



Helse og omsorgsdepartementet  
Postboks 8011 Dep  
0030 OSLO

Oslo, 20. september 2012

Deres ref.

Vår ref. 2704778/2

## **FORSLAG TIL MARKEDSFØRINGSFORBUD AV USUNN MAT RETTET MOT BARN**

Det vises til forslag til ny forskrift om regulering av markedsføring rettet mot barn og unge med utvidet høringsfrist 21. september 2012.

Kreativt Forum er kjent med at det over flere år på internasjonalt nivå har vært diskutert om regulering av markedsføring mot barn er et egnet virkemiddel i bekjempelsen av overvekt og fedme. Kreativt Forum er enig i at det er viktig å begrense den økende utbredelsen av fedme, men stiller spørsmål ved om en forbudslinje er veien å gå. Et nytt regelverk som har omfattende konsekvenser for næringslivet må uansett ikke være strengere enn det som formålet betinger.

Kreativt Forum mener at forskriftsforslaget er formulert strengere enn det som er nødvendig for å redusere barn og unges reklamepåvirkning av visse utvalgte produktgrupper. Basert på uttalelser fra statsminister og helseminister i forbindelse med offentliggjøringen av forslaget synes det som om forskriftsforslaget også er formulert strengere enn det som er tilsiktet. Det er derfor sentralt forskriften endres slik at ordlyden harmonerer bedre med regjeringens intensjoner, samt at regelverket ikke gjøres strengere (og mer komplisert) enn det som er nødvendig. Kreativt Forum har flere innvendinger og kommentarer til forskriftsforslaget.

*For det første* reagerer Kreativt Forum på definisjonen av barn og unge som angivelse av forskriftens omfang. Bakgrunnen for forskriften er å redusere markedsføringspresset overfor barn og unge, og det trekkes frem at barn er lett-påvirkelige og da særlig overfor tv-reklame, jfr høringsnotatets for eksempel s. 5. Men hvor lett-påvirkelig barn og unge er, endres i takt med alder og utvikling. Det fremgår av høringsnotatet at det er tatt



utgangspunkt i markedsføringslovens regler. Men der hvor markedsføringsloven gir fleksibilitet ved rettsanvendelsen ved vurderingen av om lovkravene er oppfylt, er det nye forskriftsforslaget statistisk: All markedsføring som anses å være "rettet mot" barn og unge er ulovlig uavhengig av barnets sårbarhet og påvirkelighet. Også markedsføring rettet mot voksne vil være omfattet. Iht. forskriftsforslaget § 5 skal det legges vekt på hva som appellerer til barn og unge, tid og sted for markedsføringen og eksempelvis om barn og unge er forventede mottakere. Men siden unge, enten de er over eller under 18 år, i stor grad er til stede i samme fora, og vil kunne appelleres av samme forhold, vil i praksis forbudet ramme meget bredt.

Kreativt Forum mener det bør sees til det initiativet som har kommet på EU-nivå, der det legges til grunn en 12 års grense ([www.eu-pledge.eu](http://www.eu-pledge.eu)). Det er de eksakt samme hensyn som ligger bak dette initiativet som det norske forskriftsforslaget, og det er etter vårt syn uklart hva som kan begrunne så stor aldersdifferanse.

*For det andre* bør forskriften klart angi når markedsføringen anses "rettet mot" barn og unge. Også her mener Kreativt Forum at det bør sees til initiativet på EU-nivå: "For the purpose of this initiative, "advertising to children under 12 years" means advertising to media audiences with a minimum of 35% of children under 12 years", se mer informasjon på [www.eu-pledge.eu](http://www.eu-pledge.eu). En slik eller liknende regulering angir rammen for forbudet på en tydelig måte samtidig som det blir bedre balanse mellom behovet for å beskytte barn på den ene siden og næringslivets legitime ønsker om å markedsføre egne varer på den andre siden. Markedsføringskanaler der barn og unge i redusert grad er mottakere bør i liten grad omfattes av forbudet.

*For det tredje* mener Kreativt Forum at det klart må angis hva slags form for markedsføring som er omfattet. Basert på den diskusjon som har pågått i etterkant av at forskriftsforslaget ble offentliggjort, har det blitt reist betydelig usikkerhet knyttet til emballasje, plassering i butikk, produkter som Happy Meal og Kinderegg osv. Denne form for usikkerhet må fjernes.

