

Helse- og omsorgsdepartementet  
Postboks 8011 Dep  
0030 Oslo

Danone Norge  
v/ Frida Keane  
Nordic Head of Corporate Affairs  
Holbergsgate 21  
0166 Oslo

Oslo, 23. august 2013

### **Høringsvar fra Danone Norge angående revidert forslag, forskrift om markedsføring mot barn av usunn mat og drikke**

*Danone har over 100 års historie som forskningsaktør på mat og helse. Vi investerer årlig i underkant av NOK 2 mrd på forskningsaktiviteter i samarbeid med over 200 uavhengige og anerkjente institutt over hele verden. Våre produkter utvikles ved Danone internasjonales forskningssentre, i samarbeid med barneleger og ernæringseksperter.*

Helse- og omsorgsdepartementet har sendt på høring revidert forslag til forskrift om markedsføring mot barn av usunn mat og drikke. I dette høringssvaret redegjør Danone Norge for vårt syn på regjeringens forslag til nye reguleringer av området og hvilke konsekvenser dette vil kunne gi for oss og forbrukerne.

Danone Norge støtter primært opp om et selvreguleringsregime og har store forventninger til at dette vil bidra til å nå målsetningene om et sunnere og mer balansert kosthold blant barn. Dersom forskriften likevel skulle tre i kraft er det er det fortsatt flere punkter vi ønsker å kommentere.

#### **Danone Norges innspill til revidert forskriftsutkast**

Danone Norge mener det er positivt at departementet i stor grad har lyttet til våre innspill etter første høringsrunde. Fra vårt ståsted inneholder det nye utkastet en rekke forbedringer. Vi ønsker imidlertid å påpeke at det etter vårt syn fortsatt er rom for forbedringer på områder som kan ha uheldige eller utilsiktede konsekvenser.

#### ***Forhold som ikke omfattes av forslaget***

Danone Norge uttalte i forrige høringsrunde at definisjonen av markedsføring ble forstått så bredt at en rekke varer og produkter som er beregnet på både barn og voksne vil måtte forbys eller endres vesentlig for å kunne selges og markedsføres i Norge. Det understrekes i høringsnotatet at det aldri var meningen å innføre et produksjons- eller salgsforbud for noen mat- og drikkevarer. Departementet tydeliggjør også at alminnelig oppstilling av produkter på utsalgssted ikke omfattes av markedsføringsforbudet. Denne viktige tydeliggjøringen er Danone enig i.

I høringsnotatet etterspør departementet synspunkter på forslaget til avgrensning av «markedsføring» i form av emballasje og innpakning. I det reviderte forskriftsforslaget oppfatter Danone at det tydelig fremgår at emballasje og forpakning kun kan anses som markedsføring dersom det benyttes markedsføringsaktiviteter som bruker emballasjen til å fremme salg ved å bruke lokkeeffekter. Dette anser Danone som en nyttig avgrensning, men vil samtidig påpeke at hva som kan oppfattes som «lokkeeffekter» er vanskelig å avgrense og kan medføre usikkerhet for produsenter slik forskriften nå står. Danone mener det må klargjøres hva som skal anses som lokkeeffekter og hvordan dette kan/ikke kan fremstilles på emballasje.

#### ***Sukker- og fettinnhold i yoghurt og lignende***

Danone mener at yoghurt ikke bør regnes blant energitette, salte eller næringsfattige produkter. Produkter som kan bidra med viktige næringsstoffer for barn og unge bør ikke omfattes av forbudet mot markedsføring.

Vi registrerer at grensene for innhold av sukker og fett for yoghurtprodukter er foreslått hevet for at bare de «mest usunne» produktene skal omfattes av forbudet mot markedsføring. Grensen som er foreslått for yoghurt er satt til 11 gram sukkerarter og 3,3 gram fett. Departementet vektlegger at grensen er satt som et insentiv til å utvikle sunnere produkter. Danone er enig i at insentiver for å utvikle sunnere produkter er riktig vei å gå for å medvirke til at barn og voksnes kosthold blir sunnere. Imidlertid mener vi grensen for hva som regnes som usunt i tilfellet yoghurter er satt feil, og ikke vil medføre utvikling av sunnere produkter. Danone er bekymret for at forslaget kan få en negativ effekt i den forstand at flere produsenter vil velge kunstige søtstoffer heller enn naturlige råvarer.

Med det reviderte forslaget til regulering vil fortsatt de sunneste barneyoghurtene på markedet rammes. Forslaget til regulering vil dermed ramme produkter som inneholder viktige næringsstoffer for barn, og vi gjentar derfor vårt ønske om at Regjeringen vurderer om forslaget til avgrensning bør endres for ikke å ramme næringsrike produkter som inneholder næringsstoffer som anbefales barn. Videre tas det ikke hensyn til den totale sammensetningen av næringsmidler i yoghurt.

Danones barneyoghurter er i flere norske tester av barneyoghurter trukket frem blant de sunneste på markedet, men i følge grensen for tilsatt sukker i yoghurt i denne forskriften vil Danones produkter regnes som «usunne». Av de barneyoghurtene som finnes på det norske markedet i dag, er det en svært liten andel som vil falle innenfor grensene satt av departementet. Av 11 barneyoghurter som ble testet av klinisk ernæringsfysiolog Mari Mohn Paulsen for klikk.no i mai 2013, vil kun 2 av yoghurtene i testen anses som sunne produkter med de nye grensene for sukker- og fettinnhold<sup>1</sup>.

Etter Danones syn bør avgrensningen av hvilke produkter som anses som sunne og usunne skje etter en metode som tar hensyn til hvilket helhetlig bidrag produktet har i et barns kosthold, og til den helhetlige sammensetningen av næringsmidler i det enkelte produkt, slik at produkter med essensielle næringsmidler for barn og unge ikke rammes av forbudet.

### **Oppsummering**

Slik vi leser det reviderte forslaget til forskrift vil fortsatt produkter som innebærer en rekke viktige næringsstoffer for barn rammes. Danone etterlyser en klargjøring av hva som skal anses som «lokkeeffekter» og hvordan dette kan fremstilles på emballasje, og en ny gjennomgang og vurdering av avgrensningen av "yoghurt og lignende" som usunn mat.

På vegne av Danone Norge,

Frida Keane  
Nordic Head of Corporate Affairs

---

<sup>1</sup> <http://www.klikk.no/foreldre/tester/article838274.ece>