

Veileder for kinodrivere om markedsføring av næringsmidler særlig rettet mot barn

Dette er en veileder for kinobransjen basert på forskrift om forbud mot markedsføring av visse næringsmidler særlig rettet mot barn, og skal ikke tolkes som en fasit på hva forskriften definerer. Ved tvil anbefales det å søke veiledning hos tilsynsmyndighetene.

Forskriften har som formål å fremme folkehelse ved å beskytte barn (i forskriften definert som personer under 18 år) mot markedsføring som anses som helsemessig uønsket. Forskriften gjelder for enhver som omsetter eller markedsfører næringsmidler. Forskriften gir ikke et generelt forbud av markedsføring mot barn, dette omhandler kun visse næringsmidler.

Hva er markedsføring?

I denne sammenheng defineres markedsføring som enhver form for kommunikasjon eller handling som har til hensikt å fremme omsetning overfor forbrukere. Sponsing, definert som offentlige eller private bidrag med den hensikt å fremme produktsalg, omfattes også av denne forskriften.

1. Hva kinoen MÅ UNNGÅ:

Markedsføring av produkter som er omfattet av Vedlegg I (se nedenfor) er forbudt dersom den er særlig rettet mot barn (personer under 18 år).

I tillegg til spesifikk rettet markedsføring mot barn skal markedsføring av disse produktene heller ikke forekomme på en måte som oppfordrer voksne til å kjøpe produktet til barn.

A. Tiltak som ALLTID anses å være særlig rettet mot barn (og dermed er forbudt):

1. Kinoreklame: Reklame på kino i tilknytning til filmer som er særlig rettet mot barn, dersom filmen starter før klokken 18.30.
2. Konkurranser: Arrangere konkurranser med en aldersgrense som er lavere enn 18 år.
3. Vareprøver/Smaksprøver: Utdeling av smaksprøver og vareprøver direkte til barn.

B. Hvilke produkter er omfattet av forbudet (Vedlegg I)?

Forbudet gjelder produkter i Vedlegg I. Dette er de vanligste kinokioskvarene som omfattes:

- Kategori 1: Sjokolade- og sukkervarer, inkludert ren sjokolade, konfekt, gelégodteri, tyggegummi, drops, karameller og lakris. Omfatter også energibarer og søte desserter. (Alle produkter i kategorien omfattes).
- Kategori 2: Kaker, kjeks og annet søtt og/eller fett bakverk, inkludert boller, muffins, paier, søte vafler og pannekaker. (Alle produkter omfattes).
- Kategori 3: Snacks, inkludert popkorn, chips, saltede nøtter, salte kjeks og saltkringler. (Alle produkter omfattes).
- Kategori 4: Spise-is, inkludert fløteis, sorbet og yoghurtis. (Alle produkter omfattes).
- Kategori 5: Brus, energidrikk, saft og lignende søte leskedrikker. (Alle produkter omfattes).

2. Hva kinoen **KAN GJØRE**:

Følgende former for markedsføring er unntatt fra forbudet:

- Produktutforming: Selve utformingen av produktet kan være rettet mot barn.
- Emballasje: Emballasjen og innpakningen av produktet kan være rettet mot barn.
- Alminnelig oppstilling: Næringsmidler kan settes opp på en alminnelig måte i kinokiosken.
- Nøkterne produktopplysninger: Kinoen kan gi nøkterne opplysninger om produktene på utsalgsstedet og på nettsider.
- Spons: Bruk av sponsors navn og varemerker er tillatt, med unntak av varemerker som gjelder for konkrete Vedlegg I-produkter (eks. Coca-Cola).

3. Sjekkliste for vurdering av tiltak man er usikker på:

Dersom et markedsføringstiltak ikke faller inn under de automatisk forbudte handlingene må kinoen foreta en helhetsvurdering for å avgjøre om tiltaket likevel er særlig rettet mot barn.

Bruk denne sjekklisten for å vurdere om markedsføringen av et Vedlegg I-produkt er særlig rettet mot barn:

Vurderingspunkt		Nei	Ja
Produktappell	Er produktet primært konsumert av, eller appellerer det særlig til barn?		
Presentasjonsform	Har markedsføringen en form, et innhold eller en utforming som særlig appellerer til barn (f.eks. på grunn av bruk av animasjon, tegnede figurer, barnespråk, sterke farger, humor, eller effekter)?		
Tid og sted	Foregår markedsføringen på et tidspunkt eller sted der barn utgjør en spesielt stor andel av publikum (Fysiske lokasjoner, men også digitale kanaler som TikTok, Snapchat, Instagram og YouTube)?		
Medvirkende	Medvirker barn i markedsføringen, eller medvirker personer som særlig appellerer til barn i markedsføringen?		
Lokkemidler	Bruker markedsføringen gaver, leker, kuponger, rabatter, samleobjekter, konkurranser eller spill som særlig appellerer til barn?		

Resultat av vurderingen:

- Hvis svaret er JA på ett eller flere av punktene i helhetsvurderingen: Det er stor sannsynlighet for at tiltaket anses som særlig rettet mot barn. Tiltaket må da unngås.
- Hvis tiltaket oppfordrer voksne til å kjøpe produktet til barn: Tiltaket må unngås, uavhengig av om det er særlig rettet mot barn.
- Hvis svaret er NEI på alle punktene i helhetsvurderingen kan kinoen mest sannsynlig gjennomføre tiltaket innenfor forskriftens avgrensning.

Oppfølging og Tilsyn

Helsedirektoratet er tilsynsmyndighet for forskriften og kan fatte nødvendige vedtak for å gjennomføre bestemmelsene. Ved overtredelse av forbudet kan helsedirektoratet pålegge retting og samtidig ilegge tvangsmulkt. Klager på Helsedirektoratets vedtak behandles av Markedsrådet.

