



EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs  
Single Market Enforcement  
Notification of Regulatory Barriers

Нотификационен номер : 2024/9015/NO (Norway)

## **Изменение на Закона за храните и предложение за нови Правила за забрана на маркетинга на определени храни и напитки, предназначени за деца**

Дата на получаване : 02/10/2024

Край на период на прекъсване : 03/01/2025 (closed)

### **Message**

Съобщение 901

Съобщение от Комисията - TRIS/(2024) 2683

Процедура за предоставянето на информация ЕС - EACT

Нотификация 2024/9015/NO

Notification - Notificación - Notifizierung - Нотификация - Oznámení - Notifikation - Γνωστοποίηση - Notificación - Teavitamine - Ilmoitus - Obavijest - Bejelentés - Notifica - Pranešimas - Paziņojums - Notifika - Kennisgeving - Zawiadomienie - Notificação - Notificare - Oznámenie - Obvestilo - Anmälan - Fógra a thabhairt

Does not open the delays - N'ouvre pas de délai - Kein Fristbeginn - He ce предвижда период на прекъсване - Nezahajuje prodlení - Fristerne indledes ikke - Καμία έναρξη προθεσμίας - No abre el plazo - Viivituste perioodi ei avata - Määräaika ei ala tästä - Ne otvara razdoblje kašnjenja - Nem nyitja meg a késésekét - Non fa decorrere la mora - Atidējimai nepradedami - Atlikšanas laikposms nesākas - Ma jiftaħ il-perijodi ta' dewmien - Geen termijnbegin - Nie otwiera opóźnień - Não inicia o prazo - Nu deschide perioadele de stagnare - Nezačína oneskorenia - Ne uvaja zamud - Inleder ingen frist - Ní osclaíonn sé na moilleanna

MSG: 20242683.BG

1. MSG 901 IND 2024 9015 NO BG 02-10-2024 NO NOTIF

2. Norway

3A. Royal Ministry of Trade, Industry and Fisheries

Departement of Trade Policy

P.O. Box 8090, Dep

NO-0032 Oslo

Norway

Email: [tbt.notifications@nfd.dep.no](mailto:tbt.notifications@nfd.dep.no)

3B. Royal Ministry of Health and Care Services

Department fo Public Health

P.O. Box 8011 Dep

NO-0030 Oslo

Norway



## EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs  
Single Market Enforcement  
Notification of Regulatory Barriers

4. 2024/9015/NO - X40M - Етикетиране и реклама

5. Изменение на Закона за храните и предложение за нови Правила за забрана на маркетинга на определени храни и напитки, предназначени за деца

6. Продажбата и рекламата на определени храни и напитки

7.

8. Предлагат се следните мерки:

1) Изменение на Закона за храните, член 26а с цел налагане на глоби за нарушения на Правилата за маркетинг.

2) Нови Правила за маркетинг, които забраняват маркетинга на определени храни и напитки за деца под 18-годишна възраст.

а) В приложение I към проекта на Правилата за маркетинг има списък на категориите храни, обхванати от Правилата:

- Категории 1—6 (продукти, като например шоколад и захарни изделия; енергийни блокчета; сладки топинги/поръски и десерти; торти; бисквити: други сладки и/или мазни сладкиши; закуски; сладоледи; енергийни напитки; безалкохолни напитки; и кордиал/скуош) не могат да се продават на деца.

- За категории 7—11 (продукти, като например сокове; мляко; млека/напитки на растителна основа; зърнени закуски; кисели млека и подобни продукти; бързо хранене и комбинирани ястия), праговете на хранителните вещества се използват за обхващане на най-нездравословните продукти в тези категории.

б) Всяко предлагане на пазара на продукти, обхванати от приложение I, предназначени за деца, е забранено, вж. проекта на Правилата за маркетинг, член 4, параграф 1. В член 4, параграф 2 са изброени видовете маркетинг, за които се счита, че винаги е насочен към децата, т.е. реклама в кината във връзка с филми, насочени към деца под 13-годишна възраст, която започва преди 18:30 ч.; конкурси, отворени за деца; дегустации и проби за деца; и специални витрини, които могат да се харесат на децата.

в) в проекта на Правилата за маркетинг, член 4, параграф 3 са дадени примери за компоненти за оценка на това дали маркетингът е насочен към деца.

г) маркетингът на продукти, обхванати от приложение I, не трябва да насърчава възрастните да купуват такива продукти за деца, вж. проекта на Правилата за маркетинг, член 4, параграф 4.

д) Продуктите, обхванати от приложение I, не могат да бъдат показвани на местата за продажба във връзка с продукти или услуги, които се харесват на деца, вж. проект на Правилата за маркетинг, член 5.

е) От забраната за маркетинг се освобождава следното, вж. проект на Правилата за маркетинг, член 6:

- Спонсорство, включващо само име/лого на компанията,

- Дизайн на продукта

- Опаковане и опаковки, с някои изключения

- Обикновено излагане на продуктите на мястото на продажба

- Проста/фактическа информация за продукта на уебсайтове и във връзка с мястото на продажба.

ж) Норвежката дирекция по здравеопазването се предлага за надзорен орган и може да налага принудителни глоби или глоби за нарушение, ако забраните са нарушени, вж. проекта на Правилата за маркетинг, членове 7, 8 и 9. Предлага се също преходен период от 6 месеца след влизането в сила, вж. проекта на Правилата за маркетинг, член 10.



## EUROPEAN COMMISSION

Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs  
Single Market Enforcement  
Notification of Regulatory Barriers

9. Целта на предложението е да се насърчи общественото здраве чрез превенция на свързаните с хранителния режим заболявания сред населението, като се защитят децата от маркетинга на нездравословни храни и напитки. Това включва превенция на наднорменото тегло и затлъстяването и други заболявания, свързани с диетата, но също така и други здравословни проблеми, като например зъбни проблеми.

Предложеният правилник е продължение, наред с другото, на препоръките на Световната здравна организация от 2023 г. (Насоки на СЗО относно политиките за защита на децата от вредното въздействие на маркетинга на храни) и правата на детето.

Проектът на Правилата за маркетинг се основава на настоящата норвежка схема за саморегулиране, която е в сила от 2013 г. Оценка показват, че схемата за саморегулиране има сериозни слабости, главно че не защитава децата до 18-годишна възраст и че не може да налага санкции, когато насоките ѝ са нарушени.

Министерството е на мнение, че предложеният правилник е в съответствие с хармонизираното законодателство на ЕИП в областта на маркетинга на храни и други съответни области. Това обаче е търговско ограничение на стоките и услугите, но министерството счита, че предложената мярка е обоснована, тъй като е както подходяща, така и необходима за постигане на защита на общественото здраве в Норвегия.

Допълнителни основания са включени в приложената оценка на въздействието.

10. Препратки към основните текстове:

11. Не

12.

13. Не

14. Не

15. Да

16.

Аспект ОТС: Не

Аспект SPS: Не

\*\*\*\*\*

Европейска Комисия

Контактна точка Директива (ЕС) 2015/1535

email: [grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu](mailto:grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu)