



EUROPEAN COMMISSION

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

Notifikationsnummer : 2024/9015/NO (Norway)

Ændring af fødevarereloven og forslag til nye forskrifter om forbud mod markedsføring af visse fødevarer og drikkevarer rettet mod børn

Modtagelsesdato : 02/10/2024

Afslutning af status quo-periode : 03/01/2025 (closed)

Message

Meddelelse 901

Kommissionens meddelelse - TRIS/(2024) 2683

Informationsprocedure EF - EFTA

Notifikation: 2024/9015/NO

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

Does not open the delays - N'ouvre pas de délai - Kein Fristbeginn - Не се 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 késésket - Non fa decorrere la mora - Atidėjimai nepradedami - Atlikšanas laikposms nesākas - Ma jiftaħ il-perijodi ta' dewmien - Geen termijnbegin - Nie otwiera opóźnienie - Não inicia o prazo - Nu deschide perioadele de stagnare - Nezačína oneskorenia - Ne uvaja zamud - Inleder ingen frist - Ní osclaíonn sé na moilleanna

MSG: 20242683.DA

1. MSG 901 IND 2024 9015 NO DA 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

3B. Royal Ministry of Health and Care Services
Department of Public Health
P.O. Box 8011 Dep
NO-0030 Oslo
Norway

4. 2024/9015/NO - X40M - Mærkning og reklame



EUROPEAN COMMISSION

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

5. Ændring af fødevarereloven og forslag til nye forskrifter om forbud mod markedsføring af visse fødevarer og drikkevarer rettet mod børn

6. Salg og reklame for visse føde- og drikkevarer

7.

8. Der foreslås følgende foranstaltninger:

1) Ændring af fødevarerelovens § 26a vedrørende bemyndigelse til at pålægge overtrædelsesbøder for overtrædelser af markedsføringsforskrifterne.

2) Nye markedsføringsbestemmelser, der forbyder markedsføring af visse føde- og drikkevarer til børn under 18 år.

a) I bilag I til udkastet til markedsføringsforskrifterne er der en liste over, hvilke fødevarer kategorier der er omfattet af forskrifterne:

- Kategori 1-6 (produkter såsom chokolade- og sukkervarer, energibarar, søde toppings og desserter; kager, kiks, andet sødt og/eller fedtholdigt bagværk; snacks; konsumis; energidrikke; sodavand, og saft) må ikke markedsføres til børn.
- For kategori 7-11 (produkter som f.eks. juice; mælk, plantebaserede drikke; mogenmadscerealier; yoghurt og lignende produkter; fastfood og sammensatte færdigretter), anvendes næringstærskelværdier til at dække de usundeste produkter inden for disse kategorier.

b) Al markedsføring af produkter omfattet af bilag I rettet mod børn er forbudt, jf. udkastet til markedsføringsforskrifternes § 4, stk. 1. I § 4, stk. 2, er markedsføring, der altid anses for at være rettet mod børn, anført, dvs. reklame i biografen i forbindelse med film rettet mod børn under 13 år, der starter før kl. 18.30.; konkurrencer, der er åbne for børn; smagsprøver og vareprøver til børn; og specialudstillinger, der kan appellere til børn.

c) I udkastet til markedsføringsforskrifternes § 4, stk. 3, gives eksempler på komponenter til vurdering af, om markedsføringen er rettet mod børn.

d) Markedsføring af produkter omfattet af bilag I må ikke opfordre voksne til at købe sådanne produkter til børn, jf. udkastet til markedsføringsforskrifternes § 4, stk. 4.

e) Produkter omfattet af bilag I må ikke udstilles på salgssteder i tilknytning til produkter eller tjenester, der appellerer til børn, jf. udkast til markedsføringsforskrifternes § 5.

f) Følgende er undtaget fra markedsføringsforbuddet, jf. udkast til markedsføringsforskrifternes § 6:

- Sponsorering, der kun omfatter firmanavn/-logo
- Produktets udformning
- Emballage og indpakning, med visse undtagelser
- Almindelig udstilling af produkter på salgsstedet
- Sædvanlig/faktuel produktinformation på websider og i tilknytning til salgsstedet.

g) Det norske sundhedsdirektorat foreslås som tilsynsmyndighed og kan pålægge tvangsbøder eller overtrædelsesbøder, hvis forbuddene overtrædes, jf. udkastet til markedsføringsforskrifternes §§ 7, 8 og 9. Der foreslås endvidere en overgangsperiode på 6 måneder efter ikrafttrædelsen, jf. udkastet til markedsføringsforskrifternes § 10.

9. Formålet med forslaget er at fremme folkesundheden gennem forebyggelse af kostrelaterede sygdomme i befolkningen ved at beskytte børn mod markedsføring af usunde fødevarer og drikkevarer. Dette omfatter forebyggelse af overvægt og fedme og andre kostrelaterede sygdomme, men også andre sundhedsmæssige problemer såsom tandproblemer.



EUROPEAN COMMISSION

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

Den foreslåede forskrift følger bl.a. op på Verdenssundhedsorganisationens anbefalinger fra 2023 (WHO's retningslinjer om politikker til beskyttelse af børn mod de skadelige virkninger af markedsføring af fødevarer) og børns rettigheder.

Udkastet til markedsføringsforskrifter er baseret på den nuværende norske selvregulerende ordning, der har været gældende siden 2013. Evalueringer har vist, at den selvregulerende ordning har alvorlige svagheder, navnlig at den ikke beskytter børn op til 18 år, og at den ikke kan pålægge sanktioner, når deres retningslinjer overtrædes.

Ministeriet er af den opfattelse, at den foreslåede forskrift er i overensstemmelse med den harmoniserede EØS-lovgivning om markedsføring af fødevarer og andre relevante områder. Der er imidlertid tale om en handelsrestriktion for varer og tjenesteydelser, men ministeriet mener, at den foreslåede foranstaltning er berettiget, da den både er passende og nødvendig for at opnå beskyttelse af folkesundheden i Norge.

Yderligere begrundelser er medtaget i den vedlagte konsekvensanalyse.

10. Henvisninger til grundteksterne:

11. Nej

12.

13. Nej

14. Nej

15. Ja

16.

TBT-aspekt: Nej

SPS-aspekt: Nej

Europa-Kommissionen

Kontaktadresse Direktiv (EU) 2015/1535

email: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu