



Alþingi - nefndasvið  
B.t. ritara heilbrigðisnefndar  
Alþingi  
150 Reykjavík

Embætti talsmanns neytenda  
Forbrugertalsmanden  
The Consumer Spokesman

tn@tn.is www.tn.is

Höfðaborg  
Borgartúni 21, 2. hæð  
IS-105 Reykjavík  
Sími 510 1100, fax 510 1101

Reykjavík, 12.01.2008  
Tilv. 2005/0037 - 2.0  
GT

**Efni: Umsögn talsmanns neytenda og umboðsmanns barna um 47. mál, þál.till. um takmörkun auglýsinga á óhollri matvöru sem beint er að börnum (135. löggj.þ.)**

Að teknu tilliti til neðangreinds samstarfsverkefnis embættanna teljum við tilgang þingsályktunartillögu (þál.till.) þessarar til mikilla hagsbóta fyrir börn sem neytendur eins og rökstutt skal í umsögn hér að neðan. Leggjum við til þál.till. verði endurskoðuð í samræmi við þær athugasemdir sem fram koma hér á eftir.

Vísað er til bréfa yðar, dags. 7. desember sl., um ofangreint þingmál. Við höfum áður gefið umsagnir um sambærilega þál.till. en nú er tekið fram að takmörkun auglýsinga á óhollri matvöru afmarkist við auglýsingar sem beint er að börnum; eru þær umsagnir hjálagðar í afriti. Fögnum við þingmáli þessu og því hversu margir sýna þessu brýna máli áhuga sem stuðla mun að viðtækri umræðu og sátt til lausnar.

Talsmaður neytenda og umboðsmaður barna hafa lögum samkvæmt m.a. það hlutverk að standa vörð um hagsmuni og réttindi neytenda annars vegar og barna hins vegar og stuðla að aukinni neytendavernd og bæta hag barna. Með hliðsjón af þeim lagaramma hafa þessi tvö embætti undanfarin rúm tvö ár unnið að því að koma á sátt meðal hagsmunasamtaka atvinnurekenda, ljósvakamiðla, almennasamtaka og stjórnarsýsluaðila um *frekari mörk við markaðssókn sem beinist að börnum*.

talsmaður neytenda

Eins og fram kemur á vinnusíðu samstarfsverkefnisins (<http://www.neytandi.is/pages/704>) er ein megin áhersla þess að takmarka auglýsingar í ljósvakamiðlum á matvöru fram að tilteknu tímamarki við matvöru sem öðlast sérstakan opinberan hollustustimpil sem vænst er að ný

- stendur vörð um hagsmuni og réttindi neytenda
- stuðlar að aukinni neytendavernd
- gefur út rökstuddar álltsgerðir
- gerir tillögur um úrbætur
- kynnir reglur um neytendamál
- leiðbeinir um meðferð ágreiningsmála
- bregst við brotum gegn réttindum og hagsmunum neytenda
- er óháður fyrirmælum frá öðrum

Matvælastofnun komi á laggirnar í samstarfi við samstarfsstofnanir í fleiri norrænum ríkjum. Er þá horft til norrænnar reynslu af (ó)hollustumerkingum og til lýðheilsuþróunar, svo og þess að á barnsaldri mótast neysluvenjur sem erfitt getur verið að snúa til betri vegar ef út af bregður.

Eins og fram kom í fyrri umsögnum um sambærilega þingsályktunartillögu á 132. löggjafarþingi fólst fyrsti áfangi þessa samstarfsverkefnis í því að halda málþing um börn og auglýsingar ásamt samtökunum Heimili og skóla með þátttöku fjölmargra annarra hagsmunaaðila. Í kjölfar málþingsins var því slegið föstu að þörf væri á að setja frekari mörk við markaðssókn sem beinist að börnum.

