

Helse- og omsorgsdepartementet
Postmottak@hod.dep.no

Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet
Postmottak@bld.dep.no

Vår dato 20.09.12
Vår referanse JVD

HØRING – FORSKRIFT OM MARKEDSFØRING RETTET MOT BARN OG UNGE AV NÆRINGSMIDLER

Det vises til utkast til forskrift om markedsføring rettet mot barn og unge av næringsmidler, sendt på høring 7. juni med opprinnelig høringsfrist 7. september, utsatt til 21. september, samt høringsmøtene 28. juni og 7. september d.å.

NHO Mat og Landbruk er en landsforening tilsluttet NHO. Foreningen er en kombinert arbeidsgiver- og næringspolitisk organisasjon. NHO Mat og Landbruk omfatter bedrifter og bransjer innen matindustri og landbruk, med hovedbasis i et innenlandsk jordbruk og/eller arealbruk. Foreningen har ca. 850 medlemsbedrifter, med over 22.500 årsverk. Hovedtyngden av medlemmene kommer i dag fra hhv kjøtt- og fjørfebransjen, meierisektoren, korn- og kraftfôr-, gartneri- og skogbransjen.

Denne uttalelsen er skrevet i samarbeid med Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund. Vi viser også til høringsuttalelsene fra TINE SA, Nortura SA, Norsk Landbrukssamvirke, NHO Mat og Drikke og NHO.

Innledning

NHO Mat og Landbruk vil understreke at vi støtter intensjonen i forskriftsutkastet slik det er uttrykt i § 1, Formål; dvs. "*fremme helse gjennom forebygging av overvekt og kostholdsrelaterte sjukdommer i befolkningen, ...*". Vi mener imidlertid at utkastet slik det foreligger ikke bidrar i tilstrekkelig grad til å oppnå forskriftens intensjon. Vi har mer tro på at andre virkemidler, som videreføring/videreutvikling av frivillige bransjeordninger, opplysningskampanjer og veiledning fra medisinsk personell i større grad vil bidra til å nå målet.

Med bakgrunn i våre medlemmers erfaringer med bransjevise retningslinjer på mattrykghetsområdet, er vi spesielt skuffet over at departementene har avfeid frivillige bransjeordninger som lite effektive etter kun kort tids utprøving. På

mattrygghetsområdet fungerer slike retningslinjer godt; de er til hjelp for industrien og blir også benyttet av Mattilsynet samt interne og eksterne revisorer.

Vi er videre usikre på om dokumentasjonen av at reklame er årsak til fedme hos barn og unge er så klar at den kan forsvare et de facto markedsføringsforbud mot visse matvarer. Departementene har lagt til grunn at det må være samsvar mellom de ulempene forskrifter påfører næringsaktørene og helsemessige gevinster. I dette tilfellet mener vi at det er manglende proporsjonalitet mellom forskrift og mulig helsegevinst.

En rekke undersøkelser peker på at inaktivitet, for eksempel ved TV-seing og dataspill, er et vel så stort problem i forhold til utvikling av fedme hos barn og unge. NHO Mat og Landbruk mener derfor at det bør legges ytterligere til rette for virkemidler som fremmer aktivitet fremfor ensidig forbud mot markedsføring av enkelte matprodukter.

I det følgende vil vi kommentere enkeltbestemmelser i forskriftsutkastet, samt redegjøre for noen uheldige konsekvenser av forslaget som neppe var tiltenkt fra departementenes side. Vi vil spesielt peke på at basismatvarer som bidrar med viktige næringsstoffer, og som kan og bør være en viktig del av hverdagskostholdet, ikke må omfattes av et regelverk som har til hensikt å ramme "*særlig usunne matvarer*". Eksempel på slike matvarer er meieriprodukter som blant annet er en viktig kilde til kalsium. Undersøkelser viser at ungdom er utsatt for suboptimalt kalsiuminntak. Å forby markedsføring av melkedrikker som er utviklet spesielt for å treffe denne gruppens smakspreferanser, slik at de også enkelt får i seg kalsium og andre viktige næringsstoffer for unge i vekst, virker mot sin hensikt.

Kommentarer til enkelte paragrafer

§ 3 Definisjoner

NHO Mat og Landbruk mener aldersgrensen på 18 år er satt for høyt. Det blir i praksis svært vanskelig å skille mellom markedsføring rettet mot 17 åringer og unge voksne i 20-årene. 12 år er en mer hensiktsmessig aldersgrense. Alternativt kan "*barn og unge*" defineres med fleksibilitet slik det åpnes for i Markedsføringsloven § 19.

