



Vedtak sak 3 2018 Facebook Nyt Norge - Biffsandwich

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:

KLAGE: Nyt Norge

Din melding: - Til Matbransjens faglige utvalg, Med dette er det ønskelig å rette klage mot Nyt Norge sin annonse for oppskrift på "Biffsandwich" publisert onsdag 19.7.2018 på Nyt Norge sine Facebook-sider. Det kritikkverdige forholdet er teksten tilhørende oppskriften. Den lyder som følger:

"Tørkerammede norske bønder ber om hjelp. En måte du kan hjelpe på er å spise norsk kjøtt. Tørkekrisen gir mangel på fôr. Mange bønder må derfor slakte deler av husdyrbesetningene, som gir mye storfekjøtt i butikken. Kjøp kjøtt med Nyt Norge så støtter du norske bønder. Hva med en biffsandwich i varmen?" Det er problematisk at en tilsynelatende uavhengig stiftelse så åpenlyst markedsfører et produkt som er konsekvens av en krise uten å ta hensyn til årsakene til hvorfor dette er tilfellet. Det bærer preg av lite nyansert markedsføring, og presenterer ikke leseren med tilstrekkelig informasjon om det som er en kompleks situasjon. Det strider også imot retningslinjene til Matbransjens faglige utvalg hvis formål er at: "Markedsføring av mat og drikke bør søke å bidra til et balansert og variert kosthold. Eksempelvis bør ikke markedsføring oppmuntre eller oppfordre til overforbruk. Bransjen skal fremme salg av sunne produkter". Teksten tar heller ikke hensyn til oppfordringer fra blant annet forbrukerrådet om «bedre informasjon som skal gjøre det enklere å velge bærekraftig og miljøvennlige alternativer». Flere forskere har den siste tiden anerkjent verdien av et redusert kjøttforbruk som miljøtiltak, og en studie fra Universitetet i Oxford (publisert i tidsskriftet Science) konstaterte nylig at det å spise vegetarisk er det beste man kan gjøre for miljøet. Gjennom teksten virker det som Nyt Norge forsøker å vekke



Matbransjens Faglige Utvalg

sympati hos forbrukeren mot at hen skal spise mer rødt, norsk kjøtt. Dette kan sies å oppfordre til overforbruk, og strider imot formålet om å bidra til et sunt og variert kosthold. Helsedirektoratet oppfordrer å kutte ned på forbruket av animalske produkter, da spesielt rødt kjøtt, og annonsen strider derfor imot disse oppfordringene. Det er også å anse som problematisk at Matmerk i 2018 har fått innvilget 6 millioner NOK i finansiering fra omsetningsrådet, hvor til sammen 4,8 millioner gikk til områdene kjøtt og melk, mens kun 240 000 gikk til frukt og grønt. Det er kritikkverdig at annonsen preges av finansiell motivasjon for oppfordring til økt kjøttforbruk som til syvende og sist kan ende opp med å gagne dem selv og ikke bøndene, slik det påstås i teksten. Økt kjøttforbruk er heller hverken miljø- eller dyrevennlig, og det kommer ikke tydelig frem på deres nettsider at Matmerk har mottatt finansiering fra omsetningsrådet. Situasjonen slik den er i det norske landbruket i dag, med tørke og fôrmangel, byr på usikkerhet for norske bønder, og nedslakting av besetninger vil ikke nødvendigvis være gunstig for hverken bonden, dyrene eller forbruker. Nyt Norges oppfordring mangler tilstrekkelig informasjon, og bygger på en naiv holdning til hvordan situasjonen er i norsk matproduksjon. Det oppfordres til at Nyt Norge fjerner eller i minste fall endrer annonsen betydelig slik at tilstrekkelig med informasjon tilgjengeliggjøres for leser. Det er også ønskelig at informasjon om Matmerk sin finansiering kommer tydeligere frem på nettsidene.



NYT NORGE

2 hrs · 🌐

⋮

Tørkerammede norske bønder ber om hjelp. En måte du kan hjelpe på er å spise norsk kjøtt. Tørkekrisen gir mangel på fôr. Mange bønder må derfor slakte deler av husdyrbesetningene, som gir mye storfekjøtt i butikken. Kjøp kjøtt med Nyt Norge så støtter du norske bønder. Hva med en biffsandwich i sommervarmen?



MATMERK.NO

Biffsandwich

Med estragonmajones og tomat. En nydelig lunsj med saftig, norsk kjø...

👍 36

3 Comments 12 Shares

3. MFUs vurdering

Matbransjens Faglige Utvalgs retningslinjer får sin anvendelse etter en nærmere angitt produktliste. Se punkt 1 ovenfor med link til produktlisten. Kjøtt er ikke omfattet av MFUs produktliste og retningslinjene har således ikke innvirkning på markedsføring av biffkjøtt. Dermed vil ikke denne klagen bli behandlet av MFU.

Dersom klager ønsker å gå videre med klage på villedende markedsføring er Forbrukertilsynet den instansen som behandler eventuelle overtredelser etter Markedsføringsloven.



Matbransjens
Faglige Utvalg

4. Vedtak

Klage på annonse for markedsføring av kjøtt er utenfor virkeområdet til MFUs retningslinjer. Produktet omfattes ikke av MFUs produktliste. Dermed kan ikke klagen behandles av MFU. Vedtaket er oversendt Nyt Norge til informasjon.

060818