

SAK : 10/1016 Vedtak klager fra reklamedetektiver@kreftforeningen.no vedrørende Minions Ring Pop

Klager til Matbransjens Faglige Utvalg (MFU) fra reklamedetektiver@kreftforeningen.no

1.Hva er MFU

MFU er mat og drikkevarebransjens egen selvreguleringsordning for å håndheve retningslinjer i markedsføring for visse typer mat og drikke 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 lese her <http://www.mfu.as>.

Retningslinjene sier i sitt punkt 2 følgende:

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 som markedsføring:

- a) Selve produktet, inkludert emballasje*
- 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*

Reklame som sendes etter kl. 21.00 på TV vil ikke anses for å være markedsføring særlig rettet mot barn.

2. Om Kreftforeningens kampanje

Kreftforeningen har fått 400 barn i 17 skoleklasser til å gå ut i butikker forskjellige steder i landet for å finne produkter eller plassering i butikk som barna synes appellerer til dem. Kreftforeningen har sørget for at 138 klager er



Matbransjens
Faglige Utvalg

sendt inn til MFU. Avsenderens mail på samtlige klager er reklamedetektiver@kreftforeningen.no. Seks av klagene vedrører produktet Minions Ring Pop. Klagene er sammenfallende i innhold.

3.Klage:

Hei. Vi har funnet et goteriprodukt som framstiller "minions". Produkte heter "Ring Pop". Rettet mot barn fordi barna får lyst å kjøpe fordi den har et kjent ansikt fra kino. Det er mye sukker oppi goteri posen.



Matbransjens
Faglige Utvalg





4. Om produktet og emballasje:

Produktet er en ring med ”sten” laget av plastikk og godteri. Når godteriet er spist opp er det en plastikkring igjen. Produktet er emballert i en foile med påtrykket Minionsfigurer og avbildning av produktet.

5. Utdrag av tilsvaret fra Brynildgruppen:

Brynild Gruppen vurderer de to klagenes som like, og velger derfor å svare felles på de to klagenes.

Kort om produktene:

- Ring Pop og Big Baby Pop selges og markedsføres av Topps/Bazooka Candy Brands og er i dag tilgjengelig internasjonalt og i flere markeder, i tillegg til Norge.
- Produktene har vært på det norske markedet i mange år, og har i den perioden fremstått relativt uendret (kun mindre designendringer).
- De innklagede produktene har «Minions»-design, som henviser til kinofilmen «Minions» fra sommeren 2015, da produktene hadde «Minions»-design i en begrenset periode.

Brynild Gruppen, som en seriøs barnegodtleverandør, er opptatt av å følge retningslinjene fra MFU og til enhver tid ha markedsføring som oppfattes som akseptabel og i tråd med regelverket.

Brynild Gruppen mener begge produktene er innenfor gjeldende retningslinjer fra MFU med bakgrunn i retningslinjene og punkt 2 a), som sier at selve produktet, inkludert emballasje, ikke anses som markedsføring.

6. MFUs vurdering

Det vises til orienteringen om MFU innlednings under punkt 1. MFU håndhever *Retningslinjer for markedsføring av mat og drikke rettet mot barn*.

Produkt og emballasje

I henhold til retningslinjene punkt 2 a) gjengitt innledningsvis, anses ikke *selve produktet, inkludert emballasje*, som markedsføring.

Hva som ligger i dette, er utdypet i *Veiledning til retningslinjer for markedsføring av mat og drikke rettet mot barn*. Her angis det at *produktutforming, emballasje, innpakking mv. ikke i seg selv vil anses som markedsføring*. Det angis videre at retningslinjene ikke skal hindre utviklingen av nye produkter som appellerer til barn. I hvilken grad produktet appellerer til

barn vil imidlertid være av betydning med tanke på hvordan produktet kan markedsføres.

Klagene som gjelder selve produktet eller produktets emballasje faller følgelig utenfor det område som retningslinjene regulerer. Veiledningen gjør unntak dersom emballasjen er av en slik karakter at produktet nærmest blir underordnet. Det er i klagene ikke anført at det er tilfelle i de sakene som behandles her.

Vedtak

De klagene som her behandles, retter seg alle mot produktet i seg selv eller emballasjen.

Sakene som vedrører Minions Ring Pop faller derfor etter Utvalgets syn utenfor det som reguleres av MFUs retningslinjer.

Det bemerkes at markedsføringsloven setter visse begrensninger, men dette faller utenfor det regelverk som behandles av MFU. Klager som gjelder overtredelse av markedsføringsloven må eventuelt rettes til Forbrukerombudet.

Klagene tas ikke til følge. Vedtaket er enstemmig.

220216