"*Markedsføring*" må defineres. På høringsmøtet 28. juni 2012 ble det fra politisk hold sagt at emballasje og sponsing av for eksempel idrettsarrangement fra næringsmiddelaktører og hvor barn og unge deltar, ikke vil omfattes av forbudet - så sant det ikke deles ut i markedsøyemed produkter som omfattes av markedsføringsforbudet. Det bør derfor komme klart fram i forskriften at "*enhver handling*" ikke omfatter emballasje eller generell sponsing som ikke er koblet til salgsframstøt, jfr. § 5, eks. punktene

a), g) m.fl. som kan ramme emballasje, samt punkt j), som eksplisitt nevner sponning av bl.a. aktiviteter der barn og unge deltar eller er publikum.

NHO Mat og Landbruk er videre bekymret for om et markedsføringsforbud for norske firmaer på nett, eks. blogger, konkurranser mv., vil gi utenlandske produsenter av matvarer som også selges i Norge konkurransefordeler. De utenlandske produsentene vil fortsatt stå fritt til å markedsføre dette i andre land på nettsider som er tilgjengelige for dagens generasjon av internettbarn.

§ 4 Markedsføringsforbud

Forskriftsutkastets vedlegg definerer forsøksvis hvilke næringsmidler som skal omfattes, og man har plukket ut disse fra posisjoner i Tolltariffen. Tolltariffer er ikke egnet som grunnlag for å definere ulike produktgrupper, da de er satt ut fra helt andre hensyn enn produktenes effekt på helsen vår. Plassering av produkter i ulike tolltariffer tolkes heller ikke likt ved de forskjellige tollstasjoner, noe som kan føre til at importerte produkter kan havne i andre tolltariffklasser enn tilsvarende norskproduserte produkter og derav kunne omgå reglene i denne forskriften. Dette vil kunne føre til konkurransemessige ulemper. Videre kan et næringsmiddel komme inn under flere varenumre og/eller flyttes under nye koder. Et eksempel er "*Søte pålegg og desserter*" som forekommer under flere varenumre og da kun med betegnelsen "*ellers*" eller "*andre*" uten nærmere beskrivelse.

En forutsetning for å unngå forvirring om hvilke næringsmidler markedsforbudet til enhver tid inkluderer, er at vedlegget til forskriften må være mer eksplisitt i de tilfellene den refererer til utdrag (ex) av et varenummer. I tillegg må forskriftens vedlegg ajourføres etter hver revidering av Tolltariffen dersom noen av de aktuelle varegruppene ellers endrer posisjon.

Det vises videre til inkonsistensen mellom teksten i § 4; "*... energitette, salte og næringsfattige*", og vedleggets definisjon av energitette, salte og næringsfattige; "*... høyt innhold av energi, fett, mettet fett, sukkerarter og/eller salt*". Forskjellen er ikke ubetydelig, og må avklares.

Definisjonen av "*usunne*" produkter er uklar, kravene er ikke i overensstemmelse med tilsvarende krav for "*sunnere*" varianter i Nøkkelhullsforskriften. Dette vil skape forvirring hos både forbrukere og matvareprodusenter.

Forskriftsutkastets vedlegg definerer ikke hva som ligger i "*næringsfattig*". Dette kan føre til noen urimelige konsekvenser for flere vanlig norske basismatvarer som inngår naturlig i et norsk kosthold, for eksempel ulike

meieriprodukter som yoghurt og melkedrikker. Flere av disse matvaregruppene bidrar med viktige essensielle aminosyrer og andre næringsstoffer. Energitetthet må med andre ord vektes opp mot næringstetthet. I høringsdokumentet argumenteres det også for at energitetthet bør vektes opp mot innhold av næringsstoffer gjennom en forenklet modell, men det går ikke frem av dokumentet hvordan denne vurderingen er gjort. Dette gjør vurderingen lite etterprøvbart og skaper uforutsigbarhet for industrien. I tillegg må basismatvarene sees i den kontekst de spises, slik at mengde og måltidets totale sammensetning må vurderes for å betegne om næringsmiddelet bidrar til et sunt kosthold eller ikke.

