

Helse- og omsorgsdepartementet
Postboks 8011 Dep
0030 Oslo

Kopi: Kulturdepartementet v/Kulturminister Hadia Tajik

Vår referanse: 571471v1
Deres referanse:
Dato: 21. september 2012

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

Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komité (NIF) viser til høringsnotat og utkast til forskrift i ovennevnte sak av 7. juni 2012, med innspillsfrist 21. september. Vi registrerer at idretten ikke er ført opp som høringsinstans for høringen. Vi finner dette uakseptabelt all den tid forslaget til nytt regelverk vil kunne få svært store konsekvenser for norsk idrett. Et vidtrekkende markedsføringsforbud, overfor barn og unge under 18 år, vil kunne bety store økonomiske tap for både lokale idrettslag og store idrettsarrangementer.

Vi vil innledningsvis fastslå at norsk idrett i dag praktiserer svært strenge regler for markedsføring overfor barn og unge. Vi ser at forslaget til ny forskrift vil være svært omfattende og vil kunne få uante konsekvenser for så vel idretten, som andre frivillige aktører. Vi vil på bakgrunn av dette **anbefale at Regjeringen ikke innfører de foreslåtte forskriftene**

NIF og de undertegnende særforbundene og idrettskretsene er positive til formålet om å bedre helsen til barn og unge, men støtter ikke den foreslåtte forskriften.

Vi har hittil ikke registrert klager fra myndighetene på måten idretten har forholdt seg til sponsorer. Det framstår derfor som underlig og uforståelig at man fra Helse- og omsorgsdepartementet og Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, fremmer regler om innskjerping av sponsorreglene (jfr. foreslått § 5 j), uten noen forutgående dialog med norsk idrett, som den største nasjonale sponsoraktøren.

Norsk idrett har gjennom mange år arbeidet systematisk med verdispørsmål. I Norges idrettsforbund og olympiske og paralympiske komités lov, heter det i § 1-2; «*Organisasjonens arbeid skal preges av frivillighet, demokrati, lojalitet og likeverd. All idrettslig aktivitet skal bygge på grunnverdier som idrettsglede, fellesskap, helse og ærlighet.*»

Norges idrettsforbund har også utarbeidet egne retningslinjer for markedsføring overfor mindreårige i idretten. Her slås det blant annet fast at det er viktig at idretten gjør sitt for at mindreårige ikke blir utsatt for ulovlig markedsføring, og markedsføring som kan bidra til å påvirke mindreårige på en uheldig måte.

Vi oppfatter at disse reglene blir fulgt av idretten selv, og blir respektert av våre samarbeidspartnere.

NIF er Norges største barne- og ungdomsorganisasjon med ca 12 000 idrettslag og over 2,1 millioner medlemskap, hvor om lag 850 000 av disse er under 20 år. Den organiserte idretten er derfor en av statens viktigste samarbeidspartnere i arbeidet med å motvirke inaktivitet og følgelig overvekt og kostholdsrelaterte sykdommer hos barn og unge. Idretten tar problematikken på alvor. I tillegg til å levere fysisk aktivitet til barn og unge gjennom idrettslagene hver eneste dag over hele landet, jobber norsk idrett sammen med andre organisasjoner og institusjoner om å skape et mer fysisk aktivt samfunn.

Norsk idrett er hovedsakelig finansiert av medlemskontingenter, offentlige bidrag, spillemidler og markeds- og sponsorinntekter. Slik forskriften er utformet vil den høyest sannsynlig medføre betydelig nedgang i markeds- og sponsorinntekter for idretten. Idrettsorganisasjonen ønsker innsikt hvordan Regjeringen ser for seg å kompensere en slik nedgang. En nedgang i markeds- og sponsorinntekter vil redusere finansieringen og begrense idrettens muligheter for å tilrettelegge aktivitet som bidrar til at staten når sine mål om å motvirke inaktivitet, overvekt og kostholdsrelaterte sykdommer. Vi vil samtidig peke på idrettsmeldingen, St. melding 26 (2011–2012) kapittel 7.1.1 - Sponsoravtaler og idrettens markedsinntekter, hvor regjeringen skriver følgende:

«Idretten har et betydelig markedspotensial. Det er også et mål for norsk idrett å styrke finansieringen lokalt og sentralt gjennom samarbeid med næringslivet. Det er også en forventning fra statens side at norsk idrett på sentralt nivå har andre inntektskilder enn spillemidlene».

Det hører også med til bildet at Kulturdepartementet i ulike sammenhenger påpeker viktigheten av at idretten benytter seg av sponing. I departementets tildelingsbrev for spillemidler i 2012, heter det; *«Det er avgjørende at toppidrettens ressursgrunnlag også styrkes gjennom andre inntektskilder, i første rekke gjennom markedsinntekter.»*

Sponing er en svært viktig inntektskilde for både bredde- og eliteidretten. Dette er, som vist over, også et ønske fra myndighetene. Vår erfaring er som sagt at samarbeidet mellom idretten og næringslivet foregår på en svært ryddig og god måte.

