

# Høringssvar på forslag til forskrift om markedsføring av næringsmidler rettet mot barn og unge.

**Rieber og Søn ASA**

**September 2012**

Det vises til høring av utkast til forskrift om markedsføring av næringsmidler rettet mot barn og unge.

Bakgrunnen for forslaget er at myndighetene har et ønske om å forebygge overvekt og kostholdsrelaterte sykdommer i befolkningen og dermed fremme helse.

Som en stor matprodusent er Rieber & Søn opptatt av å tilby trygg mat hvor det er tatt hensyn til enhver tid oppdatert kunnskap fra forskning. I tillegg legger vi vekt på å tilby variert mat med smak og egenskaper som forbrukerne etterspør. Rieber & Søn tilbyr næringsmidler i mange kategorier, noen av disse er forutsatt å dekke det daglige ernæringsbehovet, eks middagsretter, sauser og supper, samtidig som andre kategorier innen nytelse er forutsatt spist ved spesielle anledninger. Dette vil typisk være enkelte varer innen bakekategorien. Rieber & Søn vurderer at våre produkter er slike som inngår i et vanlig tradisjonelt kosthold, men at de dekker ulike formål, eks daglig måltid, på tur, fest og høytid, sesong osv.

Rieber & Søn ser at utviklingen med overvekt i befolkningen og særlig blant unge innebærer en helseutfordring. Vi deler myndighetenes oppfatning om at det er ønskelig å begrense denne utviklingen. Vi deler også myndighetenes oppfatning om at det er viktig å tillegge seg gode spisevaner i barne- og ungdomsårene.

Det er allerede en omfattende regulering av markedsføring rettet mot barn. Hensynet bak eksisterende regulering er ikke helse/overvekt, men eksisterende reguleringer omfatter også næringsmidler.

Rieber & Søn har, slik vi ser det, pr i dag ikke markedsføringsaktivitet rettet mot barn. Som produsent av vaffelrøre er vi imidlertid sponsor av en rekke større og mindre arrangementer ved at vi gir ut en del gratis røre på forespørsel. Dette dreier seg også om arrangement hvor barn er deltakere.

## **Juridisk vurdering - forskriftstekst**

Det vises til en omfattende juridisk vurdering som er gjort av forskriftsforlaget i NHO Mat og drikkes høringssvar. Uten å gå inn i detaljene, vil vi understreke at vi deler oppfatningen om at det er tvilsomt om forskriften slik den foreligger er innenfor det Matloven gir hjemmel for å forskriftsregulere. Tilsvarende deler vi oppfatningen om at det er tvilsomt at forskriften slik den er utformet vil være i tråd med EØS-avtalen.

I den juridiske vurderingen som ligger til grunn for forslaget brukes betegnelsen "usunn" mat og drikke. Og at det er behov for en spesialisert regulering av dette. Og det sies at formålet

med eventuelle regler om markedsføring rettet mot barn og unge vil være å beskytte barns helse.

Slik forskriftsforslaget er utformet er det vår vurdering at dette i praksis vil innebære et generelt markedsføringsforbud av de varene som er omfattet. Bakgrunnen for denne konklusjonen er at barn og unge defineres til personer opp til 18 år og de vurderingsmomenter det skal legges vekt på i vurderingen av om markedsføringen er rettet mot barn og unge, hvor det skal legges vekt på om *”markedsføringen eller de markedsførte næringsmidlene har en presentasjonsform, innhold eller utforming som kan appellere til barn og unge, for eksempel på grunn av språk, farger, effekter eller bildebruk”*.

Markedsføringsfaglig er det så å si umulig å skille en målgruppe på 17 1/2 år fra en målgruppe over 18 år. Når det i tillegg ikke er et krav at markedsføringen skal være rettet spesielt mot, men at det er nok at den kan appellere til personer under 18 er vurderingen at et slik skille ikke lar seg gjøre og at det da i praksis vil føre til et markedsføringsforbud.

Det er i tillegg flere andre forhold ved forskriften som gjør at den er uklar og gir rom for tolkningstvil. Jf at det av forslagsstiller i høringsmøter og media er gitt uttrykk for at en tolkning av forskriftsforslaget ut i fra dennes ordlyd gir resultater som ikke er tilsiktet. På den bakgrunn går vi ikke nærmere inn på de enkelte bestemmelsene.

### **Konsekvenser**

Dersom forslaget skulle bli vedtatt slik det forligger vil det ha svært alvorlige konsekvenser for vår virksomhet.

Vi produserer en rekke av de produktene som er omfattet av forskriften. Dette gjelder desserter og søte pålegg, sjokoladedrikk og kaker, kjeks og annet søtt bakverk. Den største kategorien er bakervarene.

Rieber & Søn produserer kaker og ulike typer bakverk ved vårt bakeri i Lierne i Nord-Trøndelag. Dette bakeriet ble etablert i 1990 og har vokst frem til en virksomhet som i dag sysselsetter rundt 120 personer og har en omsetning på rundt 100 millioner. Her bakes det kaker og lefser som har vært en del av tradisjonelt norsk kosthold til alle tider. Dersom disse produktene skulle bli rammet av et totalforbud mot markedsføring vil det ha store konsekvenser og det er vanskelig å se for seg at en kan utvikle og opprettholde virksomheten under slike rammevilkår.

En annen konsekvens av et så omfattende markedsføringsforbud er at det også generelt vil påvirke innovasjonsaktiviteten. Dersom det i praksis ikke blir anledning til å markedsføre nye produkter innenfor enkelte kategorier, vil det også begrense industriens insitament til å utvikle nye og sunnere produkter innen disse kategoriene.

### **Alternativ løsning**

Det er mange måter å påvirke spise- og levevaner på og dermed ta ansvar for overvekt som et samfunnsproblem.

Matindustrien bør være en del av løsningen, men det må være en balanse i forhold til det å ta ansvar og samtidig kunne drive næringsvirksomhet. Det bør også være en fordeling av ansvaret og en begrensning av hvor stor del av ansvaret som legges på den bearbeidende industrien med høyt foredlingsnivå og de øvrige matprodusenter. Helseeffekten av all mat vil avhenge av mengden som inntas.

Rieber & Søn ønsker en løsning hvor det legges opp til at industrien tar ansvar gjennom frivillige retningslinjer i kombinasjon med den lovgivning som allerede finnes for å regulere markedsføring mot barn. Den prosessen som nå har vært gjennom fremleggelsen av forslag til forskriftsregulering har satt fokus på problemet og det har også påvist mulighetene for at industrien kan gjøre noe. Dette ønsker vi å delta i. Det må imidlertid være en forholdsmessighet i begrensninger som legges på næringslivet og det man kan oppnå, og en erkjennelse av at en samfunnsutfordring ikke kan løses alene av en del av industrien.

Industriens innsats må komme i kombinasjon med en løsning hvor myndighetene tar et større ansvar gjennom å formidle kunnskap om betydningen av et balansert kosthold og fysisk aktivitet. Dette bør skje både gjennom skoler og barnehager, men ikke minst gjennom opplysningskampanjer rettet mot foreldre. Det er ikke tvil om at det er de som uansett har størst påvirkning på barns valg av matvarer og holdninger til disse.

En frivillig løsning med frihet under ansvar bør utarbeides av industrien i tett kontakt og forståelse med myndighetene og med utgangspunkt i dagens frivillige retningslinjer.

## **Konklusjon**

Rieber & Søn mener at forskriften ikke kan vedtas slik den foreligger.

Rieber & Søn ønsker en løsning med frivillige retningslinjer i kombinasjon med allerede gjeldende regelverk.

Rieber & Søn vil delta i dialog med myndighetene om en slik frivillig løsning og er innstilt på å ta ansvar.