

## Olika syn inom EU på matreklam till barn

De senaste decenniernas ökning av barnfetma i Europa kan höra samman med att reklam för onyttig mat i högre utsträckning riktar sig direkt till barnen. Synen på hur tydligt sambandet är och eventuella åtgärder mot barnfetma varierar dock mellan länder och beroende på hur starka kommersiella intressen som finns hos tillfrågade organisationer och forskare. Det visar en intervjubaserad översyn som gjorts av bland annat experter vid Karolinska Institutet på uppdrag av EU-kommissionen.

Trots att man kan se en stabilisering när det gäller utvecklingen av barnfetma, lider fortfarande åtskilliga miljoner barn i Europa av fetma med tillhörande risk för följsjukdomar. Ett syfte med det sameuropeiska projektet *Policies on Marketing Food and Beverages to Children (PolMark)* har varit att undersöka behovet av ökade insatser för att minska barnfetma. Forskare från elva länder, däribland Sverige, har intervjuat andra folkhälsoforskare, konsumentorganisationer och intresseorganisationer inom industri, handel och reklam i sina respektive hemländer.

– Den mest kontroversiella frågan i det här sammanhanget är ju eventuella begränsningar av reklam om onyttig mat. Här kunde vi se att nyckelaktörerna har väldigt olika uppfattning om vad som kan och bör göras, säger Filippa von Haartman vid Karolinska Institutets folkhälsoakademi och samordnare av den svenska delen av rapporten.

I Sverige bedömdes effekterna av reklamen på barnens matvanor vara mindre, jämfört med bedömningen i många andra europeiska länder. Något som möjligen kan bero på att tv-reklam och direktutskick riktad till barn under 16 år är förbjuden i vårt land. Men en hel del reklam når ändå barnen via Internet och från vissa utlandsbaserade tv-kanaler. Många intervjuade uttryckte att marknadsföring av mat till barn på Internet är ett område som idag saknar tillräcklig reglering.

Synen på effekterna av reklamen varierade – inte oväntat – beroende på om organisationen var vinstdrivande eller inte. Representanter för näringslivet bedömde effekterna av marknadsföring riktad mot barn som mindre utslagsgivande jämfört med hur icke-kommersiella aktörer såg på sambandet reklam och barnfetma. Alla intervjuade ansåg dock att det kan finnas en koppling mellan viss reklam och övervikt bland barn.

Näringslivet föredrog egenåtgärdsprogram och frivilligt agerande för att reglera matreklamen till barn, medan ickekommersiella aktörer ansåg att lagstiftning är den mest effektiva metoden.

– Att det nu finns en reklamombudsman i Sverige uppfattas som mycket positivt av såväl industrin som konsumentorganisationer, säger Filippa von Haartman.

**PolMark-projektet** leds av *International Association for the Study of Obesity* och pågår fram till årsskiftet. Medverkande länder är Belgien, Cypern, Danmark, Frankrike, Irland, Polen, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Sverige och Tjeckien. Resultaten av studien kommer att beaktas i EU Kommissionens översyn av sitt handlingsprogram för nutrition, övervikt och fetma, där frågor om marknadsföring av mat till barn ingår som en viktig del. PolMark projektet är dock fristående från EU-kommissionen.

**Karolinska Institutets folkhälsoakademi** har som främsta uppgift att främja folkhälsan. Här bedrivs folkhälsovetenskaplig forskning och utbildning samt strategiskt och praktiskt folkhälsoarbete på regional och nationell nivå. Stockholms läns landsting beställer stora delar av sitt folkhälsoarbete från Karolinska Institutets folkhälsoakademi.

**Rapport:** *Stakeholder views on policy options for marketing food and beverages to children; Findings from the PolMark project in Sweden*, Filippa von Haartman, Karolinska Institutets folkhälsoakademi 2009:9, ISBN 978-91-86313-08-1. Hämta pdf på: <http://ki.se/kfa>

**Mer om om PolMark och resultat från övriga länder:** [www.polmarkproject.net](http://www.polmarkproject.net).

**För ytterligare information, kontakta:**

Filippa von Haartman, nutritionist, projektsamordnare  
Karolinska Institutets folkhälsoakademi  
Tel: 08-524 827 29  
E-post: [filippa.vonhaartman@ki.se](mailto:filippa.vonhaartman@ki.se)

Annika af Sandeberg, informatör  
Karolinska Institutets folkhälsoakademi  
Tel: 08-524 864 86  
E-post: [annika.afsandeberg@ki.se](mailto:annika.afsandeberg@ki.se)

**Kontakta KIs presstjänst:**

<http://ki.se/pressrum>

*Karolinska Institutet är ett av Europas ledande medicinska universitet. Genom forskning och utbildning medverkar Karolinska Institutet till att förbättra människors hälsa. Nobelförsamlingen vid Karolinska Institutet utser varje år pristagare av Nobelpriset i fysiologi eller medicin. För mer information besök hemsidan [ki.se](http://ki.se)*