

PRESSMEDDELANDE

2012-09-11

Uppföljning av läsbarhet på förpackningar



## Ett år senare – fortsatt svårlästa texter

Efter ett år är många livsmedelsförpackningar lättare att läsa men flera texter är fortfarande så gott som oläsbara, vilket står i strid med gällande lagstiftning. Det visar den uppföljning som Sveriges Konsumenter och Konsumentföreningen Stockholm gjort av rapporten "Större text, tack" som presenterades 2011.

De livsmedelsförpackningar som uppmärksammades förra året har nu följts upp för att undersöka om förpackningarna blivit mer lättlästa, texten har blivit större eller om kontrasten är bättre än tidigare. Samma 35 produkter inom kategorierna drycker, kylvaror, torra varor, måltider och godis har återigen granskats. Åtta produkter har förändrats till det bättre, fem förpackningar har fått nytt utseende men är fortfarande svårlästa och fyra produkter är fortfarande så gott som oläsliga. Några företag uppger att de inom kort ska ändra utseende på sina förpackningar.

– Att kunna läsa förpackningstexten är en självklar rättighet för alla konsument. Uppenbarligen har vi påverkat företagen att ta fram mer läsbara förpackningar vilket är glädjande. Men alltför många är fortfarande svåra att läsa, som till exempel Anthon Bergs marsipan, Twix samt Knorr's soppa och buljong. Det är olagligt enligt gällande lagstiftning, det är arrogant av företagen och visar på dålig respekt för kunderna, säger Jan Bertoft på Sveriges Konsumenter.

Flera företag i rapporten har dock gjort texten mer läsbar eller är i färd med att göra om texten på förpackningarna.

– Det är bra att vår rapport "Större text, tack" har tagits seriöst av de flesta företagen som har namngivits i rapporten. Vi vet också att vårt arbete har fått effekt i många andra företag som har gått igenom och korrigerat svårlästa förpackningstexter, säger Louise Ungerth på Konsumentföreningen Stockholm.

Sveriges Konsumenter och Konsumentföreningen Stockholm förutsätter att alla företag skärper sig så att texten på förpackningar går att läsa utan svårigheter för personer med normal syn, precis som lagen kräver. De kommer att fortsätta att följa andra livsmedelsförpackningar men även granska kosmetika, hud- och hårvårdsprodukter som kommer att publiceras under hösten.

### För mer information kontakta:

Jan Bertoft, generalsekreterare Sveriges Konsumenter, 08-674 43 00 eller 070-797 79 87

Louise Ungerth, chef konsumentfrågor, Konsumentföreningen Stockholm, 08-714 39 71 eller 070-341 55 30

**Sveriges Konsumenter** är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 25 medlemsorganisationer samt enskilda medlemmar. Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter arbetar med påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, och ger ut tidningen Råd & Rön och nyhetsbrevet KonsumentMakt.

**Konsumentföreningen Stockholm** är en medlemsorganisation med 635 000 medlemmar. Uppgiften är att göra medlemsnytta genom att påverka den kooperativa detaljhandeln, opinionsbildning i konsument-frågor samt att förmedla information, kunskap och medlemsförmåner. Föreningen är delägare i Kooperativa Förbundet (KF).