



# NORSKE SJOKOLADEFABRIKKERS FORENING

Helse- og omsorgsdepartementet

[Postmottak@hod.dep.no](mailto:Postmottak@hod.dep.no)

[Jon@hod.dep.no](mailto:Jon@hod.dep.no)

Vår dato: 12.9.2012  
Deres dato: 7.6.2012  
Deres ref: 201202173/JON  
Kopi: Næringskomitéen  
Nærings- og handelsdept.

## **Høringsuttalelse: forslag til ny regulering av markedsføring av mat og drikke rettet mot barn og unge.**

Forbruket av sjokolade og andre godterier har i svært mange år vært stabilt og nå svakt nedadgående<sup>1</sup>. Den lille økningen vi har sett siste ti år samsvarer med økt forbruk av sukkerfrie godterier.

Samtidig viser Helsedirektoratets tall at det totale sukkerforbruket har gått ned 12,8 kilo fra 1999 - 2010<sup>2</sup> og nå er lavere enn på 50-taller: 31 kilo per innbygger i året.

Likevel er det en bekymringsfull økning i overvekt og fedme, også blant barn og unge. Det tar vi på alvor. Norske sjokoladefabrikker så utviklingen for mange år siden, og vi fjernet derfor tidlig alle godteriautomater på skoler under høyskolenivå, og var aktive ved utformingen av de frivillige retningslinjene for markedsføring som vi utviklet i samarbeid med Standard Norge og Forbrukerrådet, og som vi undertegnet i 2007.

Det er åpenbart at denne selvreguleringen har hatt virkninger, selv om den har vært i funksjon svært kort tid. Vi mener at selvreguleringen kombinert med en aktiv kontroll ville hatt den nødvendige virkning departementene er ute etter. Vi er skuffet over at man ikke har tatt i bruk denne muligheten som har vist seg å være så vellykket andre steder.

### **Det meste forbys**

I mediene, og på høringsmøtet like før sommeren, er følgende blitt fremholdt:

- Forslaget skal ikke leses som et generelt markedsføringsforbud på noe område
- Enkeltprodukter vil ikke bli forbudt.
- Sponsing av barne- og idrettsarrangementer skal ikke stoppes
- Emballasje- og pakningsutforminger er ikke berørt

Disse uttalelser er ikke fulgt opp med endringer av forskriftsforslaget. Forskriftsforslaget inneholder nettopp de forbud som man i mediene har hevdet at man ikke skal innføre.

Vi må derfor forholde oss til forslaget slik det foreligger.

---

<sup>1</sup> [Årsstatistikk 2011](#) basert på tall fra SSB, TAD og Markedsfakta

<sup>2</sup> [Utviklingen i Norsk kosthold 2011](#), Helsedirektoratet

## **Manglende hjemmel**

Forslaget går svært langt. Kombinasjonen av en 18 års grense og at markedsføring som faktisk treffer barn og unge skal anses å være markedsføring overfor disse, gir langt på vei et generelt forbud. Forslaget innebærer også en sterk innskrenkning i markedsføringsvirkemidler og er et sterkt inngrep i den forretningsmessige ytringsfrihet.

Forslaget er så vidtrekkende at det ikke kan ha hjemmel i Matloven. Forarbeidene er klare: Hjemmelen der skal benyttes med forsiktighet.

Vi kan derfor ikke se at Departementene har hjemmel til å fremme reguleringen som forskrift.

## **Manglende forholdsmessighet**

Skal man begrense næringsaktørers frihet, bør man være sikker på at hensikten oppnås og at den ikke kunne vært oppnådd med en forsiktigere inngripen.

Man må også se på om de skadevirkninger for næringsaktørene forbudet medfører står i forhold til det som kan oppnås.

Vi vil hevde at de forbud som her foreslås overhode ikke står i forhold til det som kan oppnås.

I Norge har vi forbud mot TV-reklame mot barn, vi har en selvregulering som allerede har medført endringer, og som ved økt kontroll ville gitt det ønskede resultat.

Samtidig går forslaget så langt at det vil gi en konkurransefordel for utenlandske aktører og begrense norsk innovasjon og utvikling av sukkerfrie alternativer.

I siste instans vil norske arbeidsplasser kunne stå i fare.

Dette må ses opp mot hvorvidt forbudet vil ha den ønskede virkning: redusere overvekt og fedme. Vi tror ikke det.

Folkehelseinstituttet har et sammendrag av en tverrsnittsundersøkelse<sup>3</sup> på sine hjemmesider om barns overvekt, der det konkluderes med at problemet ikke er at overvektige barn spiser så mye usunn mat, men at overvektige barn spiser for mye.

Samtidig har kampanjer med sukkeradvarsler og industriens reduksjon av sukker i en rekke produkter, medført at nordmenn har redusert sitt sukkerforbruk. Dette har skjedd uten den foreslåtte regulering.

## **I strid med EØS**

Forslaget er ikke et egnet tiltak for å oppnå formålet og det gir handelshindringer, og er derfor i strid med EØS Art. 11 og 13.

## **Konklusjon: Forslaget må trekkes**

Norske Sjokoladefabrikkers Forening ber om at forslaget trekkes. Det mangler hjemmel, det er et uforholdsmessig tiltak med tvilsom virkning på hovedproblemet, det er i strid med EØS, det forbyr en masse som regjeringen i media har sagt det ikke skal forby og det setter norsk innovasjon og arbeidsplasser i fare.

Vi viser for øvrig til høringsuttalelsen fra NHO Mat og Drikke.

Vennlig hilsen

Norske Sjokoladefabrikkers Forening



Dag Kjetil Øyna

---

<sup>3</sup> [Oellingrath et al.](#)