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

Kennisgevingsnumme : 2024/9015/NO (Norway)

Wijziging van de levensmiddelenwet en voorstel voor nieuwe voorschriften betreffende het marketingverbod voor bepaalde voor kinderen bestemde levensmiddelen en dranken

Datum van ontvangst : 02/10/2024
Einde van de status-quoperiode : 03/01/2025 (closed)

Message

Bericht 901

Mededeling van de Commissie - TRIS/(2024) 2683

Informatieprocedure EG - EVA

Kennisgeving: 2024/9015/NO

Notification – Notification – Notifzierung – 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 - Не се предвижда период на прекъсване - Nezahajuje prodlení - Fristerne indledes ikke - Καμμία έναρξη προθεσμίας - No abre el plazo - Viivituste perioodi ei avata - Määräaika ei ala tästä - Ne otvara razdoblje kašnjenja - Nem nyitja meg a késéseket - Non fa decorrere la mora - Atidėjimai nepradedami - Atlikšanas laikposms nesākas - Ma jiftaħx 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.NL

1. MSG 901 IND 2024 9015 NO NL 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 fo Public Health
P.O. Box 8011 Dep
NO-0030 Oslo
Norway

4. 2024/9015/NO - X40M - Etikettering en reclame

5. Wijziging van de levensmiddelenwet en voorstel voor nieuwe voorschriften betreffende het marketingverbod voor bepaalde voor kinderen bestemde levensmiddelen en dranken

6. De verkoop van en reclame voor bepaalde levensmiddelen en dranken

7.

8. De volgende maatregelen worden voorgesteld:

1) Wijziging van paragraaf 26a van de voedselwet om sancties op te leggen voor overtredingen van de marketingvoorschriften.

2) Nieuwe marketingvoorschriften die de marketing van bepaalde voor kinderen jonger dan 18 jaar bestemde levensmiddelen en dranken verbieden.

a. In bijlage I bij de ontwerpmarketingvoorschriften is een lijst opgenomen van de categorieën levensmiddelen die onder de voorschriften vallen:
- Marketing van de categorieën 1 tot en met 6 (producten zoals chocolade en suikerbakkerswaren; energierepen; zoete toppings/smeersels en desserts taarten; koekjes; andere zoete en/of vette banketbakkerswaren; snacks consumptieijs; energiedranken frisdranken; en hartversterkers/siropen), gericht op kinderen is verboden.
- Voor de categorieën 7 tot en met 11 (producten zoals sappen; melk plantaardige melk/dranken; ontbijtgranen yoghurt en soortgelijke producten; fastfood en samengestelde gerechten), worden drempelwaarden voor nutriënten gebruikt om de ongezondste producten binnen deze categorieën te omvatten.

b. Alle marketing van onder bijlage I vallende producten gericht op kinderen is verboden, zie paragraaf 4, lid 1, van de ontwerpmarketingvoorschriften In paragraaf 4, lid 2, wordt marketing aangegeven die altijd wordt beschouwd als gericht op kinderen, d.w.z. reclame in bioscopen in verband met films gericht op kinderen jonger dan 13 jaar die vóór 18.30 uur begint; wedstrijden die openstaan voor kinderen; proeverijen en monsters voor kinderen; en speciale displays die kinderen kunnen aanspreken.

c. In het paragraaf 4, lid 3, van de ontwerpmarketingvoorschriften staan voorbeelden van bestanddelen om te beoordelen of de marketing gericht is op kinderen.

d. Marketing van producten die vallen onder bijlage I mag volwassenen er niet toe aanzetten dergelijke producten voor kinderen te kopen, zie paragraaf 4, lid 4, van de ontwerpmarketingvoorschriften.

e. Producten die onder bijlage I vallen, mogen niet op verkooppunten worden uitgestald in verband met producten of diensten die kinderen aanspreken, zie paragraaf 5 van de ontwerpmarketingvoorschriften.

f. Het volgende is vrijgesteld van het verbod op marketing, zie paragraaf 6, van de ontwerpmarketingvoorschriften:
- Sponsoring waarbij alleen de naam/het logo van het bedrijf betrokken is,
- Ontwerp van het product
- Verpakking en omhulsel, met bepaalde uitzonderingen
- Gewone weergave van producten op het verkooppunt
- Eenvoudige/feitelijke productinformatie op websites en in verband met het verkooppunt.

g. Het Noors directoraat voor de Volksgezondheid wordt voorgesteld als toezichthoudende autoriteit en kan sancties in de vorm van dwangsommen of boetes voor overtredingen opleggen als de verboden worden overtreden, zie de paragrafen 7, 8 en 9, van de ontwerpmarketingvoorschriften. Er wordt ook een overgangsperiode van 6 maanden na de

inwerkingtreding voorgesteld, zie paragraaf 10 van de ontwerpmarketingvoorschriften.

9. Doel van het voorstel is de volksgezondheid te bevorderen door voedinggerelateerde ziekten bij de bevolking te voorkomen door kinderen te beschermen tegen de marketing van ongezonde levensmiddelen en dranken. Dit omvat het voorkomen van overgewicht en obesitas en andere dieetgerelateerde ziekten, maar ook andere gezondheidsproblemen zoals tandproblemen.

Het voorgestelde voorschrift is een vervolg op onder meer de aanbevelingen van de Wereldgezondheidsorganisatie (WHO-richtsnoer inzake beleid om kinderen te beschermen tegen de schadelijke gevolgen van voedselmarketing) uit 2023 en de rechten van het kind.

De ontwerpmarketingvoorschriften zijn gebaseerd op de huidige Noorse zelfreguleringsregeling die sinds 2013 van kracht is. Uit evaluaties is gebleken dat de zelfreguleringsregeling ernstige tekortkomingen vertoont, met name dat zij kinderen tot 18 jaar niet beschermt en dat zij geen sancties kan opleggen voor overtreding van hun richtsnoer.

Het ministerie is van mening dat het voorgestelde voorschrift in overeenstemming is met de geharmoniseerde EER-wetgeving inzake de marketing van levensmiddelen en andere relevante terreinen. Het gaat hier echter om een handelsbeperking op goederen en diensten, maar het ministerie is van mening dat de voorgestelde maatregel gerechtvaardigd is, aangezien deze zowel geschikt als noodzakelijk is om de volksgezondheid in Noorwegen te beschermen.

Verdere gronden zijn opgenomen in de bijgevoegde effectbeoordeling.

10. Verwijzing naar basisteksten:

11. Nee

12.

13. Nee

14. Nee

15. Ja

16.
TBT-aspect: Nee

SPS-aspect: Nee

****
Europese Commissie
Contactpunt Richtlijn (EU) 2015/1535
email: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu