



Helse- og omsorgsdepartementet
Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet

Deres ref.:

Vår ref.: 12/2418

Dato: 30.8.2012

Høringssvar - forslag til ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke

Vi viser til brev fra Helse- og omsorgsdepartementet og Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet av 07.juni 2012 - Forslag til ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke. Innspill er innhentet fra relevante organisasjonsledd i Legeforeningen og behandlet i Sentralstyret 24.august 2012.

Høringsnotatet er omfattende og omhandler på en grundig måte blant annet helsemessige utfordringer for barn og unge knyttet til kosthold, beskrivelse av tilstanden på området i Norge i dag, om det er behov for ytterligere restriksjoner på markedsføring av ”usunn” mat og drikke til barn og unge, samt hvordan nye restriksjoner på området bør utformes.

I høringsnotatet påpekes det at det er en klar korrelasjon mellom sosiale helseforskjeller, ”usunn mat og drikke” og overvekt. Det argumenteres med at nevnte forskrift vil treffe og påvirke hele samfunnet uavhengig av sosial tilhørighet, og dermed bidra til å redusere og utjevne sosiale ulikheter i helse.

Legeforeningen støtter forslag til ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke. Legeforeningen ønsker å arbeide for flere gode leveår og reduksjon av sosiale helseforskjeller i samfunnet noe som også fremgår i statusrapport utarbeidet av legeforeningen (2012): ”Pulsen opp for bedre helse – om forebyggende og helsefremmende arbeid”. Forslaget er derfor i tråd med Legeforeningens policy på dette området, men vi vil påpeke at det er markedsføringen av usunn mat og drikke rettet mot barn og unge vi vil til livs.

Markedsføring og fedme

Både internasjonalt og nasjonalt er fedme blitt vår tids største helseproblem. Over halvparten av alle norske 40-45 åringer er overvektige, mens en av fem åtteåringer lider av overvekt eller fedme, noe som er svært bekymringsverdig med hensyn til fremtidens helseutfordringer. I tillegg øker livsstilssykdommer som diabetes type 2 i omfang blant den yngre befolkningen, noe som tidligere hovedsaklig rammet den eldre delen av befolkningen. Den oppvoksende generasjonen står i fare for å leve kortere enn sine foreldre. WHO og OECD har påvist at markedsføringsregulering kan være blant de mest kostnadseffektive tiltakene til for å forebygge kostholdsrelaterte sykdommer. Slike tiltak er også med på å utjevne sosiale ulikheter i befolkningen.

Barn er særlig sårbare

Barn er særdeles sårbare overfor reklame, noe som også er årsak til dagens fornuftige forbud om TV-reklame rettet mot barn i beste sendetid. Markedsføring av godterier inneholder alt fra gaver, leker, kuponger, rabatter, samleobjekter og leker som appellerer til barn og som dermed er med på å presse opp inntaket av sukker. Det er videre godt dokumentert at barns kjøpevaner påvirkes av reklame på TV og at de barna som ser mye på TV, spiser mer usunn mat. Det er imidlertid ikke dokumentert at

markedsføring mot barn direkte medfører overvekt/fedme. Legeforeningen oppfordrer til mer forskning og dokumentasjon med hensyn til hvordan eksponering og markedsføring påvirker barns inntak av usunne matvarer og dermed eventuel overvekt/fedme.

Helsefremmende tiltak må prioriteres

Helsemyndighetene har ikke bare ansvaret for å kurere sykdom, men skal også forebygge. Å fjerne moms på frukt og grønt støttes av 80 prosent av befolkningen. Det viser en landsomfattende spørreundersøkelse Legeforeningen fikk gjennomført i mai 2012. Legeforeningen vil derfor, i tillegg til mindre markedsføring, fremme billigere sunn mat som et annet virkemiddel for å få befolkningen til å velge sunne alternativer. Så lenge usunn mat er billig, vil dette bidra til å opprettholde usunne valg og større grad av helseforskjeller i befolkningen. De prispolitiske virkemidlene har tilsiktede effekter, og de må iverksettes.

Helsefremmende tiltak nytter!

Å lovregulere markedsføring av usunn mat og drikke er et sentralt forebyggende grep. Regjeringens forslag er et skritt i riktig retning. Reklameforbud i kombinasjon med pris- og tilgjengelighets regulering har hatt dokumentert effekt på tobakksområdet. Andelen dagligrøykere har gått kraftig ned i befolkningen, og selv om det tar noen år før nedgangen kan observeres i helsevesenet, er det et godt eksempel på at slike tiltak nytter. Tilsvarende tiltak må implementeres på kostholdsområdet.

Med hilsen
Den norske legeforening



Geir Riise
Genralsekretær



Jorunn Fryjordet
Avdelingsdirektør

Saksbehandler
Gorm Hoel/ Anjam Shuja