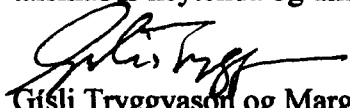
Síðan hafa talsmaður neytenda og umboðsmaður barna unnið að gagnaöflun og afmörkun álitamála og hugsanlegra lausna í því skyni að að koma á slíku samkomulagi. Undanfarið hálf ár hafa talsmaður neytenda og umboðsmaður barna fundað með tugum aðila í þessum tilgangi, sbr. lista yfir þá hagsmunaaðila á vinnusíðu samstarfsverkefnisins (<http://www.neytandi.is/pages/715>). Hafa undirtektir þeirra almennt verið mjög góðar - bæði gagnvart markmiðum, áherslum og þeirri leið að embætti talsmanns neytenda og umboðsmanns barna leiti samkomulags við framleiðendur, innflytjendur, auglýsendur, auglýsingastofur og smásöluaðila - sem er í raun sama leið og gert er ráð fyrir í þál.till.

Sömmuleiðis hefur verið óskað verið eftir fundum með heilbrigðisráðherra, menntamálaráðherra og sjávarútvegs- og landbúnaðarráðherra í þeim tilgangi að kynna þeim verkefnið og óska eftir stuðningi við það. Þá kynnti talsmaður neytenda nýjum viðskiptaráðherra málið í júní sl.

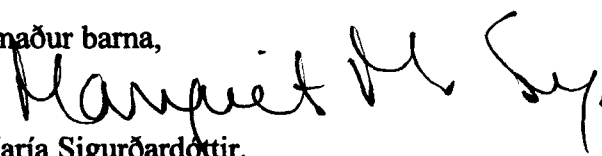
Eins og fram hefur komið er við val á aðferðarfræði horft bæði til innlendra og erlendra fyrirmýnda og er litið svo á að samkomulag við embætti talsmanns neytenda og umboðsmanns barna eða leiðbeiningar frá þeim sé æskileg leið en löggjöf þrautalending.

Við erum fús að kynna nefndinni og einkum flutningsmanni samstarfsverkefni þetta og stöðu þess nú.

Virðingarfyllt,  
talsmaður neytenda og umboðsmaður barna,



Gísli Tryggvason og Margrét María Sigurðardóttir.



Alþingi - nefndasvið  
B.t. ritara heilbrigðis- og trygginganefndar  
Alþingi;  
150 Reykjavík;

Embætti talsmanns neytenda  
Forbrugertalsmanden  
The Consumer Spokesman

tn@tn.is www.tn.is

Höfðaborg  
Borgartúni 21, 2. hæð  
IS-105 Reykjavík  
Sími 510 1100, fax 510 1101

Reykjavík, 18.04.2006

Tilv. 2005/0037

GT

**Efni: Umsögn talsmanns neytenda um 162. mál, tillögu til þingsályktunar um takmörkun auglýsinga á óhollri matvöru (132. löggjafarþing)**

Vísað er til bréfs yðar, dags. 30. mars sl., um ofangreint þingmál.

Talsmanni neytenda ber skv. 1. mgr. 6. gr. laga nr. 62/2005 að standa vörð um hagsmuni og réttindi neytenda og stuðla að aukinni neytendavernd. Umboðsmaður barna og talsmaður neytenda hafa tekið höndum saman um að meta í samstarfi við fjölmarga aðila hvort og þá hvernig og með hvaða hætti sé eðlilegt og unnt að setja *frekari mörk við markaðssókn sem beinist að börnum og ungmennum*. Er þá ekki síst horft til óhollrar matvöru, þ.e. matvöru sem inniheldur mikla fitu, sykur eða salt. Vil ég því fagna þingmálinu sem vekur máls á þessu brýna efni.

Fyrsta skref sitt í þessu efni tóku embætti umboðsmanns barna og talsmanns neytenda í samstarfi við samtökin Heimili og skóli með því að halda 1. mars sl. málþing í samstarfi við fleiri samtök og stjórnsýsluaðila um ofangreint efni undir yfirfyrirsögninni: *Börn og auglýsingar*. Tel ég að þar hafi komið vel í ljós þörf á frekari mörkum í þessu efni en þar fjallaði forstjóri Lýðheilsustöðvar um neysluhvetjandi auglýsingar. Auk upplýsinga og sjónarmiða sem þar komu fram og til viðbótar við fskj. I-III með þingmálinu horfi ég m.a. til skýrslu sem nefnd er í greinargerð með þingsályktunartillögunni og gefin var út af Hjartavernd og erlendum systursamtökum: *Markaðssetning óhollrar fæðu sem beint er að börnum í Evrópu* (skýrsla um 1. áfanga verkefnisins „Börn, offita og tengdir langvinnir sjúkdómar sem má forðast“). Þar eru m.a. nefnd dæmi um að stór hluti auglýsingafjár víða um Evrópu fari til auglýsinga á mat og drykk og tölur um að sums staðar renni stórt hlutfall af því til auglýsinga á óhollri matvöru. Þá er rétt að vekja athygli á grænbók Evrópusambandsins (ESB) um tengt efni, þ.e. „Green Paper on promoting healthy diets and physical activity“, sbr. hjálagða umsögn mína á ensku til framkvæmdarstjórnar