I forlengelsen av dette finner vi grunn til å påpeke at det er uheldig at tilgiftsforbudet i realiteten ser ut til å bli gjeninnført i det nye regelverket: Tilgiftsforbudet ble opphevet i den nye markedsføringsloven av 2009, og forbudet mot kjøpsbetingende konkurranser i praksis opphørt som følge av EU-domstolens praksis. Det rettslige terrenget blir



uoversiktlig, vanskelig håndterbart og ikke minst uforutsigbart dersom bruk av tilgift vektlegges slik som foreslått i forskriftsforslaget.

Alle byråer tilsluttet og sertifisert av Kreativt Forum har strenge krav til å følge etiske retningslinjer samt ha minimum en sertifisert reklamerettslig ansvarlig i byrået. Med den foreslåtte lovforskriften er det så stor usikkerhet knyttet til hva som rammes, at det svekker vår evne til å etterleve loven.

*For det fjerde vil ulik regulering i EØS-området kunne ha uheldige effekter*

Vi ønsker et harmonisert regelverk siden produktene som selges tilhører det indre markedet. Et annet forhold er at mange unge besøker nettsider og ser på utenlandske TV-kanaler, der formodentlig kravene ikke vil være like strenge.

I forlengelsen av dette fremheves at forskriften, med dagens utforming, vil kunne anses for å være handelshindrende, jfr. læren om tvingende allmenne hensyn utviklet av EU-domstolen. Det er på det rene at det skal lite til for at en bestemmelse kan anses for å innebære handelshindrende restriksjoner i strid med EØS-retten. Særlig mener vi at forslaget går mye lenger i å oppstille forbud enn det som er nødvendig ut fra formålet, og det EØS-rettslige forholdsmessighetsprinsippet vil da ikke være oppfylt.

Basert på ovennevnte mener Kreativt Forum at **forslaget bør trekkes** og at det bør erstattes med et nytt forslag som tar hensyn til behovet for klarhet og samtidig har et mer nyansert anvendelsesområde. Sekundært mener KF, dersom forslaget består, at det må gjøres betydelige endringer for å bøte på de usikkerheter som gjør seg gjeldende.

*Kreativt Forum deltok ikke under høringsmøtet den 7. September 2012, men vi har gjennomgått referatet. Kreativt Forum verdsetter at departementet allerede på dette stadiet foreslår presiseringer. Presiseringene illustrerer behovet for å innsnevre og tydeliggjøre regelverket. De presiseringer som er foreslått er imidlertid ikke tilstrekkelig til å bøte på den ubalansen som ligger i forslaget, ref ovenfor. Særlig bidrar 18-års grensen til at regelverket fremstår som langt mer vidtrekkende enn det som formodentlig er nødvendig for å skåne barn og unge. Kreativt Forum mener at begrunnelsen for 18-års grensen, slik den er gjengitt i referatet, er lite tilfredsstillende. At 18 år er valgt som grense i andre*





regelverk, tilsier ikke at samme grensen passer for den foreslåtte reguleringen, jfr det som fremgår ovenfor.

Forøvrig mener Kreativt Forum videre at presiseringene som departementet har kommet med gir grunnlag for ytterligere usikkerhet. Departementene har opplyst at "vanlig" emballasje og innpakning ikke vil bli berørt, men det finnes ingen gjengs oppfatning av hva som er vanlig i denne sammenheng. Prinsipielt mener Kreativt Forum at emballering og innpakning bør falle utenfor det nye regelverket all den tid salg av "usunne produkter" ikke er forbudt. Innovasjonstakten tilsier for øvrig at det hele tiden vil søkes å finne nye, kreative måter å emballere mat på, og det vil være uheldig om ikke alle aktører kan bidra til å ta i bruk nye, innovative løsninger. Kreativt Forum er i tillegg kritisk til at det presiseres fra departementet at plassering i butikk i hovedregel faller utenfor. Prinsipielt bør plassering i butikk ikke omfattes av regelverket av samme grunn som for innpakking og emballasje. Behovet for et forutsigbart regelverk tilsier det samme.

Kreativt Forum noterer at det fra flere hold fremholdes at regelverket strider med EØS-retten, hvilket samsvarer med Kreativt Forums syn, jfr ovenfor. Kreativt Forum har pt ikke vurdert om det er anledning til å gi denne type regelverk som forskrift til matloven, men vi vil likevel understreke at siden det er kommet inn høringsuttalelser der det fremgår at det lovmessige grunnlaget for forskriften svikter må det rettslige grunnlaget for forskriften vurderes nøye.

Med vennlig hilsen  
Kreativt Forum

Benedikte Løvdal  
benedikte@kreativtforum.no