

Forbud mot markedsføring av usunn mat og drikke særlig rettet mot barn



JCDecaux

Utendørsaktørene ønsker intensjonen bak den nye forskriften om forbud mot markedsføring av usunne næringsmidler særlig rettet mot barn velkommen. I den forbindelse har utendørsbransjen gått sammen om å utarbeide tydelige retningslinjer for byråer og annonsører. Retningslinjene er bygget på Helsedirektoratets veileder, publisert 24. oktober 2025, og skal bidra til en felles og trygg praksis i bransjen. Målet er å gjøre det tryggere og enklere for annonsører å navigere i regelverket, fjerne usikkerhet og sikre forutsigbarhet i hvordan forskriften skal etterleves i utendørskanalen.

Retningslinjer for utforming av kampanjemateriell:

Når man skal vurdere kampanjemateriellet, må man alltid se på helheten og at dette er utformet i tråd med det nye forbudet mot markedsføring av usunne næringsmidler særlig rettet mot barn og unge.

For å sikre at all reklame for produkter som omfattes av forbudet, er i samsvar med gjeldende regelverk og etiske standarder, bør følgende punkter legges til grunn ved utforming av reklame for produkter som omfattes av listen ([se produktliste](#))

1.

Unngå bruk av språk, farger, effekter, animasjoner, tegneserier eller illustrerte figurer som i særlig grad kan appellere til barn. Humor og temaer typisk assosiert med barn, for eksempel skole, lek og eventyr.

2.

Spillifisering, interaktive spill eller annen interaktivitet som fremstår engasjerende for barn.

3.

Unngå medvirkning av profiler som har særskilt appell til barn, for eksempel kjendiser, påvirkere, skuespillere, popstjerner, superhelter eller kjente barneverter fra TV eller sosiale medier som appellerer til barn og unge, uavhengig av alder på personen i reklamen.

4.

Vær varsom med medvirkning av barn i markedsføringen.

5.

Unngå bruk av fiktive figurer med særlig appel til barn, som klart forbindes med produkter omfattet av produktlisten, og som barn lett gjenkjenner fra emballasje, reklame eller annen sammenheng.

6.

Unngå konkurranser med aldersgrense under 18 år, samt bruk av premier, kuponger, spill eller utdeling av leker og samleobjekter som i hovedsak er rettet mot barn.

7.

Unngå direkte kjøpsoppfordringer til barn, eller indirekte oppfordringer via foresatte (f.eks. knyttet til skolemat, barnebursdager, fritidsaktiviteter mv.).

8.

Unngå kreative konsepter som involverer sampling, interaktive aktiviteter eller andre virkemidler som i særlig grad kan tiltrekke barn, når produktet omfattes av særskilte reklamebegrensninger.

9.

Unngå oppfordringer til handling/liking/deling/innsending av materiale, hvor ungdommen selv blir spredd av et reklamebudskap.

Det må trekkes et tydelig skille mellom markedsføring som er ment for voksne, og markedsføring som faktisk retter seg mot barn. Markedsføring som i hovedsak henvender seg til voksne – selv om den også kan ha appell til barn – regnes som utgangspunkt ikke som særlig rettet mot barn.

Flere kjente personer, påvirkere, idrettsprofiler mv. kan appellere bredt til både voksne og barn. For å avgjøre om markedsføringen er særlig rettet mot barn må bestemmelsens øvrige momenter tas inn i vurderingen.

Alle de tre utendørsselskapene er trent i å gjennomgå mottatt materiell opp mot disse kriteriene. Ved eventuell tvil eller vurdering av gråsoner tilfeller, vil kampanjen løftes til våre respektive interne etikkråd for videre vurdering – på lik linje med øvrige kampanjer som vurderes opp mot markedsføringsloven.

Viktig presisering: Det er til syvende og sist alltid byrået eller annonsøren som har det fulle ansvaret for markedsføringen. Vi vil derfor understreke betydningen av å holde seg oppdatert på gjeldende rettspraksis og utviklingen innen relevant regelverk. Utendørsaktørene står sammen, og vil jobbe tett med annonsører og byråer for å påse korrekt tolkning og etterlevelse av regelverket.



Viktig informasjon:

Vi tar forbehold om at Helsedirektoratet kan komme med nye presiseringer eller utfyllende retningslinjer. Denne sjekklisten kan derfor bli revidert ved behov, slik at den alltid er i tråd med gjeldende tolkning og regelverk.

[Her finner dere Helsedirektoratets veileder](#)