

Helse- og omsorgsdepartementet (HOD)
Teatergata 9, Postboks 8011 dep, 0030 Oslo
Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet (BLD)
Akersgata 59, Postboks 8036, 0030 Oslo

Oslo, 22.08.2013

Høring - revidert forslag til forskrift om markedsføring rettet mot barn av usunn mat og drikke.

Coop Norge Handel AS, viser til at Helse- og omsorgsdepartementet (HOD) og Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet (BLD) har sendt ut på høring et revidert forslag til regulering av markedsføring rettet mot barn av usunn mat og drikke.

Coop er en forbrukerstyrt føderasjon, eiet av over 1,3 millioner medlemmer. Coops overordnede formål er å forsyne medlemmene med gode og hensiktsmessige varer og tjenester til konkurransedyktig pris og kvalitet. Videre skal Coop tjene som interesseorganisasjon for medlemmene der disse gjennom sin innflytelse i de valgte organer kan søke å ivareta sine interesser som forbrukere.

Coop Norge SA er derfor i utgangspunktet positiv til alle initiativ som øker forbrukervelferden for våre medlemmer og forbrukerne i sin alminnelighet, også barn og unge. I dette perspektivet er Coop også bekymret for fedmeutviklingen i befolkningen.

Barn og unge er ikke en egen målgruppe for Coops generelle markedsføring. All vår kommunikasjon er utviklet for, og rettet mot det voksne publikum.

Barnefamilien er derimot en viktig målgruppe for Coop, og siden vi benytter mediekanaler og butikkene i vår markedsføring, hvor barn og unge kan bli eksponert for vår kommunikasjon skjer det en løpende vurdering av planlagte kampanjer og egen praksis opp mot Markedsføringsloven og siden 2009 «Forbrukerombudets veiledning om handelspraksis overfor barn og unge».

Coop har kontinuerlig en særlig oppmerksomhet når vi forholder oss til arenaer hvor barn og unge eksponeres for våre kommersielle budskap:

- Coop utvikler ingen markedsføring/kommunikasjon direkte rettet mot barn og unge.
- Coop bruker ikke mediekanaler spesielt rettet mot barn og unge.
- Ved utvikling og design av produkter i våre EMV serier brukes kun design/uttrykk som appellerer til barn på sunnere og næringsrike produkter, for eksempel innen bakervarer med Superbrød, Tigerbrød brød, Løvebrød brød, Louis Havreboller.

Coop Norge Handel AS, Grorud

Postboks 21 Haugenstua – N-0915 Oslo – Norge
Besøksadresse: Østre Aker vei 264
Telefon +47 22 89 95 95 – Telefaks +47 22 89 97 45 – Bankgiro 1503.17.46695
www.coop.no

- Ved gjennomføring av sponsoraktiviteter hvor barn og unge er sterkt til stede, eksempelvis Norway Cup og Ungdommens Kulturmønstring har og er Coop's tilstedeværelse preget av fokus på bl.a. sunnhet og helse og hvor frukt/grønt og bær spiller den viktigste rollen.

I tillegg til dette har Coop gjennom mange år endret butikkene måte å eksponere aktuelle varegrupper på i en mer sunn retning. For eksempel så eksponerer vi sunnere varegrupper ved kassene i stedet for sukkerholdige varer. Mer frukt og grønt og Nøkkelhullordningen er også innført.

Coop ser at revidert forslag har tatt til seg mye av kritikken som har kommet mellom de to forslagene. Coop har også registrert at den studien som departementene selv bestilte fra Statens institutt for forbruksforskning, sier at det i Norge er et meget begrenset problem med direkte markedsføring for usunn mat og drikke rettet mot barn og unge.

Om forslag om forskrift

Etter Coop Norge Handel AS mening er forslaget til forskrift meget inngripende, spesielt fordi departementene har foreslått en forbudsbestemmelse i § 4. Etter vår mening, i tråd med vårt høringssvar til forslag til forskrift av 26. september 2012, ville en riktig aldersgrense være for barn under 13 år og ikke under 16 år.

Tobakk versus mat

Når departementene fortsatt bruker kampen mot tobakk som sammenligning ønsker Coop å vise til utsagn fra statsråd Jonas Gahr Støre på møte i Litteraturhuset om Livsstilssykdommer 23. januar 2013, der han på spørsmål var klar på at regjeringen klart skiller mellom politikk for tobakk og matvarer. Dette ble gjentatt av statssekretær Nina Tangnæs Grønvold på et debattmøte i Virke 7. februar 2013. Det er viktig å skille både debatt om, og eventuelle reguleringer for, disse to områdene.

Coop og selvjustis

Coop Norge Handel AS har vært med i av arbeidet med en selvjustisordning i Norge med rådgivende effekt fra august 2013 og med full iverksettelse fra 1. januar 2014, kalt Matvarebransjens Faglige Utvalg (MFU). Coop vil være en pådriver for at ordningen blir fulgt og respektert, gjennom egen virksomhet og gjennom dialog med våre leverandører

Med vennlig hilsen

Coop Norge Handel AS



Svein Fanebust
Adm. direktør



for Håkon Ødegaard
Håkon Ødegaard
Næringspolitisk sjef