

Regulamente privind interzicerea marketingului pentru anumite produse alimentare destinate cu precădere copiilor

Temei juridic: Adoptate prin Decretul regal din 25 aprilie 2025 în temeiul articolului 3 al doilea paragraf, al articolului 10 al treilea paragraf și al articolului 23 primul paragraf din Legea nr. 124 din 19 decembrie 2003 privind producția alimentară și siguranța alimentară etc.

(Aceasta este o traducere neoficială a versiunii în limba norvegiană a regulamentelor și este furnizată doar cu titlu informativ)

Articolul 1. Scopul

Obiectul prezentelor regulamente este de a promova sănătatea prin prevenirea bolilor legate de sănătate și de alimentație în rândul populației, prin protejarea copiilor împotriva practicilor de marketing nedorite în domeniul sănătății.

Articolul 2. Domeniul de aplicare

Prezentele regulamente se aplică oricărei persoane care produce, prelucrează și distribuie, inclusiv vinde sau comercializează produse alimentare. Aceasta nu include furnizorii de servicii ale societății informaționale, de servicii de platformă de partajare a materialelor video și de servicii mass-media controlate de editori, inclusiv furnizorii de servicii de televiziune și de servicii audiovizuale la cerere.

Prezentele regulamente se aplică Norvegiei, inclusiv Arhipelagului Svalbard.

Articolul 3. Definiții

În prezentele regulamente, se aplică următoarele definiții:

- a. „copii” înseamnă persoane cu vârsta sub 18 ani.
- b. „marketing” înseamnă orice formă de comunicare sau acțiune în scopuri de marketing. Scopul de marketing există dacă scopul comunicării sau al acțiunii este de a promova vânzările către consumatori;
- c. „sponsorizare” înseamnă orice formă de contribuție publică sau privată la un eveniment, o întreprindere sau o persoană cu scopul sau efectul direct sau indirect de a promova vânzarea de produse către consumatori.

Articolul 4. Interdicția privind marketingul

Marketingul pentru produsele care intră sub incidența anexei I, destinate cu precădere copiilor, este interzis. Indiferent dacă marketingul se adresează sau nu cu precădere copiilor, marketingul pentru astfel de produse trebuie să aibă loc într-un mod care să încurajeze adulții să cumpere produsul pentru copii.

Următoarele acțiuni de marketing pentru produsele care fac obiectul anexei I sunt întotdeauna considerate a fi destinate cu precădere copiilor:

- a. publicitatea în cinematografe în legătură cu filme care vizează în mod specific copiii cu vârsta sub 13 ani și care încep înainte de 18:30;
- b. concursurile cu o limită de vârstă mai mică de 18 ani;

- c. distribuirea de degustări și mostre către copii;

Atunci când se evaluează dacă un alt tip de marketing pentru produsele reglementate de anexa I se adresează cu precădere copiilor, trebuie să se efectueze o evaluare globală, în care pot fi luate în considerare următoarele componente:

- a. dacă produsul este consumat în principal de către copii sau este deosebit de atractiv pentru aceștia;
- b. dacă marketingul are o formă de prezentare, conținut sau design care poate atrage copiii, de exemplu datorită limbajului, culorilor, efectelor, imaginilor, utilizării animației sau a personajelor de desene animate;
- c. ora și locul marketingului;
- d. dacă sunt implicați copii sau persoane care pot atrage în mod special copiii;
- e. utilizarea de cadouri, jucării, cupoane, reduceri, obiecte de colecție, concursuri sau jocuri care pot fi deosebit de atractive pentru copii.

Articolul 5. Derogări de la interdicția privind marketingul

Sunt permise următoarele acțiuni de marketing:

- a. sponsorizarea în scopuri non-profit, cu excepția contribuțiilor cu produse din categoriile de produse alimentare din anexa I 1-5
- b. utilizarea denumirii și a mărcilor comerciale ale sponsorului, cu excepția mărcilor comerciale care se aplică produselor specifice din anexa I
- c. designul produsului;
- d. ambalarea și împachetarea;
- e. afișarea obișnuită a produselor la punctul de vânzare;
- f. informațiile privind produsele fără alcool pe de site-uri și în legătură cu punctul de vânzare.

Articolul 6. Supraveghere și plângeri

Direcția de Sănătate din Norvegia efectuează supravegherea și poate lua deciziile necesare pentru punerea în aplicare a dispozițiilor prezentelor reglementări, a se vedea articolul 23 din Legea privind produsele alimentare.