Hele gruppen Spise-is (nr. 21.05 i Tolltariffen) er kategorisert som "*usunn*" i utkastet til forskrift. Det blir for unyansert da det er mange spise-isvarianter med stor variasjon i fett- og sukkerinnhold. Det kommer også hele tiden nye is-produkter på markedet, bl.a. med mindre fett og sukker, som for eksempel yoghurt-is og is blandet med ostemasse. Det bør videre vurderes hva som er naturlige erstatninger dersom markedsføring av all spise-is skal forbys. Søtet kremfløte eller ulike søtete fettemulsjoner kan være slike erstatninger som ikke vil være omfattet av regelverket.

I fotnote 5 i forskriftsvedlegget foreslås det at markedsføring av hurtigmatretter hvor én bestanddel overstiger maksimumsverdiene, vil være forbudt. Dette er meningsløst når hele ideen med hurtigmatkonseptet er at det skal spises i ett måltid. NHO Mat og Landbruk mener at hele retten må sees under ett for å kunne vurdere enkeltbestanddelers bidrag til måltidet. Utkastet, slik det foreligger, kan eksempelvis føre til markedsføringsforbud av hurtigmat rettet mot barn og unge dersom fett eller søtt tilbehør er inkludert (dressinger, ketchup, etc.), mens den samme retten uten tilbehør, men med tilbehøret tilgjengelig for kunden i salgsløkalet, ikke vil bli rammet av forbudet.

NHO Mat og Landbruk mener at næringsmidlets næringstetthet må vurderes opp mot dets energitetthet, fett-, sukker- og saltinnhold når det gjelder varegruppene drikkevarer, spise-is, frokostblandinger og yoghurt og lignende. Når det gjelder varegruppen hurtigmat må hele retten sees under ett.

I fotnote 4 til § 4 står det at definisjonen av hurtigmat er "*Ferdig tilberedte, spiseklare næringsmidler som serveres på hurtigmatrestaurant, gatekjøkken, bensinstasjon, i storkiosk/kiosk og lignende utsalgssted.*" Det er uklart om samme mat, dersom den er innpakket og ligger i varehylle/kjøl/frys i samme lokale er omfattet av - eller unntatt - markedsføringsforbudet.

§ 5 Vurdering av om markedsføring er rettet mot barn og unge

Formuleringen "*som kan appellere til barn og unge*" kan tolkes svært bredt og kan i praksis bety totalforbud av markedsføring av de aktuelle

næringsmidlene, jfr. våre anførsler til § 3. En konsekvens kan bli konkurransefordel for allerede godt etablerte matvarer og samtidig hemming av innovasjon av nye, sunnere produkter innen de samme matvaregruppene.

NHO Mat og Landbruk er for øvrig bekymret for at begrepene i denne paragrafen åpner for en bruk av skjønn som medfører uforutsigbarhet og vilkårlighet i forvaltningen.

Hjemmel og forhold til EØS-regelverket

Næringslivets Hovedorganisasjon sentralt (NHO) har vurdert forskriftens hjemmel i Matlovens § 10 og konkluderer med at den ikke kan hjemle forslaget.

NHO har videre vurdert forskriftens forhold til EØS-regelverket, og konkluderer med at forslaget strider mot EØS-avtalen.

NHO Mat og Landbruk viser til NHOs høringsbrev og notat om de EØS-rettslige konsekvensene, og slutter oss til NHOs vurderinger og konklusjoner.

Videre arbeid med mat og helse

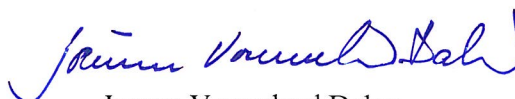
Avslutningsvis ønsker NHO Mat og Landbruk å understreke at matindustrien tar ansvar og i en årrekke har hatt helse som satsingsområde. Industrien ønsker å bidra aktivt til et sunt og variert kosthold i befolkningen, bl.a. gjennom forskning og utvikling av nye produkter og produktvarianter.

Vi går gjerne i dialog med departementene om emnet "mat og helse", og ønsker særskilt å orientere om vår erfaring med ulike bransjevisse retningslinjer på mattrykghetsområdet og overføringsverdi av dette til området mat og helse.

Vennlig hilsen
NHO Mat og Landbruk



Gaute Lenvik
Adm. direktør



Jorunn Vormeland Dalen
Fagsjef matpolitikk