

Alþingi
Erindi nr. Þ 132/2006
komudagur 28.4.2006



Nefndarsvið Alþingis
Austurstræti 8-10
150 Reykjavík

Reykjavík, 25.04.2006
Tilv. 005/2006 - 0.51
AEÓ

Efni: Umsögn um tillögu til þingsályktunar um takmörkun auglýsinga á óhollri matvöru, 162 mál.

Lýðheilsustöð þakkar fyrir að fá tækifæri til að veita umsögn um þingsályktun um takmörkun á auglýsingum á óhollri matvöru.

Lýðheilsustöð fagnar fram kominni þingsályktunartillögu um takmörkun auglýsinga á óhollri matvöru og styður að heilbrigðisráðherra verði falið að kanna grundvöll fyrir setningu reglna um takmörkun auglýsinga á matvöru sem inniheldur mikla fitu, sykur eða salt og beint er að börnum. Eins og fram kemur í fylgiskjali með tillögunni hafa ekki verið neinar reglur um slíka markaðssetningu hér á landi og því mikilvægt að þær verði settar í samvinnu við auglýsendur, framleiðendur og innflytjendur þessara vara, sem einn liður í baráttunni við ofþyngd og offitu.

Börn eru viðkvæmur hópur sem mikilvægt er að vernda og í aðgerðaáætlun WHO, um næringu, hreyfingu og heilsu frá 2005, kemur fram að auglýsendur matvæla og drykkjarvara eigi ekki að notfæra sér reynsluleysi og trúgirnri barna við að koma vörum sínum á framfæri. Í viðamikilli úttekt, sem Food Standard Agency í Bretlandi stóð fyrir, þar sem farið var í gegnum rannsóknir á áhrifum matarauglýsinga í sjónvarpi, sem á kerfisbundinn hátt er beint að börnum, kom fram að matarauglýsingar hafa áhrif á val barna á matvælum, innkaupavenjur þeirra og neyslu, bæði þegar miðað er við vörumerki og vöruflokka. Einnig kom fram að þær fæðutegundir, sem mest er haldið að börnum í auglýsingum, eru þær sem stuðla að óhollu mataræði en í auglýsingum er sjaldan hvatt til þess að borða holla fæðu.

Í tilefni af umfjöllun í greinargerð skal á það bent að erfitt getur verið að skilgreina matvöru sem holla/óholla þar sem slík skilgreining á frekar við mataræðið í heild. Flokkun, sem miðar eingöngu við magn sykurs, fitu og salts, er engan veginn nægjanleg, þar sem t.d. smjör, olía o.fl. eru óneitanlega hluti af eðlilegu mataræði þrátt fyrir hátt fituinnihald. Hugsanlegt bann eða takmarkanir á auglýsingum á matvöru þarf því að undirbúa vel og styðja með rannsóknargögnum og góðum skilgreiningum.

Tekið er undir það sem fram kemur í greinargerð að einnig þurfi að huga að auglýsingum og markaðssetningu á óhollustu á vefnum, sem beint er sérstaklega að börnum, og kanna hvort unnt sé að takmarka þær.

Fáar rannsóknir hafa verið gerðar á markaðssetningu matvara sem beinast að börnum hér á landi. Mikilvægt er að upplýsingar þar að lútandi liggi fyrir ef slíkar reglur verða settar. Markaðssetning matvara sem beinist að börnum er ekki aðeins í formi auglýsinga í sjónvarpi, heldur einnig auglýsinga á vefnum, kynninga í skólum, á íþróttaviðburðum og víðar. Ekki er fullljóst hversu mikil áhrif slíkar kynningar geta haft á fæðuval barna. Að mati Lýðheilsustöðvar er fyllsta ástæða til að kanna umfang þessarar starfsemi og að hve miklu leyti auglýsingar hafa áhrif á fæðuval barna. Eins er mikilvægt að reglulega sé fylgst með matarauglýsingum sem beint er að börnum.

Að lokum telur Lýðheilsustöð mikilvægt að lagt verði mat á árangur, ef gerðar eru breytingar á löggjöf hvað varðar takmörkun á auglýsingum á óhollum matvörum sem beint er að börnum. Það þarf að gera með rannsóknum bæði fyrir og eftir slíka löggjöf.

Virðingarfyllst,

Anna E. Ólaf.

Anna Elísabet Ólafsdóttir
forstjóri

Hólmfríður Þorgeirsd.
Hólmfríður Þorgeirsdóttir
verkefnisstjóri næringar