talsmaður neytenda

- stendur vörð um hagsmuni og réttindi neytenda
- stuðlar að aukinni neytendavernd
- gefur út rökstuddar álitserðir
- gerir tillögur um úrbætur
- kynnir reglur um neytendamál
- leiðbeinir um meðferð ágreinings
- bregst við brotum gegn réttindum og hagsmunum neytenda
- er óháður fyrirmælum frá öðrum


ESB, dags. 23. mars sl., ásamt fylgibréfi til Lýðheilsustöðvar.

Í þessu efni hef ég talið rétt að láta reyna á vilja viðskiptalífsins sjálfs til þess að setja markaðssókn sem beinist að börnum mörk í samstarfi við stjórnsluaðila eða almennasamtök. Er sú leið að mínu mati æskilegasta leiðin og valkostur við þrjár aðrar leiðir, þ.e.a.s. einhliða lagasetningu frá Alþingi eða reglur frá stjórnvöldum, einhliða leiðbeiningar frá embættum á borð við umboðsmann barna og talsmann neytenda og loks eigin reglusetningu (sjálfsvöktun) viðskiptalífsins sjálfs. Hafa umboðsmaður barna og talsmaður neytenda farið þess á leit við Viðskiptaráð Íslands að það komi að því að gera samkomulag um mörk við markaðssókn sem beinist að börnum. Fyrirmynda slíkrar leiðar má m.a. leita í nýlegum leiðbeiningum um stjórnarhætti fyrirtækja, sem gefnar voru út af Viðskiptaráði Íslands, Kauphöll Íslands og Samtökum atvinnulífsins. Aðra fyrirmynd má finna í væntanlegu samkomulagi um lánveitingar sem viðskiptaráðherra gerir við Neytendasamtökin og ýmsar fjármálastofnanir og samtök þeirra en samkomulagið tekur við af samkomulagi frá 1. nóvember 2001 um notkun ábyrgða á skuldum einstaklinga.

Með vísan til framangreinds er ég hlynntur undirliggjandi tilgangi þingsályktunartillögunnar að setja mörk við markaðssókn sem beinist að börnum – ekki síst hvað varðar óholla matvöru. Ég tel einnig að sú leið sem þar er lögð til að stjórnvöld freisti þess „að ná samstöðu með framleiðendum, innflytjendum og auglýsendum“ sé sú æskilegasta í því skyni – en þó ekki sú eina. Í samræmi við samstarf umboðsmanns barna og talsmanns neytenda tel ég hins vegar að taka þurfi á markaðssókn sem beinist að börnum með *almennum* hætti þannig að fleira en óholl matvara komi til athugunar. Þá tel ég æskilegt að aðgerðir í þessu efni séu *óháðar* þeim *miðlum* sem notaðir eru við markaðssókn en þingsályktunartillagan lýtur einkum að skilaboðum í sjónvarpi sem vissulega eru öflugur miðill í þessu sambandi – en ekki sá eini. Þá tel ég nauðsynlegt að horfa einnig til annars konar *forms* en beinna auglýsinga þegar mörk eru sett við markaðssókn sem beinist að börnum.

Í ljósi framangreinds tel ég rétt að láta reyna á þá tilraun embætta umboðsmanns barna og talsmanns neytenda að ná samstöðu með fulltrúum viðskiptalífsins um mörk við markaðssókn sem beinist að börnum.

Virðingarfyllst,  
talsmaður neytenda



Gísli Tryggvason.

**Afrit:**

Umboðsmaður barna, Ingibjörg Rafnar.

Viðskiptaráð Íslands; b.t. framkvæmdarstjóra Höllu Tómasdóttur.