

10 år med Årets matbluff: 90% av vinnarna har vidtagit åtgärder

Äkta vara har i tio år lyft fram årets mest vilseledande livsmedelsprodukter. Resultatet är tydligt: nästan alla vinnare och en majoritet av finalisterna ändrade sina produkter efter att konsumenterna sagt ifrån.

Störst effekt har antipriset haft på de 10 produkter som röstats fram som ”vinnare” av utmärkelsen. När vi följt upp vad som har hänt med produkterna åren efter respektive utnämning så har hälften av vinnarna ändrats så att Äkta vara bedömde att de inte längre var bluffiga eller slutat säljas som en följd av Årets matbluff. Ytterligare fyra av produkterna har ändrats så att de åtminstone har blivit mindre bluffiga. I 90 procent av fallen har företagen alltså vidtagit åtgärder.

– Det här visar att konsumenternas röst och antipriset Årets matbluff spelar en viktig roll för ärligare mat och dryck i butikerna. Det är viktigt att vi konsumenter sätter ner foten när företagen går över gränsen, säger Äkta varas verksamhetsledare Björn Bernhardson.

Endast i ett fall har tillverkaren inte gjort någonting för att göra produkten mindre bluffig. Det gäller Eriks Bearnaise tryffel som är lika bluffig nu som när den röstades fram till Årets matbluff 2016. Se vad som har hänt med alla tidigare vinnare i tabellen nedan.

Men det är inte bara på vinnarna som antipriset har påverkat. Det har också haft stor påverkan på de övriga 42 finalisterna, alltså de som inte har ”vunnit” själva utmärkelse men som ändå presenterats i omröstningen, som vi har haft under åren.

Av dessa är det en klar majoritet, 69 procent, som har vidtagit åtminstone någon åtgärd, varav 26 procent har vidtagit åtgärder som Äkta vara bedömer vara tillräckliga för att konsumenten ska vara nöjd.

FAKTA: Det hände med de tio ”vinnarna”:

Fem ändrades så att bluffen försvann eller slutade säljas som ett resultat av Årets matbluff:

- **Coop Kalvfond** (byte kyckling mot mer kalv)
- **Arla Ekologisk mjölk** (tog bort klimatmärkningen, som även fälldes i domstol)
- **Pop Bakery Smördeg** (byte till smör)
- **Lätta Original** (minskade och tog sedan helt bort palmoljan)
- **Valio Kefir** (slutade sälja produkten)

Fyra justerades så att de åtminstone blev mindre bluffiga:

- **GB Glace Big pack vanilj** (förtydligade att det är ett nytt recept)
- **Alpro Cuisine Soya vispbar** (tonade ner sojan i märkningen)

- **Polarica Wild Food Kronhjortskav** (bytte varumärke och gjorde om designen)
- **Alvestaglass & Järnaglass** (har flyttat en del av produktion till Jämtland)

En produkt har inte ändrats alls och är fortfarande lika bluffig:

- **Eriks Bearnaise tryffel**

Mer information om samtliga finalister och vad som har hänt med dem har vi [samlat här](#)

>>