Consiliul Pieței examinează căile de atac introduse împotriva deciziilor Direcției de Sănătate în temeiul prezentelor regulamente. Normele procedurale prevăzute în Legea privind controlul comercializării sau în temeiul acestora se aplică prelucrării de către Consiliul Pieței a căilor de atac, în măsura în care acestea sunt adecvate.

Articolul 7. Rectificare și amenzi coercitive

În cazul în care Direcția de Sănătate constată că a fost încălcată oricare dintre dispozițiile articolului 4, direcția poate dispune remedierea situației. În același timp, se stabilește un termen-limită pentru rectificare. Direcția de Sănătate poate obține o confirmare scrisă din partea autorului încălcării că situația ilegală a încetat.

În același timp cu dispunerea rectificării, Direcția de Sănătate poate impune o amendă coercitivă în conformitate cu articolul 26 din Legea privind produsele alimentare.

Articolul 8. *Perioada tranzitorie*

Cerințele prevăzute la articolele 4 și 5 din prezentele regulamente nu se aplică unităților care intră sub incidența articolul 2 primul paragraf înainte de 25 octombrie 2025.

Articolul 9. *Intrare în vigoare*

Prezentele regulamente intră în vigoare la 25 aprilie 2025.

Anexa I la Regulamentele privind interzicerea marketingului pentru anumite produse alimentare destinate cu precădere copiilor

„Zahăr” înseamnă zaharurile prevăzute în Regulamentul nr. 1497 din 28 noiembrie 2014 privind informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare (Regulamentul privind informațiile referitoare la produsele alimentare), articolul 1, care pune în aplicare Regulamentul (UE) nr. 1169/2011 al Parlamentului European și al Consiliului privind informarea consumatorilor cu privire la produsele alimentare, anexa I, Definiții specifice, punctul 8.

„Zaharuri adăugate” înseamnă zaharurile adăugate prevăzute la articolul 2 litera (i) din Regulamentul nr. 139 din 18 februarie 2015 privind etichetarea voluntară a produselor alimentare cu ajutorul simbolului Keyhole (Regulamentul Keyhole).

„Îndulcitori” înseamnă îndulcitorii menționați în Regulamentul nr. 668 din 6 iunie 2011 privind aditivii alimentari, articolul 1, care pune în aplicare Regulamentul (CE) nr. 1333/2008 al Parlamentului European și al Consiliului privind aditivii alimentari, anexa II, lista Uniunii de aditivi alimentari autorizați pentru utilizare în produsele alimentare și condițiile de utilizare, partea B, lista 2.

Categorii de produse alimentare și băuturi	Tipuri de produse incluse în diferitele categorii de produse alimentare și băuturi și exemple	Produse acoperite/praguri (declarate pentru 100 g/100 ml de produs gata pentru consum)
1. Produse de cofetărie din ciocolată și zahăr, batoane energetice și toppinguri/creme dulci și deserturi	Ciocolată și produse zaharoase, inclusiv - ciocolată și alte produse din ciocolată, inclusiv ciocolată neagră și albă și produse de cofetărie; - produse zaharoase fără cacao, inclusiv jeleuri, dulciuri fierte, gumă de mestecat, pastile, caramele, lemn dulce, bomboane de marțipan. Batoane energetice, inclusiv - batoane cu nuci, batoane proteice și batoane cu granola și cereale Toppinguri/creme dulci, inclusiv - creme tartinabile pe bază de miere și ciocolată, creme tartinabile/unturi pe bază de	Toate produsele sunt acoperite

