

Helse- og omsorgsdepartementet
Postboks 8011 Dep
0030 OSLO

Vår dato 19.08.2013
Deres dato 16.05.2013
Vår referanse JC
Deres referanse 13/844

Hørings svar til revidert forslag til forskrift om markedsføring rettet mot barn og av usunn mat og drikke

NHO Kiosk Bensin Service (NHO KBS) er en egen, frittstående bransje- og arbeidsgiverorganisasjon med underkant av 700 medlemsbedrifter som driver virksomhet innenfor kiosk, bensin, eller servicehandel. Våre medlemsbedrifter er spredt over hele landet, og er ofte et avgjørende servicetilbud ute i distriktene.

Helse- og omsorgsdepartementet (HOD) og Barne- Likestillings- og integreringsdepartementet (BLD), foreslår i sitt utkast å forby markedsføring av "usunn" mat og drikke rettet mot personer under 16 år.

NHO KBS vil hevde at forslaget;

1. ikke er godt nok dokumentert mht bakgrunn og virkning
2. ikke vil bidra til å nå målsettingen til departementet
3. burde vært vurdert av Stortinget som lovgivende forsamling
4. Ikke belyser konsekvenser på en akseptabel måte.

NHO KBS vil hevde at forslaget mer vitner om et behov for å markere seg på området, enn å ha et reelt ønske om å løse et samfunnsproblem.

Mange årsaker til fedme

NHO KBS er enig med departementene i at det er ønskelig å forebygge og bekjempe fedme og overvekt blant barn og unge. Samtidig vil vi henvise til at det er et svært sammensatt og komplisert årsaks bilde bak denne utfordringen. Det er ikke slik at markedsføring av "usunn" mat mot barn og unge er dokumentert som verken den eneste eller viktigste årsaken til disse problemene. Stadig mer stillesitting, bruk av PC, mindre aktivitet, sosiale forskjeller, inntektsforskjeller, og en rekke andre faktorer trekkes frem som viktige årsaker. Dårlig kosthold som følge av endrede familiesituasjoner og "tidsklemma" er også høyst relevante årsaker.

Det er ikke dokumentert at markedsføringstrykket mot barn er spesielt høyt i Norge – tvert imot har vi et nokså lavt markedsføringstrykk mot barn fordi Norge allerede har strenge regler, bla i markedsføringsloven og kringkastingsreglene, samt i

frivillige retningslinjer for markedsføring av usunn mat fra 2007, endret til MFU i 2013.

Med basis i så manglende kunnskaper om årsakssammenhenger, har man valgt seg ut én av en rekke faktorer som skal være gjenstand for streng regulering. På oss virker dette svært overfladisk, og er ganske "unorsk" i forhold til hvordan man vanligvis utformer politikk i Norge.

Går rett til det mest ekstreme virkemiddelet

Et annet forhold ved forslaget er at man hopper rett fra en "ikke-regulert" tilstand, og over på et konsekvent forbud. Det mest normale ville være at man for eksempel forsøkte med selvregulerende virkemidler i samarbeid med bransjen, eller forebyggende tiltak i form av for eksempel opplysningskampanjer.

Dermed kunne man også vurdert virkemidlenes effekt, og vurdert om det var behov for sterkere inngripen etter hvert.

Her går man rett på et meget inngripende virkemiddel, noe som vi mener er alt for drastisk og ekstremt i forhold til situasjonen.

Tvilsomt lovgrunnlag

NHO KBS vil også stille seg tvilende til det juridiske grunnlaget departementene har for å innføre et så omfattende forbud i forskrifts form. Det var neppe Stortingets intensjon da Matloven § 10 ble vedtatt. En så omfattende inngripen som det forskriften legger opp til, mener vi ville vært naturlig at Stortinget fikk seg forelagt i form av en lovproposisjon.

Lite handlingsrom – manglende effekt

Forskriftsforslaget innebærer et generelt forbud mot reklame rettet mot unge under 16 år. Det ligger ingen rimelighetsvurderinger eller mulighet for skjønn.

Dermed gir forskriften et lite handlingsrom for normale markedsføringsaktiviteter rettet mot voksne. Voksne og unge opp mot 16 år ferdes ofte de samme steder, har de samme medievanene, og samme interessefelt. I praksis vil det derfor være svært få steder og kanaler hvor det i praksis vil være lovlig med markedsføring overhodet.

Det er en ytterligere svakhet med forskriften, at det kan stilles store spørsmål ved utvalget at produkter som skal omfattes. Det er ikke noe som tilsier at det er akkurat de produktene departementet har valgt ut som er de viktigste årsaken til inntak av mettet fett, sukker og salt og overvekt og fedme her i landet. Dersom ikke utvalget av produkter er mer underbygd av vitenskapelige fakta, vil den eneste effekten ved forskriften være en helt urimelig og tilfeldig konkurransevridning mellom produkter, samtidig som at forskriften ikke vil ha noen ønsket effekt på folkehelsen.


Avslutning

NHO KBS vil hevde at forslaget;

1. ikke er godt nok dokumentert mht bakgrunn og virkning
2. ikke vil bidra til å nå målsettingen til departementet
3. burde vært vurdert av Stortinget som lovgivende forsamling
4. ikke belyser konsekvenser på et akseptabel måte.

Med bakgrunn i dette vil vi foreslå at forskriften trekkes tilbake.

Vennlig hilsen
NHO Kiosk/Bensin Service



Jan Carhø
Adm. direktør