

FORBRUGERRÅDET

**TÆNK**

# Sporbarhed – hvad vil forbrugerne vide?

Camilla Udsen, cand.techn.al., ph.d.  
Fødevarepolitisk medarbejder

Forbrugerrådet  
Fiolstræde 17  
Postboks 2188  
1017 København K

Er sporbarhed et forbrugerkrav?????

## Eksempler

- Det gode: Fisken i ISO
- Det mindre gode: Udregning af samlet ernæringsværdi af varer i indkøbskurven

## Sporbarhed er nødvendigt

- Fødevaresikkerhed – frem- og tilbagesporing
- Dokumentation
  - GMO
  - Autenticitet – økologi, oprindelse, etik osv.
- Nye produkter af reelt højere kvalitet
  - Mere produktdifferentiering
  - Nicheprodukter
- Og så er der kommunikationen.....

Men alt den der ekstra information.....

- Er producenterne reelt villige til at komme med den information, som forbrugerne vil have?
- Eller bliver det bare ufarlige historier?

## Erfaringerne fra arbejdet med mærkning

- Uvillighed mod mere obligatorisk mærkning
- Uvillighed mod at mærke ud over det obligatoriske på vigtige områder, som forbrugerne efterspørger



- Ernæringsoplysning - Ernæringsmærke, lang næringsdeklaration
- GMO – mælk, kød og æg fra GMO-fodrede dyr
- Oprindelse
- Indhold af tilsætningsstoffer
- Datomærkning – produktion, holdbarhed

- Hvis der er så stor uvillighed mod at mærke med vigtige basale oplysninger, hvad er det så for værdifuld information, der skal kommunikeres via sporbarhedssystemer?
- Svært at bevare jubeloptimismen....

Nye kommunikationsformer baseret på sporbarhedssystemer må ikke fjerne fokus fra behovet for obligatorisk og standardiseret basal mærkning

## Vil forbrugerne bruge den ekstra information?

- Forbrugerne bruger kort tid på indkøb
- Mange læser ikke eksisterende mærkning i indkøbssituationen
- Det skal være lige så nemt som at læse på emballagen
- Eller være så interessant, at det er værd at bruge tid på derhjemme
- De differentierede oplysninger er ofte de mest interessante, men også de dyreste
- Forbrugerne skal ikke spammes med uvigtig information på bekostning af den vigtige

## Barrierer

- Informationerne skal "ind" i systemet
- Informationerne skal bevares gennem hele sporbarhedskæden
- Adskillelse af differentierede produkter
- Det koster ressourcer, særligt hvis der er tale om andet end banale standardoplysninger og ren markedsføring
- Balancen mellem ekstra omkostninger og hvor mange, der reelt benytter systemerne

## RFID mv

- En RFID rummer potentiale for mere information og service til forbrugerne
- Men også en potentiel mulighed for overvågning af forbrugeren

### DERFOR:

- Chippen skal automatisk inaktiveres, medmindre forbrugeren ønsker den skal forblive aktiv (opt in)
- Såfremt forbrugeren vælger at bibeholde chippen aktiv, skal det kunne fortrydes efterfølgende uden omkostninger
- Varerne skal mærkes med, at de er RFID-mærket og selve forretningen skal oplyse herom via skiltning.

## Opsummering

- Sporbarhedssystemer er nødvendige for at kunne sikre fødevarer sikkerhed og autenticitet
- Godt, hvis der skabes nye produkter af reel højere kvalitet
- Systemerne bliver aldrig bedre end den information, de indeholder
- Informationen til forbrugerne skal være let tilgængelig, relevant og supplere – ikke erstatte obligatorisk mærkning
- Forbrugerne har meget lidt tid i indkøbssituationen
- Ressourcer skal opvejes mod hvor mange forbrugere, der reelt vil benytte systemerne
- RFID – forbrugeren skal ikke overvåges

- Nye kommunikationskanaler løser ikke det største og mest basale problem inden for fødevareinformation: At der er et misforhold mellem den information forbrugerne efterspørger og det, industrien vil fortælle