

Helse- og omsorgsdepartementet
postmottak@hod.dep.no

Vår dato 21.9.2012
Deres dato 7.6.2012
Vår referanse Kristin Gyldenskog
Deres referanse 201202173/JON

Høring – forslag til ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke

Det vises til departementets høringsbrev den 7. juni 2012. NHO Reiseliv vil i det følgende kommentere forslaget.

NHO Reiseliv er med våre over 2.500 medlemsbedrifter den største arbeidsgiverorganisasjonen innenfor norsk reiseliv. I 2011 var ett av ti årsverk i fastlands-Norge tilknyttet reiselivsnæringen og næringen sto for totalt 6,4 prosent av verdiskapingen i fastlands-Norge. Våre medlemmer er bedrifter innenfor bransjene overnatting, servering, fornøylesparker, opplevelse, destinasjonsselskaper og bilutleie.

NHO Reiseliv forstår Regjeringens ønske om å bekjempe fedme blant barn og unge og mange av våre medlemsbedrifter legger vekt på å utvikle sunne alternativer til forbrukeren. Eksempler på dette er hamburgere som har fått et grovere brød, fritryolje er byttet ut med solsikkeolje, det tilbys knaskegulrøtter eller eplebåter istedenfor pommes frites osv. NHO Reiseliv vil gjerne gå i dialog med departementet på vegne av serveringsbransjen om det videre arbeidet med å redusere overvekt blant barn og unge.

Medieuttalelser fra statsministeren og helseministeren, skaper tvil om hvordan høringsnotatet skal kunne tolkes. Det er derfor uklart for NHO Reiseliv hva utkastet egentlig innebærer. NHO Reiseliv stiller seg bak NHO sitt høringssvar. De juridiske hovedinnvendingene til det utsendte høringsnotatet er følgende:

- Forslaget mangler hjemmel. Forskriften kan ikke hjemles i matloven, da hjemmelen ikke er ment for markedsføringsforbud.
- Det foreslåtte markedsføringsforbudet er i strid med artikkel 13 i EØS-avtalen om fri bevegelse for varer. Forbudet kan ikke begrunnes med hensyn til folkehelsen, da det finnes andre tiltak som kan oppnå målsettingen om å redusere fedme blant barn og unge.
- Slik den foreslåtte forskriften er utformet er det svært vanskelig å forstå omfanget av markedsføringsforbudet. I forskriften står det at markedsføring rettet mot barn og unge skal være forbudt, men også markedsføring som kan appellere til barn og unge. Når barn og unge defineres som alle under 18 år er det lite spillerom igjen for produsentene og vi tolker den foreslåtte forskriften som et totalforbud.

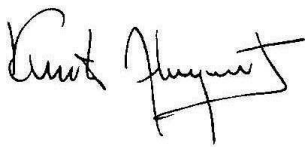
- Det er tvilsomt om markedsføringsforbudet er i overensstemmelse med AMT-direktivet.

Basert på det utsendte høringsnotatet, har NHO Reiseliv på vegne av våre medlemsbedrifter flere spørsmål om avgrensning av det foreslåtte markedsføringsforbudet: Er det slik at visning av menyer med bilder av produkter som en hamburger eller pizza vil bli forbudt? Vil en plakate i en fornøyelsespark som viser utvalget av restauranter, illustrert med mattilbud være forbudt? Hva hvis det er en kiosk i en fornøyelsespark, skal de være fratatt retten til å vise produktene sine? Vil en plakate langs veien som reklamerer for en veikro og maten de selger, være forbudt?

I et av vedleggene til høringsnotatet er det en oversikt over næringsmiddelgrupper som anses som energitette, salte og næringsfattige. Hurtigmat er en av næringsmiddelgruppene. Hurtigmat blir definert som "*ferdig tilberedte, spiseklare næringsmidler som servers på hurtigmatrestaurant, gatekjøkken, bensinstasjon, i storkiosk/kiosk og lignende utsalgssted*". Det er uklart hva departementet legger i begrepene *hurtigmatrestaurant* og *lignende utsalgssted*, noe som gjør det vanskelig å forstå omfanget av det foreslåtte markedsføringsforbudet. NHO Reiseliv er også kritisk til at forbudet skal gjelde "*dersom en eller flere av bestanddelene i retten overstiger maksimumsverdiene i denne tabellen for innhold av næringsstoffer i hurtigmat*".

NHO Reiseliv mener, på bakgrunn av argumentasjonen over, at forskriften ikke bør vedtas.

Med vennlig hilsen
NHO Reiseliv



Knut Almquist
Administrerende direktør



Kristin Gyldenskog
Direktør kommunikasjon
og næringspolitikk