



EUROPEAN COMMISSION

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

Anmälningnummer : 2024/9015/NO (Norway)

Ändring av livsmedelslagen och förslag till nya föreskrifter om förbud mot marknadsföring av vissa livsmedel och drycker som riktar sig till barn

Inkommet datum : 02/10/2024

Slut på frysning : 03/01/2025 (closed)

Message

Meddelande 901

Meddelande från kommissionen - TRIS/(2024) 2683

Informationsförfarande EG-EFTA

Anmälan: 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 - 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 - 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.SV

1. MSG 901 IND 2024 9015 NO SV 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



EUROPEAN COMMISSION

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

4. 2024/9015/NO - X40M - Märkning och reklam

5. Ändring av livsmedelslagen och förslag till nya föreskrifter om förbud mot marknadsföring av vissa livsmedel och drycker som riktar sig till barn

6. Försäljning och reklam för vissa livsmedel och drycker

7.

8. Följande åtgärder föreslås:

1) Ändring av 26a § i livsmedelslagen för att ålägga överträdelseböter vid överträdelser av marknadsföringsföreskrifterna.

2) Nya marknadsföringsföreskrifter som förbjuder marknadsföring av vissa livsmedel och drycker till barn under 18 år.

a) I bilaga I till utkastet till marknadsföringsföreskrifter finns en förteckning över vilka livsmedelskategorier som omfattas av föreskrifterna:

- Kategorierna 1-6 (produkter som choklad och sockerkonfektyr, energibars, söta pålägg och desserter, kakor, kex, andra söta och/eller feta bakverk, snacks, ätbara glassar, energidrycker, läskedrycker, och saft) får inte marknadsföras till barn.
- För kategorierna 7-11 (produkter som juice, mjölk, växtbaserade drycker, frukostflingor, yoghurt och liknande produkter, snabbmat och sammansatta färdigrätter) används tröskelvärden för näringsämnen för att täcka de ohälsosammaste produkterna inom dessa kategorier.

b) All marknadsföring av produkter som omfattas av bilaga I och som riktar sig till barn är förbjuden, jfr 4.1 § i utkastet till marknadsföringsföreskrifter. I 4.2 § anges marknadsföring som alltid anses vara riktad till barn, dvs. reklam på bioografer i samband med filmer som riktar sig till barn under 13 år och som börjar före kl. 18.30, tävlingar öppna för barn, provsmakningar och smakprover till barn, och särskilda specialutställningar som kan tilltala barn.

c) I 4.3 § i utkastet till marknadsföringsföreskrifter ges exempel på komponenter för bedömning av om marknadsföringen riktar sig till barn.

d) Marknadsföring av produkter som omfattas av bilaga I får inte uppmuntra vuxna att köpa sådana produkter för barn, jfr 4.4 § i utkastet till marknadsföringsföreskrifter.

e) Produkter som omfattas av bilaga I får inte visas på försäljningsställen i samband med produkter eller tjänster som tilltalar barn, jfr 5 § i utkastet till marknadsföringsföreskrifter.

f) Följande är undantaget från marknadsföringsförbudet, jfr 6 § i utkastet till marknadsföringsföreskrifter:

- Sponsring som endast omfattar företagsnamn/logotyp.
- Produktens utformning
- Förpackning och omslag, med vissa undantag
- Ordinarie visning av produkter på försäljningsstället
- Enkel/faktisk produktinformation på webbplatser och i samband med försäljningsställen.

g) Det norska hälsodirektoratet föreslås som tillsynsmyndighet och kan ålägga tvångsböter eller överträdelseböter om förbuden överträds, jfr 7, 8 och 9 §§ i utkastet till marknadsföringsföreskrifter. En övergångsperiod på sex månader efter ikraftträdandet föreslås också, jfr 10 § i utkastet till marknadsföringsföreskrifter.

9. Syftet med förslaget är att främja folkhälsan genom att förebygga kostrelaterade sjukdomar hos befolkningen genom att skydda barn från marknadsföring av ohälsosamma livsmedel och drycker. Detta inkluderar förebyggande av övervikt



EUROPEAN COMMISSION

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

och fetma och andra kostrelaterade sjukdomar, men också andra hälsoproblem som tandproblem.

Den föreslagna förordningen är en uppföljning av bland annat Världshälsoorganisationens rekommendationer från 2023 (WHO:s riktlinje om strategier för att skydda barn från de skadliga effekterna av marknadsföring av livsmedel) och barnets rättigheter.

Utkastet till marknadsföringsförordningen bygger på det nuvarande norska självregleringssystemet som har funnits sedan 2013. Utvärderingar har visat att självregleringssystemet har allvarliga svagheter, främst att det inte skyddar barn upp till 18 års ålder och att det inte får ålägga några sanktioner när deras riktlinjer överträds.

Ministeriet anser att den föreslagna förordningen är i linje med den harmoniserade EES-lagstiftningen om livsmedelsmarknadsföring och andra relevanta områden. Det rör sig dock om en begränsning av handeln med varor och tjänster, men ministeriet anser att den föreslagna åtgärden är motiverad, eftersom den är både lämplig och nödvändig för att uppnå skyddet av folkhälsan i Norge.

Ytterligare grunder finns i den bifogade konsekvensbedömningen.

10. Hänvisning till grundtexter:

11. Nej

12.

13. Nej

14. Nej

15. Ja

16.

TBT-aspekt: Nej

SPS-aspekt: Nej

Europeiska kommissionen

Kontaktadress Direktiv (EU) 2015/1535

e-post: grow-dir2015-1535-central@ec.europa.eu