntan att Coop bidrar till positiv samhällspåverkan. Vi ska arbeta med goda råd, handfasta tips om hur man kan gå från en ohälsosam till mer hälsosam kost, eller från en mer miljöbelastande till mer klimat/miljösmart kost. Det kan handla om konkreta erbjudanden och förändringar hela vägen ut i butik.

I den Sifo-undersökning vi precis presenterat säger över 50 procent av de svarande säger att de om tre år kommer att äta både mer ekologisk och mer närodlat mat. Samtidigt står rött kött, färdiglagat och charkuterier främst bland det som allmänheten tror att de kommer att äta mindre av. Därför startar vi ett samtal med ledande experter, myndigheter, debattörer, matbransch och kunder. Nu börjar en resa med att vi river den matpyramid som representerar dagens matvanor.

