

Helse- og omsorgsdepartementet
postmottak@hod.dep.no

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



Norsk
Landbrukssamvirke

Deres ref: 201202173/JON

Vår dato:
20.09.2012
Vår ref:
JK 2012/00061

Høringsvar - Utkast til forskrift om markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke

Norsk Landbrukssamvirke (NL) representerer 16 samvirkebedrifter med 16.500 ansatte. Disse er eid av 50.000 bønder. De fleste medlemsbedriftene produserer eller foredler mat, noen er mindre (Honningsentralen, Hoff), mens andre er store konsern (Tine, Nortura). Total årlig omsetning er ca 75 mrd.

NL vil i dette høringsnotatet peke på noen overordnede momenter som angår våre medlemsbedrifter generelt og ellers henviser til høringsuttalelser fra Tine og Nortura samt NHO Mat og landbruk.

Generelt

Norsk Landbrukssamvirke er sterkt opptatt av landbruksnæringas samfunnsoppdrag og støtter således helhjertet opp om intensjonen i den foreslåtte forskriften slik det er uttrykt i § 1, "Formål". Imidlertid har det i høringsprosessen og på høringsmøtene framkommet informasjon som gjør det nødvendig å stille spørsmål ved om forskriften kan innføres i sin nåværende form.

Norsk Landbrukssamvirke legger vekt på følgende:

- Det har på høringsmøtene vært bred enighet at markedsføring av usunne produkter overfor barn bør unngås.
- Det er skapt stor usikkerheter om hvilke konsekvenser og effekter det vil ha å innføre forskriften. Forskriften, slik den foreligger, skaper uforutsigbarhet.
- Det foreligger flere juridiske betenknninger som skaper uklarhet om forskriften er i strid med Norges EØS forpliktelser, og om forskriften lar seg hjemle i Matloven slik det er foreslått.
- Uten en veldig klar begrunnelse avvises frivillige bransjeretningslinjer som et alternativ til å innføre forskrift.

Ut fra dette anbefaler Norsk Landbrukssamvirke at man primært innleder et samarbeid med næringa og berørte interesseorganisasjoner, om å videreutvikle de bransjeretningslinjene som kun har virket en kort periode. Det er gode erfaringer med denne type retningslinjer

Postadresse:
Pb.9347 Grønland
0135 Oslo

Besøksadresse:
Schweigaards gate 34C
Oslo

Telefon:
22 05 47 00

Telefaks:
22 17 23 11

E-postadresse:
post@landbruk.no

Internett:
www.landbruk.no

Norsk Landbrukssamvirke
Norsk Landbrukssamvirke Servicekontor AS

Org.nr: 970 142 711
Org.nr: 985 265 739

Bank: 9365 14.83946
Bank: 9365 15.09244

innenfor hygienelovgevingen som bør kunne anvendes på dette fagområdet. Sekundært ønsker vi at forskriften bearbejdes og sendes ut på en ny høring etter at de juridiske innvendningene som har framkommet er grundig vurdert.

Norsk Landbrukssamvirke ønsker å bidra til at det utvikles en godt fungerende bransjeretningslinje, og mener dette er et egnet virkemiddel for å håndtere problemstillinger der skjønnsmessig vurderinger har en avgjørende betydning.

Kommentarer til den foreslåtte forskriften

Norsk Landbrukssamvirke er helt enig i at det er de mest usunne produktene som skal rammes av et eventuelt markedsføringsforbud rettet mot barn og unge. Men vi finner det nødvendig å påpeke noen uheldige konsekvenser som sannsynligvis ikke er tiltenkte fra HOD's side.

Forskriftens vedlegg definerer hvilke matvaregrupper som ansees som energitette, salte og næringsfattige. Vedlegget må derfor gås grundig igjennom slik at en unngår at vanlig norske matvarer som utgjør en del av basismåltidene til barn og unge blir rammet av et markedsføringsforbud. Intensjonen med forskriften må derfor skjerpes slik at basismatvarer ikke inkluderes, men kun "særlige usunne matvarer".

Kommentarer til de enkelte paragrafer med uthevet skrift av alternative forslag

§ 3: Definisjoner.

