



Oslo, 09.10.12

Uttalelse fra Norsk forening for fedmeforskning om høringsnotat – forslag til ny regulering av markedsføring rettet mot barn og unge av usunn mat og drikke

Norsk forening for fedmeforskning beklager at vi ikke har vært kontaktet som høringsinstans tidligere, men ønsker likevel på meget kort varsel å gi en kortfattet tilbakemelding.

Vår forening støtter i hovedsak (alle detaljer er ikke vurdert pga tidspress) høringsnotatet om å forby markedsføring av usunn mat og drikke til barn under 18 år. I følge en rapport fra vår internasjonale fedmeforskningsorganisasjon IASO publisert 27. september 2012 (1) ser det ikke ut til at matvareindustrien selv er i stand til å ta ansvar for regulering av markedsføringen mot barn. Basert på industriens egne tall fra åtte land i Europa har markedsføring av sukkerholdig og fettrik mat og drikke til barn sunket med omtrent 25 % i løpet av de siste seks årene (1). Dette er ikke bra nok mener forfatterne og viser til at Norge med dette høringsforslaget om forbud mot markedsføring av usunn mat og drikke til barn under 18 år, er et godt eksempel til etterfølgelse for andre land i Europa (1).

I tredje avsnitt side 10 i høringsnotatet beskrives betydningen av et kosthold med høy energitetthet og økt risiko for utvikling av overvekt og fedme. Norsk forening for fedmeforskning ønsker i denne sammenheng å vise til tre nylig publiserte studier der man har studert sammenhenger mellom høyt sukkerinntak og utvikling av overvekt og fedme (2-4). Blant normalvektige barn fra 4-12 år fant man i en stor, randomisert, kontrollerte studie at en erstatning av sukkerholdig brus med kunstig søtet brus reduserte vektøkning og fettakkumulering i løpet av 1,5 år (2). Blant ungdom fant man i en annen randomisert, kontrollerte intervensjonsstudie en mindre økning i kroppsmasseindeks blant de som reduserte søtet drikke sammenlignet med de som fortsatte å drikke sukkerholdig brus etter 1 år, men ikke etter 2 år (3). Forfatterne mener at noe av forklaringen kan være at ungdommene i intervensjonsgruppen likte den sukkerholdige brusen og gikk tilbake til gamle drikkevaner i løpet av det andre året (3). Her kan det også være genetiske variasjoner som fører til at noen er mer utsatt for å utvikle fedme ved å drikke sukkerholdig brus enn andre (4).

Ut i fra dette mener Norsk forening for fedmeforskning at det er viktig og riktig å forby alle typer markedsføring av usunn mat og drikke til barn under 18 år. Det er ikke vist tilstrekkelig vilje til å redusere denne type markedsføring når begrensingen har vært pålagt matvareindustrien selv. Ved å begrense markedsføring til små barn vil man kunne redusere risiko for tidlig tilvenning av usunn mat og drikke og dette vil igjen kunne redusere risiko for at spesielt sårbare individer utvikler overvekt og fedme.

For Norsk forening for fedmeforskning

Mette Svendsen
Klinisk ernæringsfysiolog, PhD.
Preventiv kardiologi,
Oslo universitetssykehus.

Jøran Hjelmesæth
Formann i Norsk forening for fedmeforskning

Referanser

1. The report: A Junk Free Childhood 2012: Marketing foods and beverages to children in Europe is available at http://www.iaso.org/site_media/uploads/A_Junk-free_Childhood_2012.pdf
2. De Reuter JC, Olthof MR, Seidell JC, Katan MB. A trial of sugar free or sugar sweetened beverages and body weight in children. N Eng J Med 2012 DOI: 10.1056/NEJMoa1203034
3. Ebbeling CB, Feldman HA, Chomitz VR et al. A randomized trial of sugar sweetened beverages and adolescent body weight. N Engl J Med 2012 DOI:10.1056/NEJMoa1203388
4. Qi Q, Chu AY, Kang JH et al. Sugar-sweetened beverages and genetic risk of obesity. N Engl J Med 2012 DOI:10.1056/NEJMoa1203039