Link til forskriften: <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2025-04-25-684>

Vedlegg I til forskrift om forbud mot markedsføring av visse næringsmidler særlig rettet mot barn

Næringsmiddelkategorier	Produkttyper som inngår i de ulike næringsmiddelkategoriene og eksempler	Produkter som omfattes/grenseverdier (angitt per 100 g/100 ml spiseferdig vare)
1. Sjokolade- og sukkervarer, energibarar og søte pålegg og desserter	Sjokolade- og sukkervarer, inkludert – ren sjokolade og andre sjokoladevarer, inkludert mørk og hvit sjokolade og konfekt – sukkervarer uten kakao, inkludert gelégodteri, tyggegummi, pastiller, drops, karameller, lakris, marsipangodteri Energibarar, inkludert – nøttebarar, proteinbarar og müslibarar Søte pålegg, inkludert – honning og sjokoladepålegg, søte nøttebaserte pålegg og andre tilsvarende søte pålegg – syltetøy, prim og brunost med tilsatte sukkerarter eller søtstoff Søte desserter, inkludert – puddinger, kremdesserter, dessertgelé, kompotter og sjokolademousse	Alle produkter omfattes
2. Kaker, kjeks og annet søtt og/eller fett bakverk	Kaker, kjeks og annet søtt og/eller fett bakverk, inkludert – kaker, småkaker, kjeks og bakevarer som boller, muffins, paier, wienerbrød, croissants, smultring, søte vafler og pannekaker – tør kakemiks, melmiks, røre og deiger for slike produkter	Alle produkter omfattes
3. Snacks	Popkorn og maiskorn Saltede nøtter og saltede nøtteblandinger, også med innhold av frukt Salte kjeks, saltkringler og saltstenger Annen snacks, inkludert – snacks av ris eller mais – snacks fremstilt av deig – snacks direkte fremstilt fra potet, grønnsaker, frukt, bær eller korn, som inkluderer chips og lignende produkter, samt tørket frukt og bær – ekstrudert snacks	Alle produkter omfattes
4. Spise-is	Spise-is, også med innhold av kakao, inkludert – fløte- og melkebasert is og plantebaserte erstatningsprodukter, vannbasert is, fruktis, sorbet og yoghurtis	Alle produkter omfattes
5. Brus, energidrikk, saft og lignende	Brus, energidrikk, saft og lignende, inkludert – iste – andre lignende søte leskedrikker som f.eks. frukt- og bærdrikker (med og uten kullsyre) såfremt det ikke omfattes av næringsmiddelkategori 6	Alle produkter omfattes
6. Juice og lignende	Juice og lignende produkter, inkludert – juice, nektar og lignende produkter inkludert smoothie (fra frukt, bær eller grønnsaker), også rekonstruert fra konsentrat (omfatter smoothier med yoghurt/melk såfremt yoghurt/melk ikke er hovedingrediensen) – frukt- og grønnsaksnektar	– Tilsatte sukkerarter > 0 g – Søtstoff > 0
7. Melk og plantebaserte drikker	Melk og plantebaserte drikker, inkludert – alle typer melk og plantebaserte drikker utenom syrnede varianter, jf. næringsmiddelkategori 9 – milkshake – kaffe og kaffedrikker som inneholder melk eller plantebasert drikke (der melk eller plantebasert drikke er hovedingrediens), iskaffe	– Tilsatte sukkerarter > 0 g – Søtstoff > 0
8. Frokostblandinger	Frokost- og andre kornblandinger, inkludert – gryn, müsli, tørre grøtblandinger	– Sukkerarter > 12,5 g – Kostfiber < 6 g
9. Yoghurt og lignende produkter	Yoghurt og produkter av syrnede melk, inkludert – yoghurt, syrnede smaksatt melk og drikkeyoghurt, ostebaserte yoghurtterligninger – omfatter også sammensatte produkter, for eksempel av yoghurt og müsli Syrnede, tyknede plantebaserte produkter og andre yoghurtterligninger – omfatter også sammensatte produkter, for eksempel av yoghurtterligninger og müsli.	– Fett > 3 g – Sukkerarter > 10 g – Søtstoff > 0
10. Hurtigmat og sammensatte ferdigretter	Hurtigmat og sammensatte ferdigretter – Hurtigmat: lett tilgjengelige næringsmidler som omsettes ferdig tilberedt, eventuelt oppvarmet og innpakket. Inkluderer bl.a. pizza og pizza-småretter; smørbrød og wraps/rull; hamburgere i brød; retter med pølser; pommes frites; pastaretter, tilberedte salater; ferdigretter sammensatt av en kombinasjon av karbohydrater og enten grønnsaker eller kjøtt/fisk/belgfrukter, eller alle tre kombinert; supper; grøter (ferdig tilberedt). Omfatter enkeltbestanddeler av hurtigmat (f.eks. pommes frites og kylling nuggets) og hvert produkt som inngår i en hurtigmatmeny skal oppfylle kriteriene for den relevante næringsmiddelgruppen i denne tabellen. – Sammensatte ferdigretter: sammensatte retter som er spiseklare, fryste, kjølte eller hermetiserte (som f.eks. selges i dagligvarehandelen). Inkluderer bl.a. pizza, pizza-småretter, smørbrød og wraps/rull; tilberedte pastaretter, gryter, supper, grøter og salater; ferdigretter sammensatt av en kombinasjon av karbohydrater og enten grønnsaker eller kjøtt/fisk/belgfrukter, eller alle tre kombinert.	– Energi > 950 kJ (225 kcal) – Mettede fettsyrer > 4 g – Salt > 1 g