- a. NL 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-åra. ***En mer hensiktsmessig aldersgrense bør være 12 år. Alternativt at 'barn og unge' må defineres med fleksibilitet slik det åpnes for i Markedsføringsloven § 19.***
- b. 'Markedsføring' må defineres. Det ble sagt på høringsmøtet 28. juni 2012 at emballasje og sponing av for eksempel idrettsarrangement fra næringsmiddelaktører og hvor barn og unge deltar, ikke vil bli forbudt så sant det ikke deles ut i markedsøyemed produkter som omfattes av markedsforbudet. ***Det bør komme klart fram i forskriften at 'enhver handling' ikke omfatter emballasje eller generell sponing som ikke er koblet til salgsframstøt.***

§ 4: Markedsføringsforbudets vedlegg som definerer hvilke næringsmidler som skal omfattes

- a. Tolltariffens varenummer er ikke utformet etter matvarens helsemessige effekter, men er satt opp i overensstemmelse med Verdens tollorganisasjon (WCO). Det er et komplisert system som blir revidert hvert 5. år, bl.a. som en følge av teknologisk utvikling og nye internasjonale handelsavtaler. Siden Tolltariffen er internasjonalt forpliktene vil ikke næringsgruppene sine posisjoner eller varenummer kunne bestrides og er således ikke-diskriminerende. Imidlertid, et næringsmiddel kan komme innunder 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.

NL setter spørsmål ved om Tolltariffen er et hensiktsmessig referanseverk for å ramme de 'usunne' næringsmidlene, dvs. de som er 'energitette, salte og næringsfattige'. ***En forutsetning for å unngå forvirring om hvilke næringsmidler markedsforbudet til enhver tid inkluderer, krever at vedlegget til forskriften må være mer eksplisitt i de tilfellene den referer 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.***

- b. Forskriftens vedlegg definerer ikke hva som ligger i 'næringsfattig', noe som etter NL's syn kan føre til noen urimelige konsekvenser for flere vanlig norske basismatvarer



som inngår naturlig i vårt kosthold. Eksempelene her kan være ulike meieriprodukter (yoghurt og melkedrikker). Meieriproduktet har Tine gitt en utførlig gjennomgang av i sitt høringssvar. Flere av disse matvaregruppene bidrar med viktige essensielle aminosyrer og andre næringsstoffer. Energitetthet må med andre ord vektas opp mot næringstetthet, noe forslaget ikke går inn på. 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 gruppa Spise-is (nr. 21.05 i Tolltariffen) er kategorisert som 'usunn' i utkastet til forskrift. Det blir for unyansert etter NL's syn da det er mange ulike spise-is varianter 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. Søtete kremfløte eller ulike søtete fettemulsjoner kan bli slike erstatninger som fritt kan markedsføres mot barn og unge. Det bidrar neppe til at forskriftens intensjon oppfylles.

Frokostblandinger er en matvaregruppe som også kan ha mange verdifulle næringsstoffer (høy næringstetthet) sjøl om det totale innholdet av sukkerarter overstiger maksimumsverdien. Det har ingen ønsket effekt å forby markedsføring av søte frokostblandinger rettet mot barn og unge dersom konsekvensen blir at mindre søte blandinger spises (av barn/unge), men med (enda) mer tilsatt søtt syltetøy eller strøsukker i stedet.

Fotnote 5 i Vedlegget til forskriften foreslår at markedsføring av hurtigmatretter hvor én bestanddel overstiger maksimumsverdiene, vil være forbudt. Dette er etter NL's syn meningsløst når hele ideen med hurtigmatkonseptet er at det skal spises i ett måltid (eks. ferdige middager fra Fjordland). Etter vårt syn må derfor hele retten sees under ett for å kunne vurdere enkeltbestanddelers bidrag til måltidet. Utkastet til forskriften slik den er beskrevet 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 salgslokalet ikke vil bli rammet av forbudet.

NL vil foreslå at næringsmiddelgruppene som skal omfattes av markedsføringsforbudet rettet mot barn og unge begrenses til 'Sjokolade- og sukkervarer, herunder søte pålegg og desserter', snacks, drikkevarer og 'kaker, kjeks og annet søtt bakverk'. Alternativt at forskriften åpner for å vurdere næringsmidlets næringstetthet opp mot dets energitetthet, og fett-, sukker- og saltinnhold når det gjelder varegruppene drikkevarer, spise-is, frokostblandinger og yoghurt og lignende. Når det gjelder varegruppa hurtigmat må hele retten sees under ett.

§ 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 mot markedsføring av de aktuelle næringsmidlene jamfør punktet § 3a. Det vil som en konsekvens føre til konkurransefordel for allerede godt



etablerte matvarer og samtidig hemme innovasjon av nye, 'sunnere' produkter innen de samme matvaregruppene.

NL vil foreslå at formuleringen 'som kan appellere til' under §5 og underpunktene a, f, g, h og i, endres til 'som har til hensikt å appellere til'.

Avslutningsvis ønsker NL å understreke vår vilje til å gå i dialog med HOD og BLD. Vi står derfor til disposisjon for utdypringer og videre dialog om våre synspunkter og forslag.

Med vennlig hilsen
Norsk Landbrukssamvirke

Ola Hedstein
Adm.dir.

Jessica Kathle
Fagsjef