

Mandat til arbeidsgruppen, markedsføring av mat- og drikkevarer rettet mot barn og unge

Helse- og omsorgsdepartementet (HOD) har i samarbeid med Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet (BLD) bestemt at det skal settes i gang et utredningsarbeid for å vurdere innføring av ytterligere restriksjoner på markedsføring av mat- og drikkevarer rettet mot barn og unge i Norge, herunder om det er behov for innføring av særskilt lov- eller forskriftsregulering av dette. HOD leder arbeidet.

Arbeidsgruppen skal bestå av deltakere fra Helsedirektoratet, Forbrukerombudet, Mattilsynet, BLD og HOD.

Bakgrunn

Arbeidet er et ledd i oppfølgingen av regjeringens ”Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen (2007-2011) og Nasjonal helse- og omsorgsplan (2011-2015).

Matvarebransjen har i dag egne og frivillige retningslinjer for markedsføring av mat og drikke til barn og unge i Norge. Retningslinjene er et resultat av forhandlinger mellom representanter fra matvarebransjen, og de ble utarbeidet etter initiativ fra Forbrukerrådet. BLD, i samarbeid med HOD, ga høsten 2010 Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) i oppdrag å evaluere disse retningslinjene. SIFOs hovedkonklusjon var at retningslinjene har klare svakheter, selv om det ikke kan utelukkes at det kan være mulig å rette opp disse.

Internasjonalt har Verdens helseorganisasjon (WHO) i lang tid arbeidet med markedsføring av mat og drikke til barn og unge. Dette har blant annet resultert i WHO-anbefalinger om nasjonal regulering av markedsføring av mat og drikke med høyt innhold av mettet fett, transfett, sukker eller salt til barn. Norge har vært initiativtaker og pådriver i dette arbeidet. Internasjonalt forventes det nå at Norge leder an også når det gjelder nasjonal oppfølging av WHO's anbefalinger.

Problemstillinger som må utredes nærmere

I det videre arbeidet med saken vil det være nødvendig å utrede blant annet følgende sentrale problemstillinger (hoved- og delansvarlig(e) etat(er) for vurderingene er satt i parentes, hovedansvarlig(e) i fet skrift):

1. Konkret beskrivelse av tilstanden på dette området i Norge per i dag. I denne beskrivelsen bør det blant annet gis en oversikt over hvilke markedsføringskanaler som per i dag brukes i Norge i denne sammenheng (kringkasting og andre audiovisuelle tjenester (sendt fra henholdsvis Norge og utlandet), internett (lagt ut på nettsteder/ servere i henholdsvis Norge og utlandet), blader og andre trykte skrifter, produktplassering i butikk og under ulike arrangementer osv.). Beskrivelsen bør også redegjøre for omfanget av og

gi konkrete eksempler på slik markedsføring i Norge. Videre bør det redegjøres for om den aktuelle markedsføringen allerede helt eller delvis er omfattet av det generelle regelverket om vern av forbrukernes interesser eller annet sektorregleverk som for eksempel kringkastingslovgivningen eller næringsmiddellovgivningen. **(H.dir. og FO)**

2. Avgrensning av hva slags mat- og drikkevarer som skal omfattes av nye markedsføringsrestriksjoner. **(H.dir.)**
3. Avgrensning av hvilke arenaer og markedsføringsteknikker som skal omfattes av nye restriksjoner. **(FO, H.dir., HOD og BLD)**
4. Avgrensning av gruppen ”barn og unge”, det vil si hvilken aldersgruppe som skal beskyttes av nye restriksjoner. **(FO, H.dir., HOD og BLD)**
5. Avklaring av EØS-rettslige rammer for nasjonal regulering av markedsføring av mat og drikke rettet mot barn og unge. **(HOD, BLD, MT og FO)**
6. Vurdering av om det vil være nødvendig med lovendring for å sikre tilstrekkelig rettslig grunnlag for å innføre regulering av markedsføring av mat og drikke til barn og unge. Det bør også vurderes om en ny regulering kan fastsettes i forskriftsform eller om den uansett bør forankres i en ny lovbestemmelse. **(HOD, BLD, MT og FO)**
7. Avklaring av rettslig forankring av nye bestemmelser om markedsføring av mat og drikke til barn og unge. **(HOD og BLD)**
8. Systemet for tilsyn med det nye regelverket, herunder tilsynsansvarlig myndighet. **(HOD og BLD)**
9. Økonomiske og administrative konsekvenser for ulike løsningsforslag. **(Alle)**

Faser av og frister for arbeidet

Foreløpige vurderinger knyttet til punktene 1. – 4. ovenfor **skal foreligge innen utgangen av juni 2011**, ettersom dette vil ha stor betydning for anbefalingen om valg av virkemiddelbruk og dermed også den videre fremdriften i arbeidet.

Utredningsarbeidet skal **innen utgangen av 2011** resultere i en anbefaling til HOD og BLD om mulige tiltak som bør innføres for å redusere omfanget av markedsføring av mat- og drikkevarer rettet mot barn og unge i Norge. Produktet som skal leveres vil avhenge av hvilke tiltak som anbefales, men hvis innføring av lov- eller forskriftsregulering er en del av anbefalingen, skal det innen fristen også foreligge utkast til høringsdokumenter inkludert konkrete forslag til lov- eller forskriftstekst.