All den tid det ikke har vært stilt spørsmålstegn ved måten sponsorer har vært synlige eller delaktige i idrettsarrangementer de senere år, er det vanskelig å forstå behovet for å stramme inn reglene for sponing, slik det forslås i utkastet til nye forskrifter.

Sponing er i dag langt mer enn en logo på draktene eller et reklameskilt på arenaen. Det handler om avtaler om arenasalg, varer i kiosken osv. Det er eksempelvis ikke uvanlig at en sponsoravtale omfatter at en leverandør har enerett på salg av pølser, is, brus eller andre produkter på arrangementet og profilerer produktene på denne måten. Dette er blant de ting vi oppfatter at vil kunne være i strid med forslaget til ny forskrift.

Det er flere firmaer som er nært knyttet opp til produkter som rammes av forbudet mot markedsføring overfor barn og unge. Slik vi forstår forslaget kan det innebære et forbud mot å ha disse som synlige sponsorer på arrangementer der barn og unge deltar eller er publikum. Dette kan for eksempel dreie seg om brus, is-producenter eller sjokolademerket.

Et særnorsk forbud mot sponing og profilering av et stort antall næringsmidler vil også begrense Norges muligheter til å gjennomføre internasjonale idrettsarrangementer.

Det fremstår som svært vanskelig å overskue effekten av en streng tolkning av regelverket der det ikke vil være lov med noen form for markedsføring av det som kan tenkes å være noe usunn mat og drikke overfor barn og unge under 18 år. I utkastet til ny forskrift defineres markedsføring som – *enhver handling foretatt i næringsvirksomhet for å fremme omsetning av næringsmidler overfor forbrukere.*

Idretten ønsker å bidra til at regjeringen *oppnår formålet* bak forskriften. Regler og lover må imidlertid utformes slik at den ikke undergraver idrettsarrangementer og aktiviteten i lokale idrettslag. Vi våger å kunne si at gjennom våre 54 særforbund, 19 idrettskretser, 360 idrettsråd, 12000 idrettslag og ca 2.1 millioner medlemsskap i Norges idrettsforbund, er vi gjennom organisasjonens totale og mangfoldige aktivitetstilbud den folkebevegelsen i Norge som driver mest forebyggende helsetiltak for å forebygge ulike livsstilssykdommer i samfunnet. Vi er videre av den oppfatning av formålet best kan nås på andre måter enn ved lovregulering, slik som for eksempel gjennom holdningsskapende- og verdibaserte prosjekter. Her vil norsk idrett være en god bidragsyter – noe vi allerede er.

NIF og alle de organisasjonsledd som har tilsluttet seg dette høringssvaret, mener høringsutkastet til ny forskrift om markedsføring av næringsmidler rettet mot barn og unge, ikke må settes ut i livet. Forslaget, slik det er utformet, er svært vidtrekkende samtidig som konsekvensene er svært uoversiktlige. På sponsorområdet kan vi ikke se at forslaget er praktisk gjennomførbart. Det er vår oppfatning at man nøye må utrede konsekvensene for så vel næringslivet som for idretten og frivillig sektor forøvrig, dersom denne type omfattende forbud mot markedsføring og sponing skal innføres. Norsk idrett mener myndighetene må se denne typen forebyggende arbeid i et helt annet perspektiv enn det som nå er foreslått. Idretten stiller gjerne vår kompetanse og erfaring til disposisjon for Regjeringen hva gjelder de problemstillinger dagens moderne samfunn står overfor på dette området.

Vi anbefaler på denne bakgrunn Regjeringen om ikke å innføre den foreslåtte forskriften.

Med vennlig hilsen



Børre Rognlien
Idrettspresident



Inge Andersen
Generalsekretær

Vedlegg:

Liste over alle særforbundene og idrettskretsene som har sluttet seg til dette høringssvaret

Vedlegg.

Liste over særforbund og idrettskretser som har bekreftet tilslutning til NIFs høringsvar:

- Norges Amerikanske Idretters Forbund
 - Norges Badmintonforbund
 - Norges Bowlingforbund
 - Norges Cykleforbund
 - Norges Danseforbund
 - Norges Fotballforbund
 - Norges Friidrettsforbund
 - Norges Golfforbund
 - Norges Hundekjørerforbund
 - Norges Håndballforbund
 - Norges Kampsportforbund
 - Norges Kickboxing Forbund
 - Norges Luftsportforbund
 - Norges Rytterforbund
 - Norges Skiforbund
 - Norges Skiskytterforbund
 - Norges Snowboardforbund
 - Norges Studentidrettsforbund
 - Norges Svømmeforbund
 - Norges Squashforbund
 - Norges Tennisforbund
 - Norges Volleyballforbund
-
- Aust-Agder Idrettskrets
 - Buskerud Idrettskrets
 - Finnmark Idrettskrets
 - Hordaland Idrettskrets
 - Møre og Romsdal Idrettskrets
 - Nord-Trøndelag Idrettskrets
 - Oppland Idrettskrets
 - Oslo Idrettskrets
 - Sør-Trøndelag Idrettskrets
 - Vest-Agder Idrettskrets
 - Østfold Idrettskrets