	fructe cu coajă lemnoasă dulci și alte produse similare dulci - gem/marmelade, brânză „prim” (moale și dulce din zer) și brânză brună cu adaos de zaharuri sau îndulcitori (artificiali) Deserturi dulci, inclusiv - budinci, deserturi cu cremă, jeleuri de desert, compoturi și mousse de ciocolată	
2. Torturi, biscuiți și alte produse de patiserie dulci și/sau grase	Torturi, biscuiți și alte produse de patiserie dulci și/sau grase, inclusiv - prăjituri, fursecuri, biscuiți și produse de patiserie, cum ar fi chifle, brișe, plăcinte, produse de patiserie, croissante, gogoși, vafe dulci și clătite - amestecuri uscate pentru prepararea prăjiturilor, amestec de făină, aluat și aluaturi pentru astfel de produse	Toate produsele sunt acoperite
3. Gustări	Popcorn Nuci sărate și amestecuri de nuci sărate, inclusiv cele care conțin fructe Biscuiți sărați/biscuiți și covrigei. Alte gustări, inclusiv - gustări din orez sau porumb - gustări din aluat - gustări din cartofi, legume, fructe, bace sau cereale, care includ chipsuri și produse similare, precum și fructe uscate și bace - gustări extrudate	Toate produsele sunt acoperite
4. Înghețate	Înghețate, inclusiv cele care conțin cacao, - înghețate pe bază de smântână și lapte și înlocuitori pe bază de plante, înghețate pe bază de apă, înghețate de fructe, sorbeturi și iaurturi congelate.	Toate produsele sunt acoperite
5. Băuturi răcoritoare, băuturi energizante,	Băuturi răcoritoare, băuturi energizante, siropuri/sucuri concentrate și similare,	Toate produsele sunt

siropuri/sucuri concentrate și similare	inclusiv - ceai cu gheață - și alte băuturi răcoritoare dulci similare, cum ar fi băuturile din fructe și fructe de pădure (carbogazoase și necarbogazoase), dacă nu sunt incluse în categoria de băuturi 6	acoperite
6. Sucuri și produse similare	Sucuri și produse similare, inclusiv - sucuri, nectaruri și produse similare, inclusiv piureuri (din fructe, bace sau legume), precum și cele reconstituite din concentrat (inclusiv piureuri cu iaurt/lapte în cazul în care iaurtul/laptele nu este ingredientul principal) - nectaruri de fructe și legume	- Zaharuri adăugate > 0 g - Îndulcitori > 0
7. Lapte și băuturi pe bază de plante	Lapte și băuturi/lapte pe bază de plante, inclusiv - toate tipurile de lapte și de lapte/băuturi pe bază de plante, cu excepția soiurilor fermentate, a se vedea categoria de produse alimentare 9 - milkshake-uri - cafea și băuturi din cafea care conțin lapte sau băuturi pe bază de plante (în care laptele sau băuturile pe bază de plante sunt ingredientul principal), cafea cu gheață	- Zaharuri adăugate > 0 g - Îndulcitori > 0
8. Cereale pentru micul dejun	Cereale pentru micul dejun și alte cereale, inclusiv - cereale, granola, musli, amestecuri de terci uscat	- Zaharuri > 12,5 g - Fibre dietetice < 6 g
9. Iaurt și produse similare	Iaurt și produse din lapte fermentat, inclusiv - iaurt, lapte fermentat aromatizat și iaurt de băut, imitații de iaurt pe bază de brânză - includ, de asemenea, produse compuse, cum ar fi iaurturile cu musli Produse fermentate, îngroșate pe bază de plante și alte imitații de iaurt	- Grăsimi > 3 g - Zaharuri > 10 g - Îndulcitori > 0

	- includ, de asemenea, produse combinate, cum ar fi iaurturile cu musli	
10. Mâncăruri fast-food și preparate combinate	Mâncăruri fast-food și preparate combinate - Fast-food: produse alimentare ușor accesibile care sunt vândute complet preparate, eventual încălzite și ambalate. Include pizza și gustări tip pizza; sandvișuri și rulouri/role; hamburgeri în pâine; feluri de mâncare cu cârnați; cartofi prăjiți; mâncăruri pe bază de paste, salate preparate; mâncăruri gata preparate constând într-o combinație de carbohidrați și legume, sau carne/pește/leguminoase, sau toate cele trei combinații; supe; terciuri (complet preparate). Include componentele individuale ale preparatelor de tip fast-food (de exemplu, cartofi prăjiți și nuggets de pui) și fiecare produs inclus într-un meniu fast-food trebuie să îndeplinească criteriile pentru categoria relevantă de alimente/băuturi din acest tabel. - Feluri de mâncare combinate: feluri de mâncare combinate gata pentru consum, congelate, refrigerate sau conservate (de exemplu, vândute în magazine alimentare). Sunt incluse pizza, gustări tip pizza, sandvișuri și lipii/rulouri; mâncăruri preparate pe bază de paste, tocană, supe, terciuri și salate; mâncăruri gata preparate constând într-o combinație de carbohidrați și legume sau carne/pește/leguminoase, sau toate cele trei combinații.	- Energie > 950 kJ (225 kcal) - Grăsimi saturate > 4 g - Sare > 1 g