

Helse- og omsorgsdepartementet  
[Postmottak@hod.dep.no](mailto:Postmottak@hod.dep.no)

Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet  
[Postmottak@bld.dep.no](mailto:Postmottak@bld.dep.no)

Vår dato 21.08.13  
Vår ref.: JVD  
Deres ref.:

## **HØRING – REVIDERT FORSLAG TIL FORSKRIFT OM MARKEDSFØRING AV MAT OG DRIKKE RETTET MOT BARN**

Det vises til revidert forslag til forskrift om markedsføring av mat og drikke rettet mot barn sendt på høring 16. mai med høringsfrist 23. august d.å.

Denne høringsuttalelsen er skrevet i samarbeid med Kjøtt- og fjørfebransjens Landsforbund. Vi viser også til høringsuttalelsene fra TINE SA, Nortura SA, Norsk Landbruksamvirke, Opplysningskontoret for egg og kjøtt og øvrige landsforeninger i NHO.

### **Generelle merknader**

NHO Mat og Landbruk vil innledningsvis uttrykke tilfredshet med at flere av våre innspill til det opprinnelige forskriftsforslaget helt eller delvis er tatt til følge, jfr. vår høringsuttalelse av 20.09.12, og at avgrensningen av næringsmidler er mer konsistent og mer i tråd med formålet i det nye utkastet til forskrift.

NHO Mat og Landbruk vil for øvrig understreke at vi fortsatt støtter intensjonen i forskriftsutkastet slik det er uttrykt i § 1, Formål; dvs. "*..fremme helse gjennom forebygging av overvekt og kostholdsrelaterte sykdommer i befolkningen.*"

Vi mener imidlertid at overvekt har mange årsaker, og at det må settes inn ulike virkemidler for å oppnå intensjonen i forskriften. Vi mener fortsatt at bransjens egne retningslinjer vil være et bedre og mer effektivt virkemiddel enn forskrift, jfr. matvarebransjens Retningslinjer for markedsføring av mat og drikke rettet mot barn, overlevert helse- og omsorgsministeren og barne-, likestillings- og inkluderingsministeren 5. juni d.å. NHO Mat og Landbruk er derfor tilfreds med at HOD og BLD har besluttet i å gi matvarebransjen mulighet til å teste ut et forbedret selvreguleringsystem for markedsføring mot rettet mot barn som alternativ til forskrift.

Arbeidet med å videreutvikle de tidligere retningslinjene og få på plass Matbransjens Faglige Utvalg (MFU) har avdekket et stort engasjement og en tydelig bevisstgjøring i bransjen. Vi er derfor trygge på at bransjen vil følge opp ordningen, slik at forslaget til forskrift som nå foreligger ikke vil komme til anvendelse.

Ordningen samler hele matbransjen gjennom eierne NHO, Virke og Anfo og er etablert i samråd med NNN. Den skal ha rådgivende effekt fra august 2013 og vil trå i kraft 1. januar 2014. Sanksjonering av overtredelse vil gjøres av et eget faglig utvalg, og det vil legges vekt på å gjøre ordningen godt kjent i bransjen.

I EU har 12 land frivillige selvjustisregler – EU Pledge – som flere store aktører i bransjen har sluttet seg til. Det vises til særdeles positive resultater i forhold til redusert trykk på markedsføring mot barn. Det er derfor bra at også norske myndighetene har tro på dette, og har åpnet for å prøve ut ordningen.

### **Kommentarer til enkelte paragrafer**

#### **§ 3 Definisjoner**

- a. NHO Mat og Landbruk registrerer at aldersgrensen for markedsføring er senket fra 18 til 16 år (til og med 15 år). Forskriften omfatter med andre ord både barn og ungdommer (unge voksne), som det i mange situasjoner vil være vanskelig å skille fra voksne, noe som kan medføre et de facto markedsføringsforbud overfor alle aldersgrupper.
- b. Det er bra at definisjonen av hva som menes med usunne produkter, er mer presis og nyansert.
- c. Definisjon av "markedsføring" er bedre presisert og også noe innskrenket i det nye forslaget. Spesielt er det bra at generell sponing av ulike barnearrangement fra matvareindustrien utvetydig tillates.

#### **§4 Markedsføringsforbud**

Presiseringen "som særlig kan appellere til barn" er en klar forbedring, men like fullt åpnes det for skjønn og dermed en viss grad av uforutsigbarhet. Det siste punktet (g) kan være problematisk ved ulike arrangementer (f.eks. sportsarrangementer for barn) som sponses av matvareindustrien og hvor det ofte gis gaver/premier til alle deltakere. Vi ser helst at punktet fjernes, alternativt at det åpnes for unntak.

### **Produktliste**

Vi mener at det er behov for å revidere produktlisten for å sikre mer konsistens, for eksempel ved at frossen juice (i henhold til drikkekategori) bør kunne selges som is, og likedan frossen yoghurt som oppfyller vilkår i yoghurtkategori.

#### *Vedlegg 1. Næringsmidler som anses som usunn mat og drikke etter denne forskriften*

*Fotnote 6:* Det er en klar forbedring at det nå er hvert produkt i en hurtigmat-meny som skal tilfredsstillere kravene.

### **Hjemmel**

Departementene har beholdt hjemmel i Matlovens § 10, andre ledd. NHO Mat og Landbruk kan ikke se at det har kommet fram nye argumenter som endrer vår konklusjon om at denne paragrafen ikke kan hjemle forslaget.

### **Motstrid til EØS-avtalen**

NHO Mat og Landbruk registrerer at EFTA Surveillance Authority (ESA) har vurdert forskriftsutkastet, og uttrykker bekymring for at en slik forskrift kan virke handelshindrende. ESA viser til at tiltak – i dette tilfellet i forhold til folkehelse – må være målbare, nødvendige og proporsjonale for å oppnå regelverkets formål.

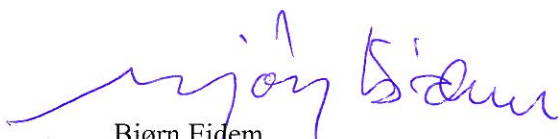
### Oppsummering

Avslutningsvis ønsker NHO Mat og Landbruk å understreke at matindustrien tar ansvar og i en årrekke har hatt helse som satsingsområde. Industrien ønsker å bidra aktivt til et sunt og variert kosthold i befolkningen, bl.a. gjennom forskning og utvikling av nye produkter og produktvarianter.

Videre ønsker vi å bidra til redusert markedsføringstrykk mot barn gjennom selvregulering og Matbransjen Faglige Utvalg.

Vennlig hilsen

**NHO Mat og Landbruk**



Bjørn Eidem  
Direktør næringspolitikk og  
samfunnskontakt



Jorunn Vormeland Dalen  
Fagsjef matpolitikk

Kopi:

TINE SA  
Nortura SA  
Kjøtt- og Fjørfebransjens Landsforbund  
Opplysningskontoret for egg og kjøtt  
Norsk Landbrukssamvirke