

Ministeriet for Sundhed og Forebyggelse

Dato: 1. februar 2008
Kontor: Kommunal sundhed
J.nr.: 2008-1421-117
Sagsbeh.: abs
Fil-navn: SUU alm del 104 besvarelse om
oplysningsindslag på tv I Frankrig.doc

Besvarelse af spørgsmål nr. 104 (Alm. del), som Folke- tingets Sundhedsudvalg har stillet til ministeren for sundhed og forebyggelse den 3. januar 2008.

Spørgsmål 104:

"I Frankrig vises et oplysningsindslag fra det offentlige efter usunde reklamer på tv. Efter en reklame med usund mad til børn kommer der f.eks. et klip, hvor der står: "Pour bien grandir ne mange pas trop gras, trop sucré, trop salé" ("For at blive stor og stærk skal man ikke spise for meget fedt, sukker og salt").

Ministeren bedes oplyse om disse indslag er påbudt ved lov og hvilke erfaringer der har været med dem.

Endvidere bedes ministeren oplyse om der er konstateret nogen effekt på befolkningens indkøbs- eller spisevaner.

Hvis indslagene er påbudt ved lov, bedes ministeren oplyse hvor længe har loven fungeret og hvordan der skelnes imellem de (usunde) fødevarer der skal efterfølges af oplysningsindslag og de (sunde) som ikke skal."

Svar:

For at besvare spørgsmålet har jeg anmodet det franske sundhedsministerium (Ministry of Health and Solidarity / Ministère de la Santé, de la Jeunesse et des Sports) om information vedrørende oplysningsindslagene i fransk tv.

. / . bilag 1

Med hensyn til om disse indslag er påbudt ved lov bekræfter det franske sundhedsministerium, at dette er tilfældet i form af "Act no. 2004-806 af 9. august 2004". Loven har således fungeret siden efteråret 2004.

Jeg kan oplyse, at loven påbyder, at reklamer på tv, i radio og i trykte reklamer ("advertising messages and promotion intended for the public"), for visse fødevarer og drikkevarer skal inkludere en advarsel i forhold til sundhedsaspekter.

Med hensyn til skelnen mellem sunde og usunde fødevarer foreskriver artikel L 2133-1 af denne lov "French Public Health Code" (Code de la Santé Public), Act no. 2004-806 om folkesundhed, at reklamer på TV og i radio for drikkevarer med tilsat sukker, salt eller kunstige sødestoffer ("drinks with added sugar, salt or synthetic colorant") og producerede fødevarer ("manu-

factured foods”) skal indeholde information vedrørende sundhed (jf. bilag 1).

- . / . bilag 2** For afgrænsning af, hvilke produkter der er omfattet af bestemmelserne, henviser jeg udvalget til bilag 2, hvori det er specificeret under punktet ”The Food products in question”.
- . / . bilag 3** Producenter af de nævnte produkttyper skal vise en af fire på forhånd fastlagte beskeder med sundhedsinformation. Det gælder både for reklamer på tv, i radio og i trykte reklamer. Producenterne kan i stedet vælge at betale et bidrag på 1,5 procent af deres totale reklamebudget for det pågældende produkt til en national sundhedsfond. Sundhedsinformationerne lyder:
- For dit helbreds skyld, spis mindst fem stykker frugt eller grøntsager om dagen
(For your health, eat at least five portions of fruit and vegetables a day)
 - For dit helbreds skyld, dyrk motion regelmæssigt
(For your health, take regular physical exercise)
 - For dit helbreds skyld, undgå at spise for meget fedt, sukker og salt
(For your health, avoid eating too much fat, sugar and salt)
 - For dit helbreds skyld, undgå at småspise mellem måltiderne
(For your health, avoid snacking between meals).
- . / . bilag 3** For morgenmadsprodukter og for babymad skal sundhedsinformationen lyde:
- Lær’ dit barn ikke at småspise mellem måltiderne
(Teach your child not to snack between meals)
 - Fysisk aktivitet og leg er essentiel for dit barns udvikling
(Moving around and playing is essential to your child’s development).
- Jeg er ikke af det franske sundhedsministerium blevet gjort bekendt med, hvilke erfaringer der har været med lovgivningen, og kan således heller ikke oplyse, om der er konstateret nogen effekt på befolkningens indkøbs- eller spisevaner.
- . / . bilag 4** Jeg har dog valgt at supplere min besvarelse med en artikel fra The Times (Times Online) fra 27. februar 2007, hvoraf det fremgår, at den franske forbrugerorganisation ’UFC-Que Choisir’ har efterprøvet folks modtagelse af sundhedsinformationerne. UFC viste 701 mennesker en tv-reklame for et chokoladebaseret morgenmadsprodukt, der inkluderede en af sundheds-sætningerne. Undersøgelsen viste, af 9 ud af 10 ikke koblede sundhedsinformationerne med den næringsmæssige ubalance for det pågældende produkt.
- . / . bilag 5** Af en artikel fra nyhedsbureauet AP fra 2. marts 2007 om lovgivningen fremgår desuden om samme UFC undersøgelse, at halvdelen af de 701 testpersoner ikke bemærkede sundhedsinformationerne.