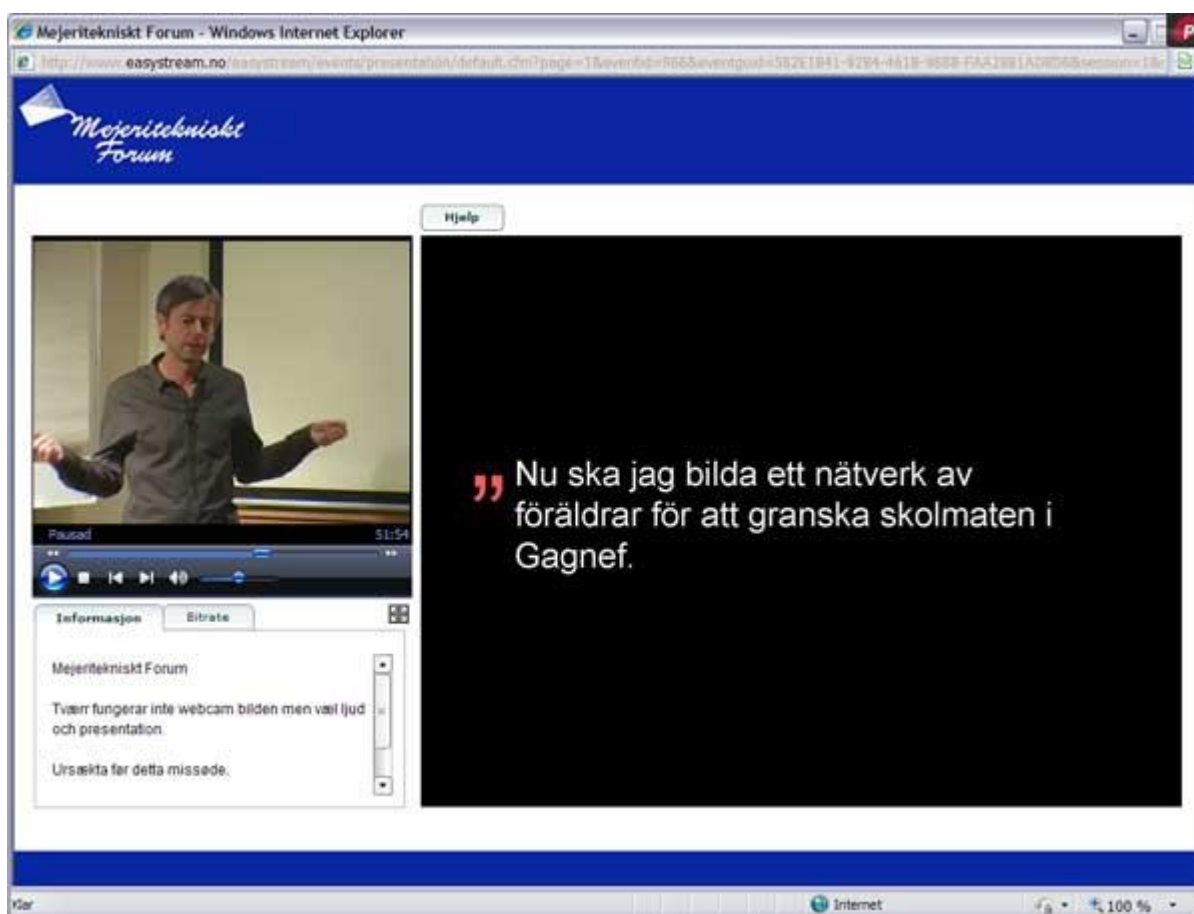


# Tillsatser i mejeriprodukter - webbseminarium den 10 november 2009

## Välbesökt och intressant

Sammanfattat av Ulf Borgström

Så fick vi träffa den Hemlige Kocken, det vill säga, författaren till den kända boken, Mats-Eric Nilsson. Det var god uppslutning till vårt arrangemang och vi prövade för första gången att sända ut föredraget via webben med så kallad webcast.



*Så här kunde vi se föredragshållaren Mats-Eric Nilsson och hans presentationsbilder på webben. Vi hade tyvärr tekniska problem som gjorde att vi inte fick se Mats-Eric i bild från början*

Mats-Eric är en engagerande talare och hans föredrag var både intressant och väl framfört. Mats-Eric var förvånad över den uppmärksamhet som hans bok väckt, det var han inte förberedd på. Nu reser han land och rike runt som en efterfrågad föredragshållare. Mats-Eric är journalist av professionen och intresserad av mat. Han har ett förflutet på Svenska Dagbladet.



Mycket av hans argumentering handlar om att produkter inte innehåller det de ger sken av att innehålla. De bärande ingredienserna ersätts ofta av tillsatser. Mats-Eric understryker att han inte har något emot tillsatser som sådana men att han ogillar att mat förfuskas och att de inte innehåller det de utger sig för att innehålla. Särskilt light-produkter är sådana där man ersätter huvudkomponenter med tillsatser för att få ner fett- och eller sockermängden.

Mats-Eric tycker att i stället för att fråga oss ”Hur kan produkten vara så dyr?” bör vi i stället fråga oss ”Hur kan den vara så billig?”. Det finns anledning att vara misstänksam mot produkter som är onaturligt billiga. Vad har man ersatt den dyra ingrediensen med? Han anser att pressen är medskyldig till den onaturliga fokuseringen på priset på mat och inte på kvalitet.

Han tog upp några exempel på förfuskade varor. Svarta oliver som är färgade omogna oliver utan smak, begreppet hemlagat som ju inte har någon som helst relevans då hemlagat inte får säljas i butik. Ett annat exempel är jordgubbar som ersätts med jordgubbsarom på ett sådant sätt att konsumenterna till sist tycker att aromämnet är mer ”naturligt” än jordgubben själv.

Under mötet diskuterades risken för att hans argumentering gör konsumenterna onödigt rädda för e-nummer. Mats-Eric hävdar att han inte säger att majoriteten av e-nummerprodukterna är farliga eller tveksamma, men han tycker att innehållsförteckningarna för vissa varor beskriver ett slags onödigt trixande med produkterna och att konsumenterna därmed blir vilseförda. Kampanjen för ”Äkta Vara” som Citygross använder är ett medel att peka på alternativ som inte innehåller så många tillsatser, anser han.



*Mats-Eric Nilsson och föreningens ordförande Robert Svanberg*

Efter föredraget hade auditoriet på plats i Stockholm och de som var ute i landet flera viktiga frågor som Mats-Eric kommenterade.

