

Høringsinnspill til Forslag til endringer i markedsføringsloven – merking av retusjert reklame mv.

Norsk Forening for Ernæringsvitenskap (NFE) er en interesseorganisasjon for personer med høyere ernæringsutdannelse. Foreningen arbeider for å bedre folkehelsen gjennom ernæring.

NFE støtter forslaget fra Barne- og familiedepartementet om et generelt krav om merking av retusjert reklame for å motvirke kroppspress. Vi anser at en slik merking er et egnet tiltak for å verne om folkehelsen og at tiltaket samtidig er lite krevende for markedsføringsbransjen, samt i tråd med redelighetsprinsippene i regelverk knyttet til markedsføring.

Vi har følgende kommentarer til høringen:

- NFE er enig i at departementet ser hen til FNs kvinnediskrimineringskonvensjon for å vise til Norges forpliktelser. Vi mener at det i tillegg kan være relevant å vise til FNs barnekonvensjon, som ytterligere forplikter Norge til å innføre tiltak som beskytter alle barn når tredjeparter driver aktivitet som kan krenke retten til den høyest oppnåelige helse.
- NFE støtter forslaget om at det ikke bør være noen aldersbegrensning på hvem som skal beskyttes, og at forskriften hjemles i markedsføringsloven § 2. En eventuell begrensning der bare barn beskyttes, vil etter vårt syn føre til at mye av den reklamen som barn faktisk eksponeres for unntas fra kravet da målgruppen er eldre, noe som kan bidra til å redusere barns vern. En slik innretting vil også kunne føre til merarbeid for både næringsdrivende og kontrollorganer.
- For å unngå at virksomheter omgår regelverket er det viktig at merkekravet har en tydelig definisjon av hva som er omfattet. I utgangspunktet mener NFE at hele kroppen inkludert hodet bør omfattes av reglene. Alternativt bør eventuelle endringer av proporsjoner etc. på øyne, munn og hode i forhold til kropp inngå som en del av totalvurderingen av om en reklame er i strid med god markedsføringsskikk. Med kropp mener departementet «torso og armer og ben». Dersom begrepet «torso» benyttes bør det defineres tydelig at det omfatter hele overkroppen ned til lårene.
- Hvis bransjen selv skal kunne utforme merking av retusjert reklame vil dette åpne for ulik merking som kan føre til forvirring rundt hensikten ved merket, og derigjennom redusere effekten. Det bør derfor være myndighetenes ansvar å utforme et standardisert merke inkludert krav til størrelse. Vi mener det kan være hensiktsmessig å spesifisere i forskriften en prosentandel av det totale bildet som merkingen skal ha.
- NFE verdsetter at merkekravet gjelder produkter innenfor både skjønnhet og helse, inkludert kosttilskudd og slankemidler. Deler av markedsføringen av kosttilskudd og slankemidler er preget av mangelfull dokumentasjon av påstandene som benyttes, og markedsføringen er dermed i strid med redelighetsprinsippene i tillegg til spesifikt regelverk som forskrift om ernærings- og helsepåstander¹. Denne type reklame er i stor grad knyttet til kropp, utseende og skjønnhet, og vi antar at en stor andel av bildene som benyttes er retusjert. Vi ønsker å påpeke at man kan oppnå en positiv effekt med å redusere omfanget av reklame for kosttilskudd og slankemidler som bidrar til kroppspress *ved å øke tilsyn med allerede gjeldende regelverk*, inkludert matvarelovgivningen. NFE mener derfor at kravet om merking av retusjert reklame bør inngå som ett av flere tiltak som sammen bidrar til å oppnå samme

¹ <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2010-02-17-187>

målsetning, å verne om folkehelsen og begrense kroppspress. Tilsynet bør ha fokus på villedende påstander og bruk av retusjerte bilder og kontrollere om påstander kan dokumenteres i samsvar med regelverket.

- Departementet påpeker at merking av retusjering ikke vil være tilstrekkelig alene, men kan ha effekt som et av flere tiltak. Som et ledd i tiltakspakken oppfordrer NFE Barne- og familiedepartementet til å vurdere mulighetene for å samordne regelverk og tilsynsorganer for markedsføring. Eksempelvis er markedsføring av mat regulert i åtte lover med underliggende forskrifter og veiledere, underlagt fem departement og fire tilsyns- og klageorganer, se vedlagte oversikt. I tillegg er det en selvreguleringsordning, Matbransjens faglige utvalg, som regulerer markedsføring av mat rettet mot barn. Effekten av selvreguleringsordninger som denne er omdiskutert, spesielt fordi det er få eller manglende muligheter for sanksjoner ved brudd på retningslinjene.
- NFE advarer mot å tillegge undervisningsopplegg i skolen om hvordan reklamen fungerer for stor vekt. I en oversiktsartikkel fra 2018 hevdes det at kunnskap og opplæring for å styrke barns motstand mot markedsføring ikke ser ut til å kunne veie opp for effekten markedsføring har på barn². Dette tilsier at det er behov for å ha effektiv regulering av markedsføring overfor barn, slik at markedsføring som kan ha en uheldig effekt på barns fysiske eller mentale helse reduseres.

Med vennlig hilsen

Styret i Norsk Forening for Ernæringsvitenskap

Ved Anne Lene Løvhaug og Camilla Sanne Huseby

² Scaglioni, S., De Cosmi, V., Ciappolino, V., Parazzini, F., Brambilla, P. & Agostoni, C. (2018). Factors Influencing Children's Eating Behaviours. *Nutrients*, 10(6). doi: 10.3390/nu10060706

Vedlegg 1:**Oversikt over ansvarlig departement, lovverk og tilsynsorgan**

| Ansvarlig departement og lov | Forskrifter og veiledere | Tilsyns- og klageorgan |
|---|---|--|
| Barne- og likestillingsdepartementet (BLD) <i>Markedsføringsloven</i> | - Forskrift om Forbrukertilsynets og Markedsrådets saksbehandling mv. - Forbrukertilsynets veileder om merking av reklame i sosiale medier | Forbrukertilsynet Markedsrådet |
| Kulturdepartementet (KUD) <i>Kringkastingsloven</i> <i>Bildeprogramloven</i> | - Kringkastingsforskriften - Medietilsynets veileder om sponsing i kringkasting og audiovisuelle bestillingstjenester | Medietilsynet |
| Kunnskapsdepartementet (KD) <i>Opplæringsloven</i> | | Fylkesmannen fører tilsyn med at fylkeskommunene og kommunene som skoleeiere utfører sine plikter. |
| <i>Friskoleloven</i> | | Kunnskapsdepartementet fører tilsyn med friskoler og Fylkesmannen fører tilsyn med at eiere av friskoler utfører sine plikter. |
| Helse- og omsorgsdepartementet (HOD) <i>Matloven</i> | - Matlovsforskriften - Matinformasjonsforskriften - Matmerking – Veiledning om god opplysningspraksis | Mattilsynet |
| <i>Folkehelseloven</i> | - Forskrift om miljørettet helsevern i barnehager og skoler - Faglige retningslinjer – Mat og måltider i skolen | Kommunene |
| Kommunal- og moderniseringsdepartementet- <i>Ehandelsloven</i> | | |