

MFU SAK 6 2019 Extra-Leker utdeling av Slush Puppie drikke

1. Hva er MFU

MFU er mat og drikkevarebransjens egen selvreguleringsordning for å håndheve retningslinjer for markedsføring av visse typer mat og drikke med et høyt innhold av fett, salt og/eller sukker rettet mot barn og unge.

Formålet med retningslinjene er å supplere og utdype eksisterende lovverk og bidra til en god og ansvarlig markedsføringspraksis. Retningslinjene skal bevisstgjøre de næringsdrivende i handel, industri og importvirksomhet på de utfordringer som ligger i markedsføring av mat og drikke overfor barn og unge, og på denne måten bidra til at barn og unge skjermes mot uheldig markedspåvirkning. Retningslinjene i sin helhet og omtale av ordningen med de [produktene](#) som omfattes kan leses her <http://www.mfu.as>

2. MFU klage på produkt:

Matbransjens Faglige Utvalg har mottatt en klage med følgende ordlyd:

Hei, Klagen gjelder aktivitet der det lages, promottes og utdeles sukkerholdige drikker til barn i en lekebutikk (Extra Leker, Alnabru, Oslo). Jeg synes at dette ikke er greit når man kommer inn med barn på en lekebutikk, og da er det ekstra utfordrende å si nei til barn for å få smaksprøve (ikke bare smaksprøve, slush var servert i store kopper/glass) på et så usunt produkt. Jeg reagerer sterk på dette og håper at dette ikke kommer til å skje igjen. Sender bilder fra stedet, som var tatt 16.11.2019



Matbransjens
Faglige Utvalg







3. Om klagen

Lekebutikkkjeden Extra-Leker selger en maskin som heter Slush-Puppie som lager slush ut fra ferdig fruktsirup. Extra-Leker selger også fruktsirupen som skal benyttes i maskinen.

Extra-Leker på Alnabru har hatt en aktivitet hvor ferdig slush er delt ut til barn og voksne i butikken. Importør av Slush Puppie i Norge er etter det MFU får opplyst eierne i Extra-Leker i Norge.

4. Tilsvar fra Extra-Leker:

Vi har sett på klagen og ser at vi i dette tilfellet har gjort en glipp. Vi kommer til å ta denne informasjonen i betraktning i fremtidige produkt-fremvisninger slik det ikke gjentar seg. Dette er en produkt-fremvisning med initiativ fra butikken i Alna. Produktfremvisningen er ikke godkjent sentralt. Det er heller ikke økonomisk støtte fra importør eller produsent.

Det sagt er dette uansett noe vi ikke kommer til å fortsette med, og vi kommer til å sende ut informasjon til alle våre butikksjefer.

Bakgrunnen til denne produktfremvisningen er at flere ikke har kjennskap til hvordan maskinen opereres. Dette er en maskin som kun kan opereres og kjøpes av voksne. Maskinen produserer ikke store mengder i hver omgang. Derfor har det ikke blitt gitt ut store mengder av slushen i butikken.

Da slush maskin og saft selges separat, lurer vi på mulig å holde slike produkt-fremvisninger for produktet med for eksempel juice, eller andre «sunne» produkter som ikke har samme merkenavn som maskinen?

Vi beklager det inntrufne.

Med vennlig hilsen

Daniel Lilleskog

Markedssjef

Mobil.: +47 944 83 773



www.extra-leker.no



5. MFUs vurdering

Selve slushmaskinen som lager avkjølt fruktdrikke, eksempelvis Slush Puppie, er ikke et produkt som er omfattet av MFUs produktliste. Fruktsirup og den ferdige slushen, er derimot omfattet av MFUs produktliste, se drikkevarer under [MFUs produktliste](#).

MFUs retningslinjer er etablert for å hindre markedsføring av MFUs produkter til barn under 13 år og for å medvirke til aktsomhet overfor ungdom. Tidligere har MFUs retningslinjer omfattet markedsføring i dagligvarekjeder, kiosker, bensinstasjoner, kinoer, på idrettsarrangementer og fastfoodrestauranter. MFUs regler er imidlertid nøytrale i forhold til hvilke kanaler som benyttes. Nye aktører som dukker opp i markedet for drikkevarer som følge av bransjegliding eller nye produktutforminger, i dette tilfellet leketøysbutikker som selger fruktsirup til slushmaskiner, må etter MFUs vurdering også innrette seg etter retningslinjene.

Extra-Leker opplyser at Slush Puppie er en maskin som kun kan kjøpes og opereres av voksne. Utformingen av emballasjen til Slush Puppie, med design av lekedyr og «snakkende» brusglass, viser imidlertid at målgruppen for sluttproduktet er barn under 13 år.

MFU skal vurdere om en utdeling av vareprøver fra produkter på MFUs liste til barn i en lekebutikk er i strid med MFUs retningslinjer.

MFUs retningslinjers punkt 2 har følgende ordlyd:

Forbud mot markedsføring overfor barn

Markedsføring av produkter, som er omfattet av produktlisten, skal ikke være særlig rettet mot barn under 13 år. Med markedsføring menes salgsfremmende tiltak.

Følgende anses ikke i seg selv som markedsføring særlig rettet mot barn i strid med disse retningslinjene:

- a) Selve produktet herunder emballasjen*
- b) Alminnelig oppstilling av produkter på utsalgssted.*
- c) Sponsing som kun innebærer bruk av sponsors navn, sponsors- eller et produkts varemerke, herunder utdeling av vareprøver etter samtykke fra foreldre eller andre ansvarlige.*

Vareprøveutdeling kan under visse omstendigheter være unntatt fra forbudet mot markedsføring mot barn med referanse til ovenstående punkt 21c.

MFUs veiledning utdyper punkt 2c:

Når det gjelder vareprøver som ønskes delt ut til barn, fremkommer det av bestemmelsen at dette ikke må skje uten at det på forhånd er innhentet samtykke fra foreldre eller andre ansvarlige.

Spørsmålet MFU må ta stilling til, blir om denne utdelingen skjedde slik at unntaksbestemmelsen i punkt 2c gjelder.

MFU vurderer det slik:

En lekebutikk er en arena hvor barn ferdes i stor grad og som derfor krever ekstra aktsomhet fra butikkledelsen for å ivareta de regler og retningslinjer som gjelder markedsføring til barn og unge – i dette tilfellet knyttet til å få til introduksjon av et nytt produkt og prøving av drikke. Når barna er de første til å oppdage et slikt tilbud og allerede har mottatt vareprøven er det for sent å få foreldresamtykke. Butikker må ikke organisere en utdeling slik at det i realiteten ikke er mulig for foreldre/foresatte å takke nei til et slikt tilbud om prøvesmaking.

Selskapet Extra-Leker på Alnabru hadde etter MFUs vurdering ikke laget et opplegg som ivaretar MFUs krav til innhenting av forhåndsamtykke, slik det refererte punktet fra MFUs veiledning angir.

MFU har forstått at Extra-Leker gjennom sitt tilsvarende anser at de har gjort en glipp og at det er sendt ut informasjon til butikksjefer i kjeden om at dette ikke skal gjentas for fremtiden.

5.MFUs vedtak

MFU vurderer at vareprøveutdeling av slush til barn i Extra-Lekers butikk på Alnabru er i strid med MFUs retningslinjer punkt 2c. Vareprøveutdelingen hadde ikke hensyntatt MFUs krav til å informere, organisere og etablere forutgående samtykke fra foreldre og foresatte.

Klager har dermed fått medhold i sin klage.

Vedtaket er enstemmig.

0220

