



Oslo, 21.august 2013

Til  
Helse- og omsorgsdepartementet  
postmottak@hod.dep.no

## **Hørings svar på revidert forslag til forskrift om markedsføring av mat og drikke rettet mot barn**

BKLF er bransjeorganisasjon under NHO Mat og Drikke og en del av NHO-familien. BKLF har 160 medlemsbedrifter, inklusiv de store industribakeriene Bakers og Mesterbakeren, og en rekke små og mellomstore bakerier geografisk spredt over hele landet. NILF-tall viser at bakerbransjen har 7 723 sysselsatte i 2010. I volum representerer BKLF ca. 80 % av hele den norske bakerbransjen.

BKLF støtter NHO Mat og Drikke sin høringsuttalelse i sin helhet, men vil understreke enkelte punkter som er spesielt viktig for bakerbransjen.

### Samarbeid gir best resultat

BKLF ser positivt på det konstruktive arbeidet mot fedme generelt. Det kan nevnes at bransjen har utviklet en brødmerkingsordning (Brødskala'n) som viser prosentandelen av sammalt mel og hele korn i brødprodukter. Utviklingen av merket ble gjennomført i nært samarbeid med Helse- og sosialdirektoratet, Forbrukerrådet og Matforsk. Merket gir god kundeveiledning om sunne produkter. Bransjen registrerer økt salg av grove produkter.

Gjennom Opplysningskontoret for brød og korn som BKLF finansierer sammen med møllene og Norske Felleskjøp, har arbeidet for et sunt kosthold for barn en sentral plass. I denne forbindelse kan nevnes Fremtidens skolebrød med grovt mel og Matpakkekampanjen: Grovt ved skolestart.

BKLF er prinsipielt for et konstruktivt samarbeid for å vri produktspekter mot sunnere produkter, og har ingen tro på at et markedsføringsforbud vil ha bedre effekt. Det viktig å ta vare på den kreativiteten og engasjementet som oppstår i et samarbeid.

### BKLF støtter selvreguleringsordningen

Som eksemplene ovenfor viser, støtter bakerbransjen arbeidet mot fedme. Derfor ses det som positivt at matindustrien i fellesskap ønsker å gå sammen om en selvreguleringsordning. Ordningen vil i tillegg til en nyttig indre justis, bli inspirere bedrifter til å være innovativ og utvikle sunne produkter både for barn og voksne. Å sette en aldersgrense på 16 år for markedsføring av enkelte produkter, vil være svært vanskelig å følge opp. Hovedmålsettingen må være en generell innovativ tenkning for å utvikle sunne produkter.

Med vennlig hilsen  
Baker- og Konditorbransjen Landsforening

  
Anders Vangen